

Salvatore Salamone

Manuale operativo sulla

SEO

TECNICHE DI POSIZIONAMENTO
NEI MOTORI DI RICERCA



www.salamone.it

Estratto dal libro "**Manuale operativo sulla SEO**"
di Salvatore Salamone

Inserto: **Voglio essere primo su Google**

Quello che segue è il contenuto di un e-book gratuito che ho scritto alcuni anni fa e aggiornato di recente per rispondere ad alcune domande che mi vengono poste di frequente dai miei clienti e da persone comuni curiose dell'argomento.

Se ti stai avvicinando all'affascinante mondo della SEO, potrà esserti sicuramente di aiuto.

Il titolo "**Voglio essere primo su Google**" è ispirato a una richiesta che un cliente mi fece anni fa.

Quelle che seguono sono le domande con relative risposte che più mi sono sentito porre in tanti anni di attività.

1. Come faccio ad apparire nella prima pagina di Google?
2. Come posso aumentare il numero di visite del mio sito?
3. Per migliorare il posizionamento del mio sito web, devo affidarmi a un professionista?
4. Da cosa dipende il traffico in un sito web?
5. Che differenza c'è tra la SEO e la pubblicità online a pagamento?
6. È importante posizionarsi nella prima pagina di Google?
7. Per la SEO mi sono affidato a un amico, ma non vedo risultati. Perché?
8. Il mio sito web non riceve visite. Cosa posso fare?
9. È da anni che non aggiorno il sito. Influenza il suo posizionamento su Google?
10. Qual è il metodo più veloce per apparire bene nei motori di ricerca?
11. Posso occuparmi io del posizionamento del mio sito web?
12. Quanto tempo occorre per posizionare bene un sito web su Google?
13. Perché il mio sito non appare nelle prime pagine di Google?
14. Come posso trovare un bravo SEO Specialist?
15. Perché i miei concorrenti sono posizionati meglio di me su Google?
16. Il mio sito arretra di posizione su Google. Perché?
17. Oltre alla SEO, che altri metodi ci sono per portare traffico a un sito web?

Qui di seguito le risposte a ciascuna domanda.

Domanda n. 1:

Come faccio ad apparire nella prima pagina di Google?

Risposta:

Posizionare un sito web nella prima pagina di Google richiede impegno e una buona pianificazione del lavoro da fare. È necessario svolgere una serie di attività e interventi sul sito, nelle singole pagine e su risorse esterne. L'attività prende il nome di SEO, ovvero *Search Engine Optimization* (ottimizzazione per i motori di ricerca).

Ci sono vari interventi che vanno attuati.

Se il sito esiste già, il primo passo è fare un'analisi del suo stato per individuare i punti deboli su cui è necessario intervenire. Stilata la lista delle azioni da effettuare, si passa alla fase di ottimizzazione. Ad esempio, si possono migliorare i testi e i titoli esistenti, inserire nel codice HTML i meta tag, attribuire ai titoli delle pagine e delle sezioni il giusto grado di importanza (h1, h2, h3), curare la parte grafica e fotografica e molto altro ancora. Gli interventi possono essere davvero numerosi.

Terminata la fase di ottimizzazione, bisogna poi prendersi cura del mantenimento del sito, con interventi continui distribuiti nel tempo, creando e pubblicando contenuti interessanti, ad esempio arricchendo il blog di nuovi articoli.

L'obiettivo generale è creare pagine di qualità, gradevoli, coinvolgenti e facili da navigare. Tuttavia, non basta intervenire solo sul sito. Sempre in ottica SEO, ci sono molte altre azioni e attività che devono essere effettuate al di fuori del sito. Una di queste è la link building, che consiste nella pubblicazione di articoli su blog, siti tematici e portali di terze parti, con un collegamento di rimando verso il sito di cui vogliamo curare il posizionamento. Ovviamente, sono attività tecniche e specialistiche spesso complesse che, riassunte in poche righe, difficilmente rendono l'idea di quale impegno richiedano.

Concluse le ottimizzazioni sul sito e gli interventi su risorse esterne, bisogna poi attendere che i motori di ricerca facciano la loro parte, perché il processo di indicizzazione e soprattutto di posizionamento richiede tempo.

