



Il Sito Web vincente

prima parte - creazione e ottimizzazione

Melissa Marchi | Katriina Miola - *Digital Strategist*
Camera di Commercio di Livorno



Camera di Commercio
Livorno



INDICE

1.0 Intro

- 1.1 Scegliere che tipo di presenza online avere
- 1.2 Gli strumenti per creare un sito web di proprietà

2.0 Prima della creazione del sito

- 2.1 Accenni di Web Marketing
- 2.2 Il traffico verso un sito
- 2.3 Modello di Funnel
- 2.4 Come funziona un motore di ricerca: Googlebot, SERP

3.0 Si scrive SEO, si legge Ottimizzazione per i motori di ricerca

- 3.1 Cos'è la SEO
- 3.2 SEO on-page e off-page
 - 3.2.1 Keyword research
 - 3.2.2 Ottimizzazione dei contenuti con parole chiave

3.2.3 Link Building

3.3 Alcuni consigli

4.0 Trasformare il traffico in conversioni

- 4.1 introduzione
- 4.2 Punti di conversione: "conversion optimization"
- 4.3 Design, Layout e Usabilità
- 4.4 Landing page ottimale
- 4.5 Il sito mobile friendly
- 4.6 Evitare le distrazioni

5.0 Google Search Console

- 5.1 cos'è e come funziona



Prima di creare un sito web, è importante capire quali possibilità esistono per avere una presenza online. Esistono **siti Web di proprietà** e altre **presenze Web su siti di terzi**



Il tuo sito web:

- ★ Ti dà il pieno controllo per quanto riguarda la personalizzazione, ad esempio, del nome di dominio e del layout
- ★ Consente di aggiungere diverse pagine
- ★ **Richiede una configurazione più lunga e complessa**

Altri tipi di presenza sul Web:

- ★ Sono gratuiti e hanno costi bassi
- ★ Sono facili e veloci da configurare
- ★ **Ti offrono un controllo limitato per quanto riguarda la personalizzazione, ad esempio, del nome di dominio, del layout e delle funzionalità fornite**

4 Modelli *di business* **per l'attività online**

Lead Generation

Generare nuovi contatti-clienti

E-commerce

Vendere i tuoi prodotti-servizi online

Traffico e brand

Portare traffico e visibilità al tuo sito e marchio

Local

Promozione online per portare i clienti al tuo esercizio commerciale

Siti di
Proprietà



3rd
Parties



Presenza online

Vendita online

**Siti di
Proprietà**



**3rd
Parties**



Presenza online

Vendita online



Soluzioni **economiche** o completamente free



Semplicità di utilizzo per la pubblicazione del contenuto



Plugin, widget, templates e **temi professionali** a disposizione

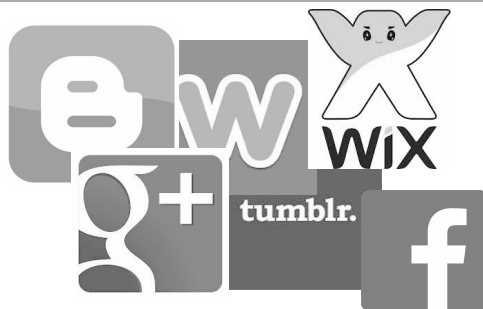


(esempi: Google+ Page, Facebook Page, Blogger, Weebly, Wix, Tumblr)

