

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

Un sito web di successo

Un sito web di successo si distingue da uno ordinario in base a 7 punti fondamentali:

- i contenuti delle pagine sono curati e unici (non duplicati);
- l'elemento estetico è valorizzato;
- la navigabilità e l'usabilità sono a buoni livelli;
- le informazioni sono ben organizzate;
- i testi sono chiari e persuasivi;
- le Call to action sono presenti in tutte le pagine;
- nell'insieme, il sito trasmette agli utenti un'esperienza di navigazione positiva.

Quella che segue, invece, è una lista di fattori da tenere presente per realizzare un sito efficiente e funzionale.

Gli elementi da curare e su cui porre l'attenzione sono:

1. l'immediatezza delle informazioni;
2. la facilità di navigazione;
3. la velocità del sito;
4. la coerenza grafica;
5. la cura dei contenuti;
6. l'utilizzo di forme morbide e arrotondate;
7. l'uso di un logo semplice;
8. l'elaborazione e l'utilizzo di testi chiari e comprensibili;
9. l'utilizzo di elenchi puntati;
10. la cura dei link interni ed esterni;
11. l'uso di font sobri;
12. la distribuzione naturale delle keyword;
13. l'uso delle tecniche SEO;
14. la creazione e la cura del profilo backlink;
15. l'uso di foto originali;
16. l'uso di grafiche e immagini originali;
17. l'elaborazione di messaggi persuasivi;
18. l'uso di Call to action;
19. l'utilizzo del certificato SSL;

20. la ricchezza di informazioni;
21. l'espandibilità del sito e l'uso di un blog;
22. l'adattabilità ai diversi dispositivi;
23. l'uso del form "Contatti";
24. l'uso del form "Richiedi preventivo/appuntamento/consulenza";
25. l'iscrizione alla Newsletter;
26. la sezione NEWS;
27. i contenuti aggiornati;
28. l'originalità e l'effetto "Wow".

Vediamoli brevemente.

1. L'immediatezza delle informazioni

L'immediatezza delle informazioni è uno dei fattori con cui possiamo **catturare l'attenzione dell'utente nei primi secondi di navigazione nel sito**.

Come è stato dimostrato da numerosi esperimenti, le persone impiegano meno di dieci secondi per decidere se continuare a navigare in una pagina web.

Per riuscire a stimolare l'interesse e il giusto coinvolgimento, dovrai quindi lavorare su alcuni elementi. Uno di questi è **la velocità con cui l'utente può reperire le informazioni** che cerca. Il secondo elemento riguarda la presenza di **titoli persuasivi e contenuti interessanti**. Il terzo fattore che consiglio di curare è **creare pagine pulite e ordinate**, evitando di usare troppi elementi che distraggono l'attenzione dell'utente anziché concentrarla sulle cose davvero importanti.

2. La facilità di navigazione

Un altro elemento importante di un sito web è **l'organizzazione delle voci nel menu, poiché impatta sulla facilità di navigazione tra le pagine**.

Fai in modo che l'utente possa trovare i contenuti che cerca con pochissimi click. A tale scopo, raggruppa le voci nella barra di navigazione ordinandole per categorie e utilizza menu a discesa per facilitare l'accesso alle sezioni e pagine del sito.

Nella barra di navigazione dovrai necessariamente inserire e mettere ben in vista le voci che portano alle "pagine obiettivo", ovvero quelle in cui vuoi canalizzare la maggior parte del traffico degli utenti. Invece, i pulsanti e i link che rimandano alle pagine del sito che crei ai fini SEO e per il posizionamento, ma che non sono tra le più importanti per l'utente, consiglio di metterli nel footer o nelle pagine interne.

Collegati al mio sito www.salamone.it e nota 1) come è strutturata la barra di navigazione, 2) i link delle pagine secondarie che ho inserito nel footer, e 3) i link

che ho inserito nelle pagine interne.

3. La velocità del sito

Sappiamo da tempo che un numero elevato di utenti abbandona la navigazione di un sito se le sue pagine non riescono ad aprirsi velocemente o a caricarsi correttamente. Per tale motivo, bisogna fare in modo che le pagine siano visualizzabili in pochissimi secondi. Se il tuo sito non ha questa caratteristica, poni subito rimedio, ad esempio riducendo il contenuto della pagina o alleggerendo alcuni elementi come fotografie e immagini. La lentezza potrebbe anche dipendere dalle basse prestazioni del server o da un codice HTML "sporco" o scritto male. Anche questi fattori vanno verificati e se necessario fai le dovute correzioni.

