

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

SEO off-site e Link Building

Come abbiamo visto nei precedenti capitoli, per raggiungere buoni obiettivi di posizionamento è fondamentale **apparire nei primi risultati delle SERP con parole chiave rilevanti**, in relazione al settore in cui si opera. Dopo tutto, ci sono pochissime possibilità che qualcuno visiti il tuo sito se appare nella terza o quarta pagina di Google.

Nel contempo, sappiamo anche molto bene che arrivare in cima ai risultati di ricerca con parole chiave competitive non è né facile né veloce. È qui che la link building può darci una grande mano.

Nelle prossime righe vedremo di cosa si tratta e come puoi sfruttarla per dare una spinta concreta al posizionamento del tuo sito web.

Cos'è la Link Building

La link building consiste in una serie di attività finalizzate all'acquisizione di backlink, cioè collegamenti ipertestuali inseriti su siti web di terze parti che puntano al sito di cui stiamo curando la SEO, con l'obiettivo di migliorarne il posizionamento. Ogni volta che qualcuno raggiunge il tuo sito da un link presente su una pagina web, un blog, un portale o un sito di informazioni, lo fa attraverso un backlink.

Chi ha qualche anno di esperienza in questo ambito, sa bene che nel corso del tempo le strategie di link building sono cambiate molto.

Agli albori della SEO, nei primi anni 2000, si cercava di ottenere il maggior numero possibile di link privilegiando la quantità anziché la qualità. Di conseguenza, iniziarono a emergere pratiche di uso massivo e spudorato, ben sapendo che più backlink si riuscivano a ottenere, maggiori erano le possibilità di posizionarsi nei risultati di ricerca.

Da un po' di anni, però, le cose sono radicalmente cambiate. Se forzi questo meccanismo e appari innaturale agli occhi di Google, o se compri backlink (soprattutto di bassa qualità), non solo rischi di non ottenere alcun effetto positivo, ma potresti addirittura essere penalizzato dai motori di ricerca.

Insomma, **la chiave del successo della link building sta nell'investire sulla qualità e varietà dei backlink, piuttosto che esclusivamente sulla quantità.**

Perché è importante per il posizionamento

La link building è tra le attività più importanti per migliorare il posizionamento

di un sito nelle SERP. Nonostante ciò, moltissimi gestori o titolari di siti web non curano questo aspetto.

Cosa significa questo?

In primo luogo, che la link building risulta essere ancora sottovalutata rispetto alle sue reali potenzialità. Inoltre, considerando che la maggior parte dei siti presenti sul web non ha link in entrata, **anche solo pochi backlink di qualità possono spesso darci un concreto vantaggio sulla concorrenza**. Ecco perché è così importante includere strategie di link building in un piano SEO.

Ciò premesso, ci sono molti benefici che questo sistema può apportare al tuo sito web. Proviamo a riassumere i più importanti:

- **Promozione verso nuovi utenti.** Quando pubblichiamo un articolo su un sito di terze parti corredato da un backlink, la pagina o il sito di cui stiamo curando la SEO viene promosso a un pubblico completamente nuovo, aumentando potenzialmente il numero di lettori;
- **Posizionamento SEO.** Gli algoritmi di Google fanno affidamento al profilo backlink di un sito web per determinare il suo PageRank. Maggiore è il numero di backlink che puntano al tuo sito, più alte sono le possibilità di migliorare il posizionamento nei motori di ricerca, soprattutto se sono presenti su siti di qualità;
- **Stimolare le condivisioni.** Una parte importante delle attività di link building consiste nel cercare di raggiungere influencer, blogger e utenti in generale che possano promuovere o condividere il tuo sito web attraverso i backlink. Man mano che coltivi questi rapporti e promuovi i tuoi contenuti, il numero di link in ingresso e di citazioni potrà aumentare, con riflessi positivi sul posizionamento del sito;
- **Consapevolezza del marchio.** Ogni backlink è un'opportunità in più per informare le persone sull'esistenza del tuo brand, facendo crescere la tua notorietà e popolarità tra il pubblico.