Insomma, per ritornare alla domanda iniziale, posizionare il sito web nella prima pagina di Google richiede un lavoro costante, interventi di ottimizzazione da attuare su molti fronti, molta pazienza e un'analisi continua dell'andamento delle attività SEO effettuate.

Domanda n. 2:

Come posso aumentare il numero di visite del mio sito?

Risposta:

Riuscire ad aumentare il numero di visite al proprio sito è il desiderio di molti. Infatti, se non riceve traffico risulta poco utile, soprattutto se si mira a ottenere contatti di nuovi clienti. Per evitare, dunque, che diventi una spesa improduttiva,

bisogna adoperarsi e attuare le necessarie strategie per portare le persone a visitare le nostre pagine web.

Esistono vari sistemi. Uno di questi è la pubblicità a pagamento, ad esempio tramite Google Ads o per mezzo di banner pubblicitari collocati su siti dello stesso settore in cui si opera. Un altro sistema è cercare di posizionarsi nelle prime pagine dei motori di ricerca, con parole chiave specifiche, ma questo presuppone di affidarsi a un professionista SEO che ci lavori con impegno. Un'altra possibilità consiste nell'usare i social network, pubblicando post interessanti, lavorando alla creazione di una community e relazionandosi con le persone per portarle, attraverso una comunicazione persuasiva, a visitare il nostro sito web. Per chi preferisce un approccio diverso, in alternativa può optare per l'utilizzo di un *Funnel*. In questo caso, tramite una pagina web speciale denominata *Landing Page*, viene proposto alle persone un servizio gratuito o una risorsa (ad esempio, un e-book, una consulenza o un video tutorial) e, attraverso la loro iscrizione e la compilazione di un modulo, ci si procura i dati di contatto degli utenti interessati. Successivamente, tramite un sistema automatizzato, vengono inviate delle e-mail informative indirizzando le persone al nostro sito web, con lo scopo di invogliarle a effettuare un ordine o ad acquistare i nostri prodotti o servizi.

Dunque, ci sono molti modi per aumentare il numero di visite nelle pagine di un sito web, e alcuni possono anche essere usati in sinergia, ma consiglio di **lavorare in via prioritaria sull'ottimizzazione del sito web attraverso le tecniche SEO, per fargli acquisire una buona posizione nei motori di ricerca**. Se attuata correttamente e con costanza, la SEO non solo aumenta la visibilità delle pagine web, ma migliora anche la qualità complessiva del sito, a differenza di altri sistemi che la lasciano inalterata.

Detto ciò, quel che è importante sapere e di cui bisogna diventare consapevoli è che promuoversi nel web richiede capacità e competenze specialistiche. L'improvvisazione, purtroppo, non porta risultati. Poiché è un settore che richiede preparazione, esperienza e formazione, il "Fai da te" si rivela quasi sempre un vero spreco di tempo e di energie.

Domanda n. 3:

Per migliorare il posizionamento del mio sito web, devo affidarmi a un professionista?

Risposta:

Posizionare bene il proprio sito web nei motori di ricerca e nella prima pagina di Google, con parole chiave rilevanti e che generano traffico, richiede un lavoro intenso, competenze e tempo.

In questo ambito non esiste la bacchetta magica. Le promesse del tipo "Ti porto in prima pagina in 15 giorni" sono pura fantasia o affermazioni ingannevoli. Potrebbe essere possibile con parole chiave a bassa competizione che, tuttavia, porterebbero al sito web un traffico insignificante.

Qui siamo in un ambito specialistico dove, per ottenere risultati, è necessario avere competenze tecniche e un buon bagaglio di esperienze.

Il lavoro di ottimizzazione su un sito internet non può essere fatto in modo superficiale. Anche usare sistemi poco professionali, ad esempio inserendo molte parole chiave nelle pagine del sito, senza una vera logica e nella speranza di velocizzare il posizionamento, ci porta nella rischiosa condizione di ricevere delle penalizzazioni. In questo ambito, affidarsi a persone esperte è una scelta obbligata.

Apparire nelle prime pagine dei motori di ricerca, con parole chiave rilevanti e coerenti al settore in cui si opera, ha un elevato valore, poiché generalmente porta un buon traffico di visite e nuovi contatti. Questo è il motivo per cui molte attività e aziende investono nel web e nell'ottimizzazione del sito con l'obiettivo di aumentare la loro visibilità e notorietà.