4. La coerenza grafica

Gli elementi grafici costituiscono un'importante caratteristica di un sito web. Ad esempio, lo sfondo non dovrà avere colori fastidiosi e forti, o tali da non riuscire a mettere in risalto il contenuto delle pagine web. Le tonalità con il giusto contrasto devono certamente essere presenti, ma ciò non giustifica ad esempio l'uso di uno sfondo color verde fluo con un testo color giallo-zinco. **In molti casi, la sobrietà è la soluzione migliore.** Molti siti di successo hanno lo sfondo bianco e grafiche semplici.

Nel decidere i colori da utilizzare nel sito, dovrai fare riferimento a quelli presenti nel tuo logo e usare tonalità che si armonizzano con esso. Una regola di buon senso è creare una linea grafica mettendoti sempre nei panni dell'utente, cercando di impressionarlo positivamente, ma che allo stesso tempo lo rilassi e lo faccia sentire a suo agio.

Altro fattore fondamentale è l'*uniformità nello stile*. Le varie pagine del sito dovranno, ad esempio, contenere elementi con le stesse tonalità di colore e gli stessi font, in modo che l'utente riconosca una certa omogeneità.

Quando avrai deciso i colori da utilizzare, cerca di mantenere la coerenza con tutti gli altri elementi presenti nel sito, come i pulsanti, le Call to action, i titoli, i link e anche nella selezione delle foto e delle immagini. Fai in modo di mantenere anche uno stile coordinato con gli altri strumenti di marketing che utilizzi, come il biglietto da visita, le brochure, la carta intestata, ecc.

5. I contenuti

Nel cercare di costruire un sito web efficiente, coinvolgente e che susciti interesse, è necessario porre la massima cura ai contenuti, sia dal punto di vista grafico ma, soprattutto, per il valore che trasmettono. Il sito va realizzato per l'utente: è a lui che bisogna pensare quando elaboriamo o selezioniamo i testi, le

immagini, le fotografie e qualsiasi altra risorsa o elemento. "Content is King", la famosa citazione di Bill Gates, deve essere la nostra bussola e il nostro mantra nella costruzione e ottimizzazione di un sito web.

6. L'utilizzo di forme morbide e arrotondate

L'occhio umano percepisce in pochi secondi se ciò che gli appare davanti è rilassante e invitante, o se invece gli crea un senso di fastidio e disagio.

Senza necessariamente dover diventare ossessivi su questo punto, per quanto possibile usa forme morbide e arrotondate nelle pagine del sito, poiché trasmettono all'utente un senso di armonia. Ad esempio, un pulsante con gli spigoli leggermente arrotondati risulta essere più gentile, oltre a canalizzare l'attenzione degli utenti verso la scritta al centro dell'oggetto. Lo stesso concetto vale per le fotografie e le immagini, risultando più gradevoli da guardare.

7. L'uso di un logo semplice

I loghi dei grandi brand, come quelli di Google, Nike, Samsung, Netflix o Amazon sono straordinariamente sobri ed elementari. Ci sarà un motivo?

Un logo semplice e pulito trasmette un senso di professionalità e chiarezza.

Detto ciò, il mio consiglio è di evitare forme geometriche complesse e l'uso di molti colori. La semplicità paga sempre. In merito ai colori che usi o che userai, devono essere coerenti con il settore in cui operi. Se, ad esempio, hai un'impresa che lavora nel settore ecologico, usare un logo di colore viola è fuorviante e fuori luogo. Il verde o il blu è decisamente più appropriato.

Cura tutti questi aspetti, perché usare un logo semplice, d'impatto e facile da ricordare ha un potere comunicativo ed estetico maggiore rispetto a uno che contiene tanti elementi, a volte anche poco armonici e coerenti tra loro. Se il tuo logo è complesso e desideri semplificarlo, considera un rebranding. Il tuo business, la comunicazione e il tuo marketing ne trarranno sicuramente benefici.

8. Testi chiari e comprensibili

I testi presenti nel tuo sito dovranno essere **chiari, facilmente comprensibili e privi di un linguaggio troppo complesso o eccessivamente formale e tecnico**. Anche se questo fattore dipende molto dal target a cui ci si rivolge, è sempre meglio puntare alla semplicità, usando frasi e paragrafi brevi e scorrevoli. La migliore condizione è sempre quella di metterci nei panni dell'utente ed elaborare testi di facile lettura.

9. Gli elenchi puntati

Gli elenchi puntati hanno un grande pregio: presentano informazioni e concetti

in modo chiaro e sintetico. Non dovrebbero mai mancare nei testi e nelle pagine del tuo sito internet.