**Siti di
Proprietà**



**3rd
Parties**



Presenza online

Vendita online

Gestione catalogo
con
interfaccia ebay

5% - 12%
Commissioni

20 €/mese
Iscrizione



Pagina profilo
Negozio/venditore

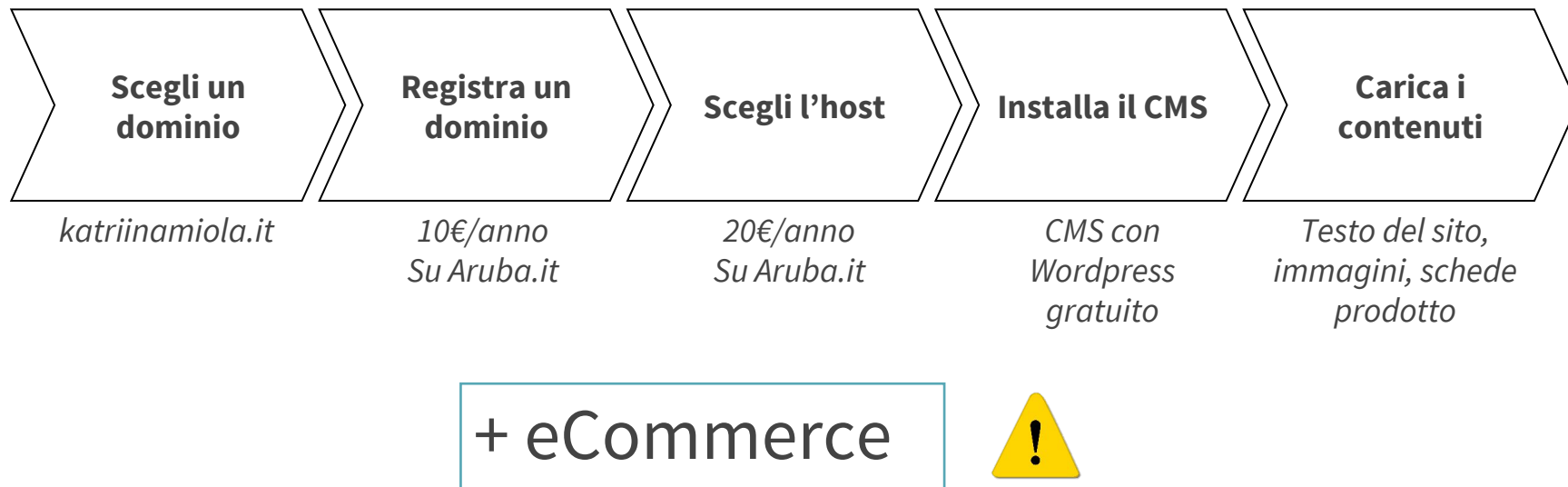
**Siti di
Proprietà**





 WORDPRESS Joomla! Drupal	 opencart WORDPRESS + eCommerce plugins PRESTASHOP Magento
 WIX tumblr. f	 amazon ebay Etsy shopify

**3rd
Parties**

Presenza online

Vendita online



	Semplicità	Funzionalità	Costo	Catalogo Prodotti
 	Semplice	Standard	Basso	Pochi prodotti con poche varianti
 PRESTASHOP	Complesso	Numerose	Medio	Cataloghi medio-grandi Facilità di inserimento dei prodotti
 Magento	Molto complesso	Numerose	Elevato	Ampio catalogo con molte varianti (colore, taglia, modello)

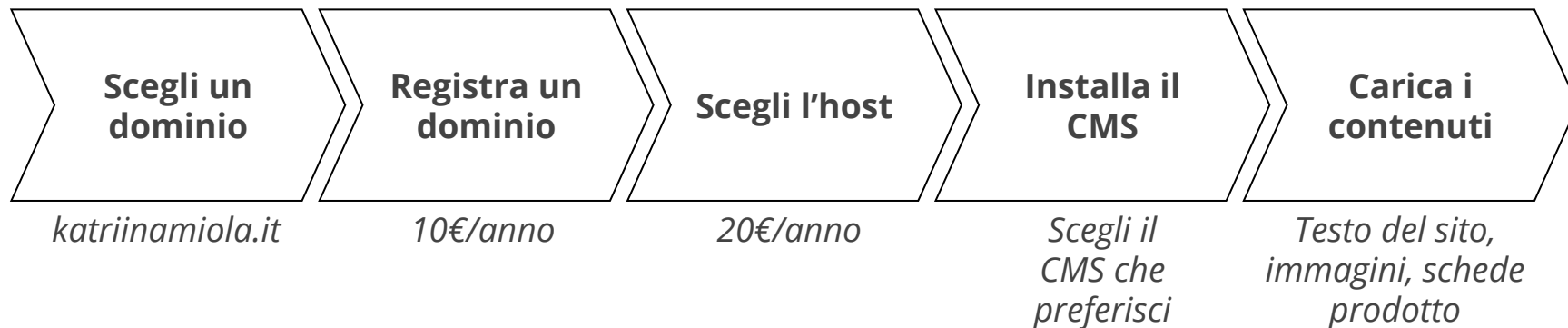
**Siti di
Proprietà**

 	 + eCommerce plugins

**3rd
Parties**

Presenza online

Vendita online





Dominio

Il dominio è il nome del tuo sito internet, ciò che ti identifica online



Facile da ricordare

in modo da facilitare i tuoi utenti ad accedere al sito, se devono scriverlo nella barra degli indirizzi.