Apparire nelle prime posizioni, però, è tutt'altro che semplice. A mio parere, è necessario affidarsi a un SEO Specialist capace di mettere in atto tutti gli interventi necessari per rendere il sito gradevole, autorevole e di qualità.

Google in questo ambito detta le regole. Sulla base delle sue logiche di valutazione e funzionamento, stabilisce che caratteristiche deve avere un sito per poter ottenere un buon posizionamento.

Se ambisci a collocarti nelle prime posizioni dei motori di ricerca dovresti:

- avere cura di pubblicare testi originali e di qualità;
- arricchire il sito con contenuti utili e interessanti;
- scrivere titoli persuasivi includendo le parole chiave;
- curare tutta la parte grafica e fotografica;
- mantenere aggiornato il blog con la pubblicazione costante di articoli;
- attuare una buona attività di link building;
- curare la comunicazione sui social.

Data la complessità del lavoro che va svolto, spesso affidarsi a un professionista SEO è la scelta migliore.

Domanda n. 4:

Da cosa dipende il traffico in un sito web?

Risposta:

I siti più visitati sono generalmente quelli meglio posizionati sui motori di ricer-

ca, che hanno contenuti di valore e di qualità e che le persone apprezzano.

Se vuoi portare traffico nel tuo sito, dovrai lavorare principalmente sulla pubblicazione di contenuti interessanti, coinvolgenti e utili. Pagine web piatte, prive di valore e con materiale informativo scadente hanno purtroppo un destino segnato.

Uno dei criteri che impiega Google per determinare se un sito web è meritevole di salire nelle SERP è il **tempo di navigazione degli utenti nelle sue pagine**: se entrano nel sito, lo trovano interessante e ci navigano intrattenendosi nelle sue pagine, il motore di ricerca gli assegnerà un buon punteggio, premiando il suo posizionamento. Se invece un alto numero di persone entra nel sito ed esce velocemente, verrà ritenuto di scarso valore e penalizzato.

Ci sono diverse tecniche che permettono di portare un sito web nelle prime posizioni delle pagine di Google e degli altri motori di ricerca. Lo si ottiene principalmente migliorando la qualità del sito e pubblicando contenuti che trasmettono un reale valore. Per "qualità" intendo un sito web ben strutturato, ordinato, pulito e facile da navigare, ma soprattutto che risponde alle esigenze, alle curiosità e ai bisogni degli utenti. Le pagine web devono essere costruite per le persone, per il pubblico. Devono essere loro i protagonisti delle nostre scelte comunicative e tecniche. I contenuti devono essere utili e di facile consultazione. Nelle pagine del sito, le persone devono poter trovare informazioni, dati, infografiche, immagini, audio, e-book, video tutorial, schede tecniche e altri elementi che possono utilizzare e che soddisfino le loro necessità di ricerca. Ad esempio, una scuola di ballo, nelle pagine del sito web, potrebbe inserire un calendario dei corsi, un sistema di iscrizione online, delle photogallery, la scheda di presentazione dei maestri, video lezioni gratuite e altre informazioni utili. Con questi contenuti, se sono ben organizzati e presentati, gli utenti navigheranno con interesse nel sito. Google, accorgendosene, non potrà che premiarlo. Ovviamente, va curata anche tutta la parte che riguarda il codice HTML (meta tag, Alt, h1, h2, h3, ecc.) per dare ai motori di ricerca le corrette informazioni per l'indicizzazione. Un altro aspetto rilevante è l'uso delle keyword in maniera coerente e secondo le logiche SEO. Se un sito ha tutte queste caratteristiche, diventa relativamente semplice migliorare il suo posizionamento, permettendogli di ricevere il dovuto traffico.

Tutto questo, però, non è facile e veloce da realizzare. Normalmente, dietro siti web di successo e ben posizionati ci sono dei professionisti ed esperti SEO che ne curano la realizzazione, la gestione, l'ottimizzazione e tutte le attività tecniche necessarie.

Domanda n. 5:

Che differenza c'è tra la SEO e la pubblicità online a pagamento?

Risposta:

La SEO è l'insieme delle tecniche che hanno lo scopo di ottimizzare un sito in ogni suo aspetto, affinché possa risultare di gradimento a Google, ai suoi algoritmi, ma soprattutto agli utenti.