Come funzionano i backlink e i motori di ricerca

Ora che sai che i backlink sono importanti, cerchiamo di comprendere come fa Google a capire nell'ecosistema Internet quali siti e pagine web sono le più rilevanti in relazione alle ricerche degli utenti.

Per comprenderlo, ricorda che i motori di ricerca svolgono tre funzioni principali:

- il **crawling**, che serve al motore di ricerca per scoprire e scansionare pagine e contenuti presenti sul web;
- l'**indicizzazione**, ovvero l'inserimento e l'organizzazione delle pagine web

nel database del motore di ricerca, dove vengono raccolte informazioni e link che formano la base dei risultati di ricerca;

- il **posizionamento**, in cui i motori di ricerca assegnano un punteggio di qualità alle pagine di un sito, classificando gli URL dai più rilevanti a quelli meno, in relazione a query e parole chiave.

Il crawling è essenziale per permettere ai motori di ricerca di trovare e acquisire nuovi contenuti. Qui, i backlink giocano un ruolo fondamentale. I crawler dei motori di ricerca li utilizzano per navigare nel web da un sito all'altro. Questo significa che quando il sito A include un link che si collega al sito B, il crawler può seguire questo percorso e scoprire l'esistenza del sito B, che altrimenti potrebbe rimanere non rilevato anche per lungo tempo. In pratica, i backlink agiscono come ponti che collegano le diverse pagine presenti sul web, permettendo ai motori di ricerca di tessere una mappa sempre più estesa e aggiornata.

Nella fase di indicizzazione, invece, il ruolo dei backlink è meno diretto. Questo passaggio riguarda principalmente l'inserimento di informazioni negli indici dei motori di ricerca, utilizzati per generare i risultati nelle SERP, includendo pagine web, immagini, video, PDF e altri tipi di contenuti.

Una volta che una pagina o risorsa è stata scoperta e indicizzata, i backlink **diventano estremamente importanti nel processo di posizionamento**. I motori di ricerca li valutano come voti di fiducia: **più un sito riceve link da fonti affidabili e rilevanti, maggiore è la probabilità che venga considerato autorevole e di valore**. Questo migliora il suo PageRank, influenzando positivamente la sua posizione nei risultati di ricerca.

Dunque, riassumendo, i backlink sono visti come **segnali ed elementi di credibilità e autorevolezza**. L'idea di fondo è che un sito web qualsiasi **non inserirebbe mai nelle sue pagine un link verso un altro sito se non lo considerasse meritevole di essere condiviso**.

Poiché l'obiettivo di ogni motore di ricerca è fornire risultati utili, pertinenti e di qualità a beneficio degli utenti, il profilo backlink di un sito web è un indicatore attendibile per stabilirne il valore.

Arrivati a questo punto, diventa fondamentale **capire come poter costruire una struttura di link in ingresso efficace** e degna di essere premiata dai motori di ricerca.

Come creare un buon profilo backlink

In ambito SEO, al di là degli interventi che puoi effettuare direttamente sul sito e nelle pagine web, il concetto che mi preme trasferirti in questo esatto momento è che **i backlink sono un importante fattore di posizionamento**.

Ma come possiamo gestirli efficacemente e creare una buona rete di link che dia valore e forza alle nostre attività di posizionamento?

Il primo passo obbligatorio è **realizzare un sito con contenuti e pagine web che valgano davvero la pena di essere linkati e condivisi**. Non importa quanto tu possa spendere e investire nella tua strategia di link building e nel tuo piano marketing. Se non hai un sito di qualità, interessante e che coinvolge, sarà molto difficile e dispendioso ottenere dei backlink.

Dunque, assicurati che il sito abbia informazioni presentate in modo pulito e professionale, con testi ben scritti, ricco di contenuti validi e utili, in grado di stimolare il giusto interesse. Accertati che ogni pagina sia ottimizzata al meglio.