Puoi utilizzarli per riportare delle sintesi di argomenti già trattati o per elencare informazioni che in un paragrafo normale non verrebbero valorizzati a dovere. Quindi, ovunque ne hai la possibilità, usa gli elenchi puntati: i testi nelle tue pagine web ne gioveranno e l'esperienza dell'utente ne trarrà beneficio.

10. I link interni ed esterni

I collegamenti ipertestuali sono la caratteristica primaria delle pagine web, perché, a differenza di altri documenti, permettono di spostarsi con facilità verso altre pagine o contenuti per fare approfondimenti o reperire informazioni correlate all'argomento principale.

Devi curare i link interni ed esterni del tuo sito, mettendoti costantemente nei panni dell'utente e immaginando quali potrebbero essere le sue esigenze di ricerca. Google e altri motori di ricerca danno molta rilevanza alla loro presenza nei testi, perché li interpretano come lo sforzo di un sito di migliorare l'esperienza di navigazione. Supponiamo, ad esempio, che in un paragrafo utilizzi una parola non comune. Se non è presente un link verso una pagina internet che ne spiega il significato, l'utente dovrà uscire dal tuo sito ed effettuare una ricerca sul web. Lo farà sicuramente, ma sarebbe molto più comodo se ci fosse un collegamento ipertestuale nel paragrafo che sta leggendo, agevolandolo nella navigazione. In tal senso, **i link sono davvero elementi di qualità**. Vale lo stesso principio se i collegamenti sono attivi verso le pagine interne del sito.

Visita la pagina qui di seguito e osserva come ho inserito alcuni link per favorire all'utente la navigazione e l'approfondimento di alcuni concetti:

www.salamone.it/cosa-e-la-SEO

11. Font sobri

Scegli con cura i font da usare. Certamente devono essere in linea con il tipo di messaggio che desideri trasmettere. Il mio consiglio è di utilizzare caratteri sobri e che trasmettono un senso di tranquillità, evitando quelli che hanno forme spigolose o stravaganti. Sono da preferire quelli standard e più utilizzati come Arial, Verdana, Georgia, Tahoma e Baskerville, perché sono maggiormente compatibili con i vari device e browser. Se invece usi un font particolare potresti vederlo su desktop in un modo e sullo smartphone in un altro.

Presta anche attenzione alla grandezza dei font che utilizzi nelle pagine web. Lo scopo deve essere sempre quello di rendere tutto ben leggibile e armonico, ma soprattutto anche molto chiaro. L'utente **dovrà sentirsi a suo agio quando legge e non trovarsi davanti a pagine con caratteri troppo piccoli o troppo grandi**. An-

che i colori dei testi devono essere curati e coerenti con il contesto generale. Evita pertanto colori troppo accesi e che non si armonizzano con il tuo logo, lo stile grafico e con gli altri contenuti presenti nel sito web. Anche qui, attieniti a concetti di semplicità e sarai sicuro di trasmettere un'immagine professionale e autorevole.

12. La distribuzione naturale delle keyword

Poni molta attenzione alla distribuzione delle keyword. Non essere eccessivo nel loro utilizzo e mettile nei posti giusti: nell'URL delle pagine del sito, nei meta tag, nei titoli delle pagine, nei titoli delle sezioni, nei sottotitoli, nei testi, nell'attributo Alt e nei nomi dei file di foto e immagini. Per evitare di essere troppo ripetitivo, cerca di usare anche sinonimi e parole chiave correlate, ma con moderazione, perché potresti rischiare penalizzazioni da parte di Google. Fanne un uso naturale, mettendoti sempre nei panni di chi dovrà leggere i testi e consultare le pagine.

13. L'uso delle tecniche SEO

Un sito che mira al successo e a un buon posizionamento nei motori di ricerca **non può non utilizzare le tecniche SEO per migliorare ogni sua parte possibile**. Vanno curati tutti i contenuti delle pagine web e le caratteristiche generali del sito, oltre che la SEO off-site ovviamente. Fai conto che Google dà un punteggio ai siti web sulla base di circa 200 fattori. Cerca di curare almeno quelli fondamentali visti in questo manuale.

14. La creazione e cura del profilo backlink

Avere dei link in entrata ed essere citati da altre fonti aumenta l'autorevolezza e la notorietà del tuo sito web, con inevitabili effetti positivi sul posizionamento nei motori di ricerca. Per questo motivo, dovresti cercare di curare e aumentare nel tempo la presenza di backlink su siti, blog, portali e magazine online, meglio se trattano argomenti affini al settore in cui operi. Consiglio di puntare prevalentemente su siti web che abbiano un PageRank medio-alto. Creare per il tuo sito web un profilo backlink autorevole e di qualità, ti aiuterà in modo determinante e a volte sorprendente nel migliorare il tuo posizionamento nelle SERP.