Posizionare bene un sito web nei motori di ricerca non è un'attività che si realizza in poco tempo o con semplici interventi; al contrario, richiede competenze, azioni mirate, esperienza e molta pazienza.

In questo ambito, i risultati non sono quasi mai immediati. Mentre l'indicizzazione di un sito è abbastanza veloce, raggiungere un ottimo posizionamento nelle pagine di Google richiede invece tempistiche più lunghe. Quantificarle non è semplice, poiché dipendono dalle parole chiave usate, dalla competizione con gli altri siti web e da quanto bene il lavoro viene svolto.

Per chi invece ha fretta di promuovere un progetto, un evento o una proposta, può ricorrere alla SEA (Search Engine Advertising) che consiste nell'utilizzo di annunci pubblicitari online, come Google Ads, un servizio a pagamento dell'omonimo motore di ricerca. Con questo sistema, dopo aver definito tutti i parametri della campagna pubblicitaria, viene avviata la pubblicazione di inserzioni testuali e banner su Google e nei siti partner, con un sistema denominato "Pay per Click", che permette di pagare il servizio solo sulla base dei click effettivamente ricevuti.

Mentre la SEO richiede di fare interventi tecnici di ottimizzazione sul sito web (SEO on-site e on-page) e fuori dal sito (SEO off-site), i cui effetti si vedono nel tempo, la SEA è decisamente più veloce: fatta l'analisi iniziale e settati i parametri della campagna pubblicitaria, basta attendere i tempi di pubblicazione e, se le configurazioni sono state gestite in modo corretto, gli annunci e i banner inizieranno a produrre traffico nelle pagine web del sito che stai promuovendo.

Si deve considerare, tuttavia, una differenza sostanziale tra i due metodi. Mentre la SEO si concentra principalmente sulla qualità del sito, migliorando i suoi contenuti e l'autorevolezza attraverso strategie a lungo termine, la SEA si focalizza maggiormente sulla promozione e la pubblicità online. La SEO richiede un approccio meticoloso e costante, che mira a costruire un'esperienza utente ottimale e un posizionamento online autorevole e duraturo. La SEA invece sfrutta l'uso di annunci a pagamento, per ottenere una visibilità rapida, con l'obiettivo di generare traffico e conversioni in modo più veloce. Questa distinzione è cruciale per comprendere come bilanciare e integrare efficacemente entrambe le strategie nel proprio piano marketing.

Domanda n. 6:

È importante posizionarsi nella prima pagina di Google?

Risposta:

Sì, è importante. Se il tuo sito non ha un buon posizionamento, puoi dimenticare di ricevere contatti, richieste di informazioni o preventivi.

Molte aziende hanno preso consapevolezza che il web è diventato il centro di ogni attività promozionale e di marketing. Grazie alla diffusione di Internet e degli smartphone, le tecnologie digitali hanno permesso a milioni di utenti di avere a portata di click ogni sorta di informazione. Molte delle ricerche che le persone fanno sul web sono proprio di tipo commerciale, usando parole chiave come "studio legale a Milano", "web agency a Torino", "dentista a Palermo", "falegname a Foligno", "idraulico a Como", ecc. Sono solo alcuni esempi di ricerche che gli utenti effettuano quotidianamente.

Se sei titolare di un'azienda, un professionista, un artigiano, un artista o un commerciante, sappi che **la tua attività non può non essere presente su Google**. Se vuoi che il tuo sito web riceva traffico e che ti porti contatti di persone interessate ai tuoi servizi o a ciò che proponi, devi curarne il posizionamento nei motori di ricerca, grazie al quale potrai ottenere la dovuta visibilità.

Essendo un campo molto specialistico dovrai affidarti a un professionista SEO. In questo settore, il "Fai da te" è davvero sconsigliato. La complessità degli interventi e la conoscenza della materia richiedono competenze, aggiornamenti continui ed esperienza.

Se hai ancora dei dubbi se sia importante o meno posizionarsi bene su Google, sappi che i budget di un numero crescente di aziende si sono spostati dalla pubblicità tradizionale a quella online, già da diverso tempo. Un sito web posizionato nella prima pagina del motore di ricerca, ottimizzato con parole chiave rilevanti e competitive, e i cui contenuti delle pagine web sono interessanti e coinvolgenti, è un vero catalizzatore che porta contatti di persone a flusso continuo e che riceve un'ampia visibilità, difficilmente paragonabile ai risultati che si ottengono con altri sistemi di marketing.