Fatto tutto ciò, giunge il momento di **creare una strategia** che ti aiuti a raggiungere i tuoi obiettivi di link building e di posizionamento.

Un passo importante è **scegliere da chi ottenere i backlink**. Puoi, per esempio, iniziare col cercare siti web o influencer che si rivolgono a un pubblico simile al tuo. Due fattori dovrebbero orientare la tua scelta e selezione:

- la **coerenza**, ovvero cerca di preferire siti che siano in linea con la tua proposta o il settore in cui operi;
- l'**autorevolezza**, rivolgendoti prevalentemente a siti web che siano credibili, popolari e che abbiano a loro volta un buon profilo backlink.

Detto ciò, anche ottenere link da magazine online o siti web autorevoli che trattano tematiche diverse dal tuo settore può risultare utile, ottenendo a volte risultati sopra le attese. Per fare un esempio, ricevere un backlink da un sito come *// Sole 24 Ore* (esageriamo!) avrà certamente un peso maggiore di uno presente su un blog che pochi visitano e dal ranking basso. **Un sito che ha una grande autorevolezza e un ottimo PageRank trasmetterà parte di questi valori al sito web verso il quale il link rimanda**. Nonostante ciò, una buona regola è cercare di ottenere backlink anche da siti di media qualità o che hanno poche visite al mese, anche se incidono meno sul posizionamento. Il vantaggio di essere presenti con link in ingresso su una varietà di siti web e non solo su quelli autorevoli, sta nel fatto che i motori di ricerca interpretano il profilo backlink come naturale e organico, anche se (non nascondiamocelo) siamo noi in molti casi a forzarne la creazione a favore del sito di cui curiamo il posizionamento.

Una volta che ti sarai procurato una lista di siti web potenzialmente interessanti, puoi iniziare a contattare i loro proprietari per verificare se siano disponibili a ospitare un tuo articolo con un backlink.

In tal senso, è buona pratica scrivere una proposta efficace per ottenere l'attenzione da parte di chi potrebbe agevolarci in questo processo. Ricorda che i webmaster e i proprietari di siti web ricevono tante richieste e il tuo compito sarà

quello di emergere dalla mischia, formulando un'offerta interessante e accattivante.

Un'idea di operatività per ottenere backlink è:

1. fare un'analisi del sito web in cui vorresti venisse inserito un tuo link in ingresso e valutare quali contenuti sono mancanti;
2. proporre un paio di idee di guest post al webmaster;
3. dimostrare la tua esperienza nel settore, includendo lavori realizzati che possano far capire che sei una fonte affidabile;
4. essere chiari nella proposta, specificando cosa darai in cambio.

Quali testi usare per ancorare i link

Ora che abbiamo diversi elementi per comprendere come comportarci nella creazione di una buona strategia di link building, occupiamoci di un altro fattore altrettanto importante: l'**anchor text** o testo di ancoraggio.

L'anchor text è la parola o il gruppo di parole su cui viene inserito il link, e ci sono tante ragioni per cui dovresti dedicare tempo e cura alla scelta di questo elemento.

Innanzitutto, l'anchor text deve fornire un significato testuale coerente con la pagina a cui gli utenti approdano se cliccano su un link. In secondo luogo, il testo di ancoraggio può aumentare la rilevanza di una specifica parola chiave, aiutandoti a posizionarti nelle SERP con la parola o frase utilizzata.

Curare gli anchor text è, dunque, una parte integrante della strategia di link building e di posizionamento.

ESERCIZIO

Osserva gli anchor text usati nei link presenti nelle pagine elencate qui di seguito e nota 1) a quali pagine web si collegano, e 2) quali sono le parole chiave primarie usate nelle pagine di destinazione.

www.salamone.it/copywriter-seo

www.salamone.it/blogging

www.salamone.it/seo-agency

Link Dofollow e Nofollow

Due termini che vengono spesso abbinati ai backlink sono **Dofollow** e **Nofollow**. In questa sezione analizziamo cosa sono e che utilità hanno.