Descrittivo

dell'attività o dell'argomento di cui tratta il tuo sito

(esempio: mozzarelladibufala)



Adattabile

si deve considerare l'idea che possa essere adatto anche a cambiamenti futuri della mia impresa

(esempio: AbbigliamentodiKatriina, anche se per ora realizzo solo maglioni. In futuro potrei creare anche cappelli)

www.indirizzo.**com**

Oppure

www.indirizzo.**it**

www.indirizzo.**ch**

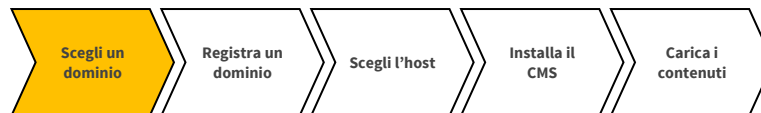
www.indirizzo.**de**

Generiche

utilizzate per indicare
un dominio generico

Nazionali

indicano un sito che si riferisce a
un pubblico italiano. E' quasi
sicuramente scritto in italiano



Una volta che hai pensato al tuo nome dominio, devi **verificare la disponibilità** del nome che hai scelto.

Se trovi delle difficoltà a trovare dei nomi disponibili per il tuo sito web, puoi

**utilizzare
DomainsBot:**

DomainsBot
Ideas into Names™

www.domainsbot.com

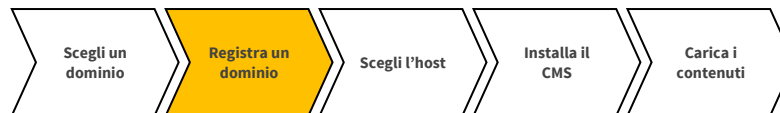
Verifica la disponibilità di un nome dominio

Ottieni idee generate dalle parole chiave che inserisci nel campo di ricerca



Quanto costa e cosa devo comprare?

- ★ 5€ -12€/anno per il solo dominio
- ★ 12€ - 50€/anno per dominio e l'hosting





Hosting

Quando compri un dominio, hai bisogno di uno spazio (fisico oppure online) dove poter inserire tutti i dati del tuo sito.



Tempo di attività. Il tempo di attività è il tempo per cui i server appartenenti a un provider host sono operativi. Dovresti trovarne uno con **tempo di inattività minimo** in modo che i visitatori possano visualizzare il tuo sito web quasi sempre.

Larghezza di banda. La larghezza di banda indica la **quantità di dati che un sito può inviare al resto di Internet** e determina la quantità di traffico che può essere supportata dal sito.

Sicurezza. Cerca di conoscere bene le misure di sicurezza attuate dal provider host per **proteggere** il tuo sito da **vulnerabilità** esterne. Cerca di capire se viene offerta assistenza qualora dovesse verificarsi un problema di sicurezza.

Assistenza clienti. Se si verifica un problema con il tuo sito dovresti poter usufruire di una **valida assistenza clienti** che risolva velocemente qualsiasi problema.



Hosting

Quando compri un dominio, hai bisogno di uno spazio (fisico oppure online) dove poter inserire tutti i dati del tuo sito.



Prezzo. I provider host applicano svariati prezzi; alcuni sono persino gratuiti. Dovresti trovare un valido **compromesso** tra quanto sei disposto a pagare e i servizi che riceverai in cambio.

Facilità di utilizzo. Assicurati che la **piattaforma utente sia intuitiva** e facile da utilizzare per le tue esigenze. Se desideri realizzare un sito da solo, è facile iniziare a utilizzarla o devi avere conoscenze di configurazione avanzate?

Funzionalità e servizi aggiuntivi. Assicurati che il provider host offra gli elementi che ti potrebbero servire per il sito web, ad esempio account email.



Un CMS è un **sistema di gestione dei contenuti**:

uno **strumento software**, installato su un server web, il cui compito è quello di facilitare la gestione dei contenuti di siti web, **senza** la necessità di avere conoscenze tecniche specifiche di **programmazione web**.



Hai finalmente un **dominio** e uno **spazio** dove creare il tuo **sito**.

Ma **prima di iniziare** a creare contenuti e mettere il tuo sito online...

Tieni in considerazione una premessa...

promozioni che mirano a trovare clienti

| attività volte ad attrarre i clienti

Il tuo **obiettivo** sarà quello di **farti trovare** dal tuo cliente target quando questo è già interessato o pronto a comprare il tuo **prodotto e/o servizio**.