Domanda n. 7:

Per la SEO mi sono affidato a un amico, ma non vedo risultati. Perché?

Risposta:

Non è difficile trovare qualcuno che possa aiutarti a posizionare il tuo sito web nei motori di ricerca, ma, come in tutti i settori, anche in questo trovi veri professionisti e operatori occasionali.

Affidare un'attività così importante a un amico, a un parente o a una persona che non conosce l'argomento si rivela quasi sempre una scelta che non porta risultati. Le competenze richieste in questo settore sono davvero ampie e specia-

listiche e non ci si può affidare a "professionisti" improvvisati.

Prima di scegliere a chi affidarti, devi stabilire con chiarezza quali sono i tuoi obiettivi. Se ti occorre un semplice sito web e non hai grandi pretese, ci sono online dei servizi molto economici che puoi utilizzare, oppure puoi chiedere aiuto a qualche amico o conoscente che può realizzarlo per te.

Il discorso cambia, però, se con il sito vuoi ricevere visibilità e contatti. Qui entrano in gioco necessariamente i professionisti del web, tra cui web designer, programmatori, webmaster, SEO Specialist e copywriter.

Farsi costruire un sito da un amico che non ha reali competenze in ambito SEO è molto diverso dal realizzarne uno che va a posizionarsi bene su Google, che possa ricevere traffico e, soprattutto, che porti persone interessate a richiedere informazioni, un appuntamento o l'acquisto di un servizio. Questo tipo di sito deve essere gestito e curato da un professionista ed esperto nel posizionamento.

Un sito web che possa portare risultati concreti richiede interventi SEO di vario tipo, una cura particolare dei contenuti delle pagine web, la pubblicazione di articoli nel blog, un'attività ben pianificata di link building, la gestione dei social e diverse altre attività che solo una persona preparata può attuare.

Dunque, alla domanda iniziale "*Per la SEO mi sono affidato a un amico, ma non vedo risultati. Perché?*" le ipotesi sono due: ha fatto o sta facendo un buon lavoro, ma per il posizionamento bisogna attendere i tempi tecnici dei motori di ricerca, oppure non ha fatto un buon lavoro e il sito web difficilmente scalerà le posizioni nelle SERP.

È fondamentale, dunque, riconoscere il valore di una esperta gestione della SEO e la differenza che può fare per il successo di un sito web. In quest'ottica, usufruire dell'assistenza di un professionista qualificato non è una spesa, ma un investimento nel futuro della tua presenza online.

Domanda n. 8:

Il mio sito web non riceve visite. Cosa posso fare?

Risposta:

Se hai un sito che non riceve visite, devi chiedere aiuto a un SEO Specialist. Questa figura è il professionista che si occupa del posizionamento dei siti web nelle pagine di risposta dei motori di ricerca.

Prendersi cura di un sito richiede innanzitutto la capacità di analizzare alcuni dati per poter comprendere qual è lo stato di salute delle sue pagine, oltre che avere le necessarie competenze per mettere in campo tutti gli strumenti e gli interventi per poterlo ottimizzare.

Va effettuata anche un'analisi del mercato, dei siti concorrenti e delle parole chiave da utilizzare. Se questa parte preliminare viene fatta nella maniera corret-

ta, la fase successiva prevede l'attuazione di metodi e tecniche per rendere il sito gradevole ai motori di ricerca.

In questo ambito, Google è un po' il "direttore d'orchestra". Infatti, il sito web si posiziona nel motore di ricerca sulla base di come viene letto e valutato dai suoi algoritmi. Se Google stabilisce che le pagine web devono avere specifiche caratteristiche, il professionista SEO non può che adeguarsi e agire di conseguenza.

Se vuoi che il tuo sito ottenga un buon posizionamento e che riceva più traffico e contatti, dovrai curare la qualità delle pagine e dei suoi contenuti. Ricorda che i siti web devono essere creati pensando alle esigenze delle persone, con risorse e dati che soddisfino le loro ricerche e domande. Va assolutamente evitato pertanto l'utilizzo di testi e immagini di bassa qualità con il solo scopo di riempire le pagine. L'utente, in ciascuna sezione del sito, deve trovare materiale interessante e utile, come notizie, informazioni, consigli, video, tutorial, PDF, fotografie, infografiche, risorse gratuite, ecc.