Dofollow e Nofollow sono attributi HTML, utili ai bot dei motori di ricerca e che possono essere assegnati ai link. Il **Nofollow** ordina di non trasmettere PageRank e autorevolezza alla pagina web di destinazione, non producendo così un effetto diretto sul suo posizionamento. Di contro, i link **Dofollow** sono sicuramente più

preziosi perché contribuiscono maggiormente al posizionamento nelle SERP, poiché trasferiscono PageRank e parte del loro valore alla pagina di destinazione.

Attenzione, però: questo non significa che i link Nofollow non possano contribuire in alcun modo alla SEO. Seppur indirettamente, qualsiasi sito web può ottenere benefici da un backlink di tipo Nofollow, perché può contribuire a generare traffico e visibilità. Tuttavia, se vuoi migliorare il tuo posizionamento sul web e nei motori di ricerca, è sui link Dofollow che dovresti prevalentemente puntare.

Qui di seguito trovi due esempi di come si inseriscono nel codice HTML gli attributi Nofollow e Dofollow in un link:

www.salamone.it/dofollow-nofollow

Guest Posting

Torniamo per un momento a occuparci di quali siano le tattiche che puoi utilizzare per alimentare la tua strategia di link building. Una di queste è il *guest posting*, ovvero la possibilità di pubblicare un articolo "ospite" su un sito di terze parti. Così facendo, non solo puoi ottenere backlink utili al posizionamento, ma anche raggiungere un pubblico più ampio.

In tal senso, il mio consiglio, già espresso in precedenza, è di procedere nel seguente modo:

- fai una ricerca e seleziona siti web e blog correlati al tuo settore;
- contatta il webmaster e offriti di scrivere un guest post da pubblicare nel suo sito o blog;
- scrivi l'articolo in cui andrai a inserire il backlink;
- richiedine la pubblicazione.

Sono pienamente consapevole che quest'attività richiede tempo, energie e capacità di negoziare. Tuttavia, se ci lavorerai con impegno, è una strategia che sarà in grado di portarti nel tempo significativi vantaggi. Il sistema può anche essere forzato ricorrendo a quelle aziende che offrono la pubblicazione di articoli nel loro circuito di blog e magazine online. Pur essendo una pratica sconsigliata da Google, non sono pochi quelli che vi ricorrono nonostante i rischi. Se anche tu dovessi utilizzare questi servizi, adotta ogni accorgimento possibile affinché tutto appaia naturale e organico. Ad esempio, eviterei di pubblicare di punto in bianco un articolo al giorno se non hai mai svolto questo genere di attività. Inoltre, mi terrei lontano da siti spam, ovvero di scarso valore, pieni di pubblicità e di link. Gli algoritmi di Google potrebbero insospettirsi e decidere di penalizzare il sito web che riceve backlink in modo forzato e poco naturale, soprattutto se provengono da siti di bassa qualità.

Link sui social media

Anche se i link sui social media sono generalmente di tipo Nofollow e si ritiene che non influenzino direttamente il posizionamento nelle SERP (molti sostengono il contrario), ti consiglio comunque di non sottovalutarli, poiché il loro utilizzo contribuisce a mostrare alle persone qual è il tuo business, chi sei e di cosa ti occupi, generando traffico e aumentando la tua notorietà. Inoltre, ogni volta che pubblichi un post, c'è una possibilità in più che possa essere condiviso da altre persone e che un numero sempre crescente di utenti decida di seguirti. Più condivisioni otterrai, maggiore sarà anche il traffico che il tuo sito web riceverà, meccanismo che in ambito SEO contribuisce non poco al posizionamento.

Nota

In questo capitolo sono stati usati alcuni termini nuovi, tra cui "profilo backlink", "PageRank", "Dofollow", "Nofollow", "anchor text" e "guest posting". Se non sono sufficientemente chiari, vai al glossario a pagina n. 237 e leggi la loro definizione.