OUTBOUND
(Interruption)



Cold Calling
Cold Emails (SPAM)
Interruptive Ads
Marketer - Centric



INBOUND
(Permission)



SEO
Blogging
Attraction
Customer - Centric

NO alle pubblicità costose in radio, televisione, banner pubblicitari, manifesti, mail spam, quotidiani: **tutte cose che solitamente interrompono il contenuto che le persone avrebbero veramente voluto vedere.**

- 1 Attirare** visite verso il tuo sito (SEO, keyword, Blog e Social)
- 2 Convertire** le visite in Lead (Contenuti, Call To Action, Landing Page, Form)
- 3 Concludere** trasformando le **Lead in Clienti** (Mail e Workflow)
- 4 Fidelizzare** i clienti (Newsletters, Promozioni e Campagne Social)

Il traffico verso un sito può essere:

- ★ **diretto**: conosco l'url del sito
- ★ **indiretto**: altri siti rimandano al mio sito con un link
- ★ **social**: sui canali social trovo il link al sito
- ★ **a pagamento**: attraverso inserzioni su rete di ricerca o display
- ★ **rete organica**: faccio una ricerca su Google e trovo diversi risultati e accedo al mio sito

Un imbuto dove dall'alto arrivano le visite degli utenti e da sotto escono – o almeno dovrebbero uscire – vendite e conversioni.

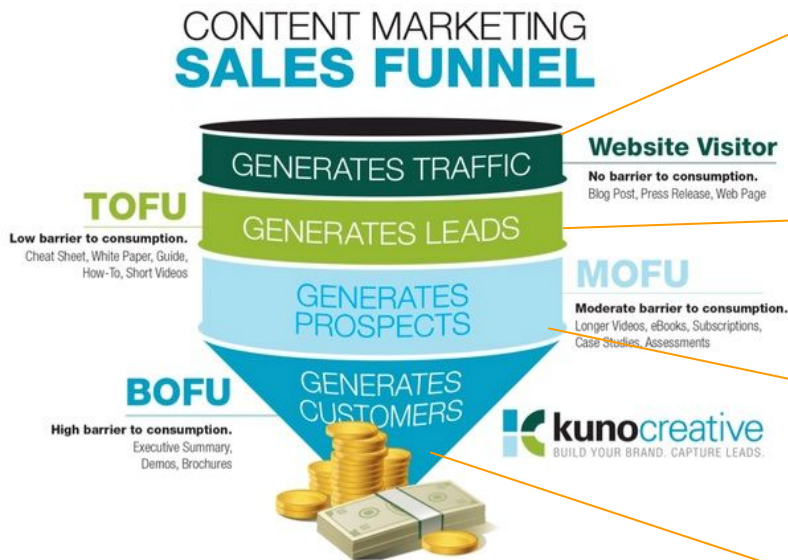
Contenuti che portano traffico al sito web (*articoli, post, comunicati stampa*), senza alcuna barriera all'ingresso.

ottenuto il traffico questo deve esser canalizzato verso

contenuti **TOFU**, utili a generare lead (*documenti ufficiali, guide, brevi video sull'azienda*)

contenuti **MOFU**, ovvero i contenuti utili a **trasformare i lead in potenziali clienti** (*ebook, video un po' più lunghi*)

contenuti **BOFU**, ovvero quelli che generano poi le tanto ambite **vendite o conversioni** (*test gratuiti, coupon*)



Un sito deve piacere principalmente:

★ agli utenti



★ ai motori di ricerca



Cosa devo acquistare per aprire un sito internet di mia proprietà?

**dominio e
web hosting**

1. Come funziona la ricerca
2. Strategie di presenza nei motori di ricerca
3. Search Console



Google
Italia

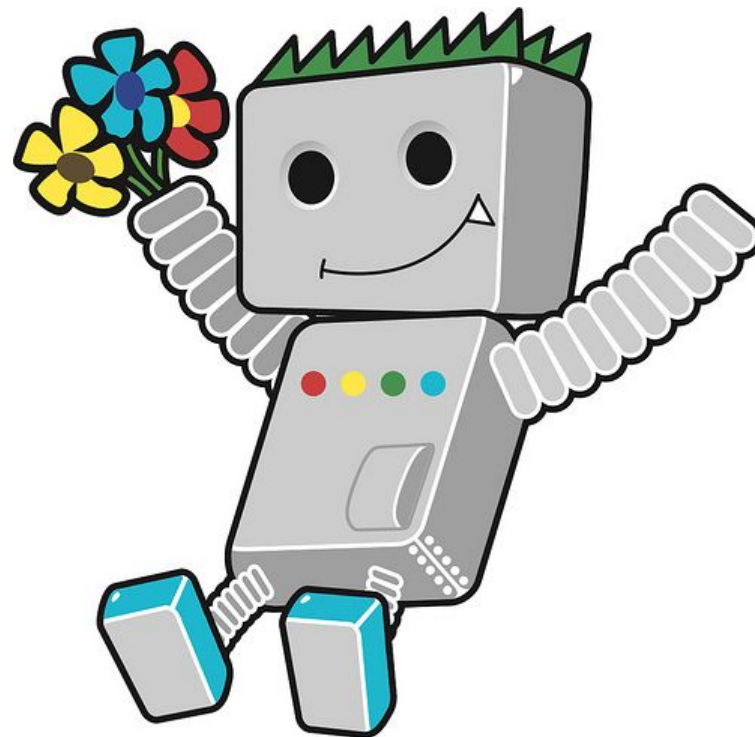
Cerca con Google

Mi sento fortunato

La missione di Google è di organizzare le informazioni globali e renderle universalmente accessibili e utili