Se il tuo sito non sta ricevendo visite, o non è ancora ben posizionato, le ipotesi sono tre:

1. è stato realizzato e ottimizzato bene, ma il motore di ricerca ci sta ancora lavorando;
2. non è stato ottimizzato con le tecniche SEO;
3. i contenuti sono scadenti e Google lo sta penalizzando.

Fare in modo che un sito si posizioni adeguatamente non è un'attività banale. Richiede l'intervento di un esperto SEO e necessita l'elaborazione e la pubblicazione di contenuti di valore e interessanti, oltre che la realizzazione di una campagna di comunicazione online che curi l'autorevolezza e la reputazione dell'azienda o del brand.

Domanda n. 9:

È da anni che non aggiorno il sito. Influenza il suo posizionamento su Google?

Risposta:

Se hai un sito internet, ti sarà sicuramente utile sapere che Google ama i contenuti aggiornati, oltre che di qualità. Penalizza, invece, i siti vecchi, statici o che hanno contenuti obsoleti.

Da queste poche informazioni risulta chiaro che tenere aggiornato il sito è una questione assolutamente rilevante in materia di posizionamento.

Un sito che viene curato e che riporta informazioni fresche è certamente più gradito a Google e agli utenti, rispetto a un sito abbandonato a se stesso.

Quindi, la necessità di alcuni proprietari di siti web di voler tenere aggiornati i contenuti è **assolutamente giustificata e appropriata**.

Ovviamente, il posizionamento dipende da molti altri elementi, ma l'aggiornamento di un sito web è un fattore fondamentale, da delegare a esperti web designer o webmaster, **sotto l'attenta supervisione di un SEO Specialist**.

Ottimizzare un sito e renderlo gradevole agli occhi di Google e degli utenti è una questione che non va sottovalutata se lo si vuol far diventare uno strumento di lavoro e di marketing. In tal senso, puntare sulla qualità e pubblicare contenuti utili e interessanti è un'attività necessaria per ottenere un buon posizionamento nelle pagine di risposta dei motori di ricerca.

Consiglio, dunque, di tenere sempre aggiornato il tuo sito web, di affidarti a persone che possano darti un servizio professionale e che curino responsabilmente e con impegno i contenuti, la struttura, l'uso delle parole chiave, i testi e gli articoli da inserire nel blog, oltre alla link building per poter migliorare l'autorevolezza e la web reputation.

Un sito che non viene aggiornato e ottimizzato con continuità, difficilmente potrà migliorare la sua posizione nei risultati di ricerca. È molto più probabile che succeda il contrario.

L'aggiornamento costante del tuo sito web non è una mera formalità, ma un investimento essenziale e necessario per curare la tua presenza online.

Domanda n. 10:

Qual è il metodo più veloce per apparire bene nei motori di ricerca?

Risposta:

Il metodo più veloce (ma non necessariamente il migliore) per apparire ed essere ben visibili nei motori di ricerca consiste nell'attivare servizi pubblicitari online.

Uno dei sistemi maggiormente utilizzati è Google Ads, un metodo dove il costo delle campagne pubblicitarie è determinato dal numero di click che i banner o le inserzioni ricevono. Questo sistema prende il nome di "Pay per Click".

Se hai fretta di promuovere un progetto, un evento o una proposta, questo è il mezzo più veloce per vedere la tua pubblicità apparire su Google. Purtroppo, ha due lati negativi. Il primo è che appena si disattivano le campagne pubblicitarie, le visite e il traffico scendono vertiginosamente. Il secondo è che le pubblicità a pagamento, tramite inserzioni o banner, per essere attivate non richiedono interventi e ottimizzazioni sul sito web e pertanto gli sforzi per migliorarlo sono assenti. Migliorare la qualità di un sito è un'area di competenza della SEO, attraverso tecniche mirate e specifiche. Queste richiedono sicuramente un tempo maggiore per avere dei riscontri in termini di visibilità, ma gli effetti che si possono ottenere

permangono più a lungo, oltre che apportare valore qualitativo alle pagine del sito.