15. L'uso di foto originali

Google ha la capacità di capire se stai usando fotografie originali o copie che usano centinaia di altri siti web. Per quanto possibile, dovresti usare foto uniche e professionali: il tuo sito ne trarrà beneficio e, se sono belle, anche l'impatto estetico trasmetterà all'utente sensazioni piacevoli e un'immagine positiva.

16. L'uso di grafiche e immagini originali

Anche per le immagini non fotografiche valgono le stesse considerazioni fatte per le fotografie: devono essere possibilmente uniche e originali. Sto parlando di infografiche, schemi, disegni e diagrammi.

17. I messaggi persuasivi

I titoli delle pagine e delle sezioni, i sottotitoli e, in generale, qualsiasi tipo di testo presente nel sito, inclusi quelli usati nei tag Title e nei meta tag Description, devono incuriosire e invogliare gli utenti nel proseguire nella lettura.

L'interesse dell'utente deve essere stimolato e mantenuto vivo se vogliamo che continui a navigare nel sito senza abbandonarlo dopo pochi secondi. So che scrivere per molti non è un compito semplice, ma con un po' di studio e di pratica si possono imparare tecniche davvero efficaci. Nel prossimo capitolo troverai una guida che sono sicuro potrà darti spunti interessanti. In alternativa, si può sempre ricorrere a dei copywriter professionisti.

18. Le Call to action

È sempre bene utilizzare delle Call to action in tutte le pagine del sito **perché hanno il potere di invogliare gli utenti a contattarti**, a richiedere un preventivo, un appuntamento, oppure ad acquistare i prodotti o servizi che vendi.

A titolo di esempio, guarda in questa pagina come ho usato io le Call to action: www.salamone.it/i-servizi

19. Il certificato SSL

Il certificato SSL è un protocollo crittografico che protegge i dati sensibili che si scambiano due sistemi, evitando il furto da parte di esperti criminali informatici. È indispensabile negli e-commerce, dove l'utente inserisce i suoi dati personali e quelli della carta di credito, ma è utile anche in quei siti dove sono semplicemente presenti form e moduli di contatto. Anche se il tuo sito web non ricade in una di queste due tipologie, usalo ugualmente: gli utenti, vedendo il lucchetto apparire nella barra del browser o notando la presenza del certificato SSL, si sentiranno più sicuri, e anche il motore di ricerca ne terrà conto ritenendolo un sito affidabile.

20. La ricchezza di informazioni

Rendi il tuo sito ricco di informazioni, di risorse e contenuti. Fai in modo che l'utente lo possa giudicare interessante e che trovi molti validi motivi per consigliarlo ad altri e per tornare a navigarci. Ad esempio, puoi inserire delle infografiche create ad hoc che spiegano un certo fenomeno o alcuni servizi che offri. Puoi ricorrere alla tecnica dello storytelling per raccontare la storia della tua attività,

oltre a pensare a una sezione dove inserire le foto del team con una breve presentazione. Puoi anche dare la possibilità agli utenti di scaricare dei PDF o un e-book. Un'altra idea è quella di attivare e curare un blog pubblicando articoli interessanti. Puoi fare molte cose. **Il solo limite è la creatività**, ma devi curare questo aspetto e arricchire i contenuti in modo che l'utente li trovi interessanti e coinvolgenti, oltre che a farsi una buona idea di te e della tua attività. Questo approccio aumenterà la qualità del tuo sito e il tempo di navigazione degli utenti tra le sue pagine, con effetti positivi sul posizionamento nelle SERP.

21. L'espandibilità del sito e l'uso di un blog

Un altro elemento da non sottovalutare è l'espandibilità e la crescita del tuo sito web, magari con l'attivazione di un blog. In tal senso, ogni pagina che crei e aggiungi può essere ottimizzata con parole chiave specifiche. L'effetto positivo è che al **crescere del numero di pagine aumenta anche il potenziale del sito di migliorare il posizionamento nelle SERP**. Dunque, prendersene cura ed espanderlo equivale a farlo crescere nel tempo, aumentandone il suo valore e la sua visibilità.