Per approfondire l'argomento, leggi "*I servizi offerti dalle comuni web agency*":
www.salamone.it/servizi-offerti-dalle-web-agency

Domanda n. 11:

Posso occuparmi io del posizionamento del mio sito web?

Risposta:

Collocarsi in buona posizione nelle pagine di risposta di Google è il desiderio e l'obiettivo di molti proprietari di siti web. Un sito che riceve traffico e visibilità è uno strumento di marketing che spesso contribuisce in maniera marcata al fatturato di un'azienda e ad aumentare il numero dei suoi clienti.

Data la sua importanza, sempre più imprese investono sul loro posizionamento online attraverso le tecniche SEO.

Negli anni, la competizione per guadagnare le prime posizioni su Google si è intensificata notevolmente, portando a un sensibile miglioramento della qualità dei siti web in competizione tra loro. Di conseguenza, agli esperti del settore e ai SEO Specialist è richiesto un livello sempre più alto di competenze specifiche.

Dunque, la mia risposta alla domanda "*Posso occuparmi io del posizionamento del mio sito web?*" è "Sì" se hai le necessarie capacità tecniche; "No" se non hai la giusta preparazione. Nessuno ti vieta di provarci ma, data la complessità dell'argomento, è consigliabile affidare l'ottimizzazione del sito web a un professionista.

Se vuoi apparire bene nei motori di ricerca, la scelta migliore è rivolgersi a un esperto serio e preparato.

Nel caso in cui volessi occupartene tu in prima persona, potrai certamente farlo, ma ti consiglio prima di studiare e formarti adeguatamente. Online ci sono molti corsi davvero validi e interessanti.

Domanda n. 12:

Quanto tempo occorre per posizionare bene un sito web su Google?

Risposta:

Dare delle tempistiche è davvero difficile. Apparire su Google è relativamente veloce. In questo caso si parla di semplice indicizzazione. Collocarsi nella prima pagina, con parole chiave competitive, è invece tutt'altra cosa.

Volendo azzardare delle tempistiche, per apparire sui motori di ricerca possono volerci circa 10 giorni se vengono messi in atto alcuni accorgimenti tecnici.

Collocarsi nelle prime posizioni o pagine, invece, è una questione più complessa poiché dipende da molti fattori. Alcuni di questi riguardano:

- la qualità del sito e dei suoi contenuti;
- le parole chiave utilizzate e la loro competitività;
- il numero di pagine del sito;
- il settore in cui si opera;
- il profilo backlink;
- la storicità del dominio e delle pagine web;
- l'autorevolezza e notorietà del sito che si riesce a costruire online.

Se il settore in cui operi è molto competitivo, posizionarsi sarà più difficile. Ad esempio, in ambito immobiliare scavalcare i siti web di grandi agenzie è davvero un'impresa ardua. Se invece sei attivo in un settore dove c'è una media competitività, per posizionarsi bene potrebbero volerci dai 4 ai 12 mesi, fermo restando che il lavoro di ottimizzazione venga fatto con le dovute attenzioni e cure.

Tuttavia, se operi in un settore a bassa competitività, potresti ottenere risultati anche dopo qualche mese.

Domanda n. 13:

Perché il mio sito non appare nelle prime pagine di Google?

Risposta:

Alcuni dei motivi potrebbero essere:

- scarsa qualità generale del sito;
- scarsa qualità dei contenuti presenti nelle pagine;
- mancanza di meta tag;
- contenuti duplicati nello stesso sito;
- contenuti copiati da altri siti;
- bassa autorevolezza e notorietà online del brand e del sito web;
- penalizzazioni da parte del motore di ricerca;
- uso eccessivo o inappropriato di parole chiave (Keyword stuffing).

Se vogliamo scalare le posizioni nei motori di ricerca, dobbiamo creare un sito con almeno queste tre caratteristiche:

- contenuti interessanti, utili, unici e di qualità;
- parole chiave inserite nelle pagine in modo coerente e naturale;
- meta tag coerenti con i contenuti delle pagine web.

Oltre a ciò, dobbiamo lavorare sulla link building, creando un profilo backlink efficace e curando l'autorevolezza online tramite la pubblicazione di contenuti su siti web di terze parti. Ovviamente, per apparire nelle prime pagine di Google ci sono molte altre azioni e tecniche che vanno attuate. Quelle elencate possono comunque essere delle buone basi da cui partire.

Domanda n. 14:

Come posso trovare un bravo SEO Specialist?

Risposta:

Lo strumento migliore che puoi usare è Google. Digita nel motore di ricerca le parole chiave "esperto SEO" o "SEO agency" seguite dal nome della città in cui risiedi. La pagina di risposta ti proporrà decine di professionisti o agenzie presenti nella tua zona. Normalmente, in una web agency di medie dimensioni ci sono diverse figure professionali, tra cui anche il SEO Specialist.

Un sistema efficace per trovare un professionista SEO esperto e qualificato consiste nel consultare i siti web che sono ben posizionati nei risultati di ricerca di Google. Nel footer, spesso vengono riportati il nome di chi lo ha realizzato e della persona o agenzia che gestisce la SEO.

Domanda n. 15:

Perché i miei concorrenti sono posizionati meglio di me su Google?

Risposta:

Ci sono vari fattori che influenzano il posizionamento di un sito web sui motori di ricerca. Uno di questi è la sua anzianità, un elemento che può avere un impatto significativo. È possibile, ad esempio, che un sito, nonostante abbia un design poco accattivante, ottenga una posizione migliore su Google rispetto ad altri più moderni e appariscenti. Questo potrebbe succedere perché offre contenuti interessanti, gode di un'eccellente reputazione online o perché possiede un robusto profilo di backlink supportato da citazioni presenti su siti autorevoli. In questi casi, la qualità estetica del sito passa in secondo piano. Ecco perché un sito graficamente meno attraente o datato potrebbe riscuotere un maggior successo grazie, per esempio, alla presenza di un blog o di una sezione dedicata al download di documenti PDF, che aumentano l'appeal con il pubblico.

Un elemento che può sicuramente incidere negativamente sul posizionamento nei motori di ricerca è la mancata ottimizzazione SEO delle pagine del sito.

Data la complessità delle variabili in gioco, solo un'analisi dettagliata effettuata

da un SEO Specialist può rivelare le ragioni del miglior posizionamento dei siti dei tuoi concorrenti.

Domanda n. 16:

Il mio sito arretra di posizione su Google. Perché?

Risposta:

Per rispondere a questa domanda andrebbe fatta un'analisi del sito web per capire i motivi che causano la perdita di posizione.

Potrebbe dipendere da alcuni mancati aggiornamenti alla sicurezza del sito, oppure perché non viene più curato, aggiornato e ottimizzato, o a causa dell'uso di testi e foto duplicati da altri siti web. La perdita di posizioni potrebbe dipendere anche da una campagna di link building errata o gestita male, o perché c'è stato un abuso nell'uso delle parole chiave all'interno delle pagine web. I motivi possono essere davvero molti.

Se il tuo sito sta perdendo terreno, il mio consiglio è di richiedere a un SEO Specialist una consulenza e un'analisi dei possibili errori che si stanno commettendo, per individuare i fattori e le ragioni che ne stanno causando l'arretramento.

Solo così sarà possibile predisporre una strategia che possa arrestare la perdita di posizione del sito e lavorare sul suo recupero.

Domanda n. 17:

Oltre alla SEO, che altri metodi ci sono per portare traffico a un sito web?

Risposta:

Per incrementare il traffico verso il proprio sito, oltre alla SEO ci sono vari altri sistemi, tra cui:

- le campagne Google Ads, un sistema di pubblicità a pagamento per mezzo di banner e inserzioni promossi tramite il motore di ricerca e i siti partner;
- le pubblicità online su portali settoriali;
- le collaborazioni con Influencer che sponsorizzano i nostri servizi, prodotti e il nostro sito web;
- le inserzioni e post a pagamento sui social;
- l'e-mail marketing, tramite l'invio di newsletter, proposte e offerte.

Nota conclusiva

La SEO non è solo un insieme di tecniche, ma un vero e proprio investimento

strategico per il futuro della tua attività online. Lavorare sul posizionamento nei motori di ricerca significa migliorare la visibilità del tuo sito, aumentare il traffico qualificato e creare una base solida per raggiungere nuovi clienti. Se sfruttata correttamente, può trasformare il tuo sito web in uno strumento potente, capace di generare valore, opportunità e di migliorare l'autorevolezza e la notorietà.