22. L'adattabilità ai diversi dispositivi

Un'altra caratteristica importante riguarda l'**adattabilità del sito web a ogni tipo di dispositivo**, ossia monitor, tablet e smartphone. In altri termini, il sito deve essere *responsive* (reattivo e non con elementi fissi) in modo da garantire agli utenti una corretta visualizzazione delle pagine e dare a tutti la possibilità di navigarci comodamente. Anche i motori di ricerca tengono conto di questa caratteristica penalizzando i siti di vecchia concezione.

23. Il form "Contatti"

Un elemento che non farei assolutamente mancare a un sito web è il form "Contatti". Devi rendere semplice la possibilità agli utenti di inviarti un messaggio o di contattarti. Oltre a pubblicare sul sito il numero di telefono, l'indirizzo e-mail e il pulsante WhatsApp, aggiungi un semplice modulo da compilare: darà alle persone uno strumento in più per essere invogliati a inviarti un messaggio o per mandarti una richiesta. Nel creare il form "Contatti" non utilizzare troppi campi: alcuni utenti si fermano di fronte a moduli lunghi o con molte opzioni. Puoi sottoporre alle persone un eventuale secondo form per raccogliere più dati in una fase successiva (simile a un breve questionario) solo dopo aver verificato il loro livello di interesse. Ma, per il primo contatto, creerei un form semplice, in modo da incentivare le persone a compilarlo e a inviare la richiesta.

24. Il form "Richiedi preventivo/appuntamento/consulenza"

Un'altra sezione che consiglio di includere nel sito è un form con cui gli utenti possono richiedere un preventivo, oppure un appuntamento o una consulenza. Tieni presente che una persona che decide di compilare questo tipo di modulo è già predisposta ad acquistare un servizio. È un elemento, però, non adatto a tutti i siti internet. Ad esempio, non è consigliabile inserirlo in un sito e-commerce, dove generalmente gli utenti consultano gli articoli, scelgono, ordinano e concludono l'acquisto con il pagamento. Se, invece, offri un servizio dove di norma la vendita è preceduta dalla fornitura di un preventivo, da un'offerta o da una consulenza, conviene inserirlo. Se poi nel form, oltre alla raccolta dei dati della persona, c'è un campo che permette all'utente anche l'inserimento di una descrizione del servizio a cui è interessato o della problematica che vuole risolvere, le informazioni che ti verranno inviate ti permetteranno di fare una prima scrematura e comprendere cosa viene richiesto esattamente.

25. L'iscrizione alla Newsletter

Anche la possibilità di iscriversi a una newsletter è un fattore che aumenta il valore di un sito web, ovviamente se a ciò fa seguito una buona attività di comunicazione e nurturing attraverso l'invio di e-mail informative, news, offerte e link di articoli pubblicati nel blog.

26. La sezione "NEWS"

Assicurati di includere in tuo sito questa utile sezione, che permette di tenere informato il pubblico sugli sviluppi della tua attività attraverso novità e comunicazioni di vario genere. La sezione "News", se aggiornata regolarmente, trasmette agli utenti l'idea che dietro al sito c'è un team e un'azienda attiva, rafforzando la fiducia e offrendo anche motivi validi per tornare a visitarlo.

27. I contenuti aggiornati

Un altro fattore fondamentale per la qualità del sito riguarda gli aggiornamenti dei contenuti. Questi, infatti, dovranno essere curati, rivisti e modificati se necessario, cancellando dati non più validi o obsoleti. Una cosa che infastidisce parecchio gli utenti è trovare sul sito informazioni non aggiornate, ad esempio orari di apertura errati o la presentazione di un servizio che non viene più fornito.

28. L'originalità e l'effetto "Wow"

Punta sull'effetto "Wow" per differenziarti, dare valore e fare qualcosa a cui pochi hanno pensato. Ad esempio, immagina una persona che entrando nel tuo sito trova una sezione podcast dove affronti varie tematiche, oppure in cui rispondi

alle domande più comuni che le persone ti pongono, una sorta di sezione FAQ in formato audio. Un altro esempio potrebbe essere quello di un sito che all'interno delle pagine ha delle vignette simpatiche e coerenti con gli altri contenuti.

Io ho usato lo stratagemma dell'originalità e dell'effetto "Wow" dando la possibilità ai titolari di aziende B2B di richiedere un libro in regalo. Ad altri, invece, offro la possibilità di scaricare gratuitamente interessanti e-book sul marketing e sulla SEO.

Dunque, oltre a rendere il tuo sito interessante e utile, **punta anche sulla creatività e sull'originalità**. Impegnati a renderlo attraente e unico: gli utenti ne rimarranno colpiti, ci navigheranno con piacere e magari faranno anche volentieri un po' di passaparola e condivisioni.