Googlebot è lo spider web di Google. **SCANSIONA** le pagine internet **SEGUENDO I LINK** e ne tiene traccia nell'**INDICE**



Grazie ad algoritmi e formule Google capisce cosa l'utente vuole trovare:

- Metodi di ricerca
- Autocompletamento
- Sinonimizzazione
- Spelling
- etc...

Google poi **seleziona** dall'INDICE i **documenti** più **rilevanti**
E **ordina** le **pagine** grazie a oltre 200 fattori ...

Search Engine Result Page

La **SERP** è la pagina dei risultati di Google, ovvero il luogo in cui gli utenti possono scoprire un tuo sito e visitarlo

Google auto usate

Web Notizie Maps Immagini Shopping Altro Strumenti di ricerca

Circa 2.550.000 risultati (0,33 secondi)

Auto usate su AutoScout24 - AutoScout24.it
Acquista l'auto usata che stai cercando sul nostro automercato!
AutoScout24.it ha 410 follower su Google+
Auto usate da 5.000 € Audi usate
BMW usate da 5.000 € Mercedes usate

Annunci Auto Usate - Auto Usate a Prezzi Imbattibili
Scopri le Offerte su automobile.it!
Listino Auto Usate - Listino Auto a Metano - Listino Auto Km 0 - Listino Auto Nuove

Usato Garantito Citroën
Scopri le Promo dedicate all'Usato Certificato e Garantito da Citroën!

Auto - Compra E Vendi Auto Usate Online In Tutta Italia ...
Dalle auto di rappresentanza a quelle per la famiglia e il tempo libero, ai modelli storici che segnarono generazione: trovate la vettura dei vostri sogni tra ...
Precedente - Auto usate a Roma - Auto usate a Milano - Auto usate a Bologna

Annunci auto usate, auto nuove, auto Km 0 e auto aziendali ...
Trova subito auto nuove e usate, moto, camper e veicoli commerciali. Su automobile.it c'è una vasta scelta di offerte speciali - vendi e acquisti veicoli su ...
Auto - Veicoli Commerciali - Camper e roulotte - Ricerca di moto

Notizie relative a auto usate

Auto usate, un decalogo per proteggersi dalle truffe
Il Secolo XIX - 1 ora fa
Roma - Con la crisi aumentano le compravendite di auto usate ma, di pari passo, salgono i rischi di truffe. L'allarme è lanciato da Unasca, ...
Ecco le auto usate con meno difetti
Corriere della Sera - 6 giorni fa

Altre notizie su auto usate

Annunci

Annunci Autovetture Usate
Scopri Subito l'Usato Garantito Ford da 0 a 3 anni. Visita il sito!

Annunci Auto Usate Privati
Trova Risultati su Ask.com oggi!

Auto usate d'occasione
Ogni giorno migliaia di annunci!
Trova subito la tua auto usata!

Auto Privati
Consegna - Vendi Auto e Moto Online
Non Perdere Tempo, Cerca nel Sito!

Cerchi Auto Usate?
Il Nostro Servizio è 100% Gratis.
Leggi gli Annunci su Auto Usate

Trova Auto Usate
Trova l'Auto Usata Per te!
Auto Usate è Qui

Auto Usate
Confronta tutte le auto in offerta Online con Prezzo e Foto!

Auto Usate online?
Centinaia di modelli da scegliere.
Consegna gratuita in tutta Italia
Visualizza il tuo annuncio qui »

Annunci

Risultati Organici

The image shows a Google search result for "golden gate bridge". Several elements are highlighted with red boxes and labeled with arrows:

- Titolo**: Points to the main title "Golden Gate Bridge" in the search result snippet.
- Descrizione**: Points to the descriptive text "Golden Gate Bridge Highway and Transportation District. Zagat: 26 / 30 · 94 Google reviews · Write a review".
- Dati Strutturati**: Points to the location information "Golden Gate Bridge San Francisco, CA 94129 (415) 921-5858".
- Links del sito**: Points to the website link "www.goldengatebridge.org/".

The search result snippet includes the following text:

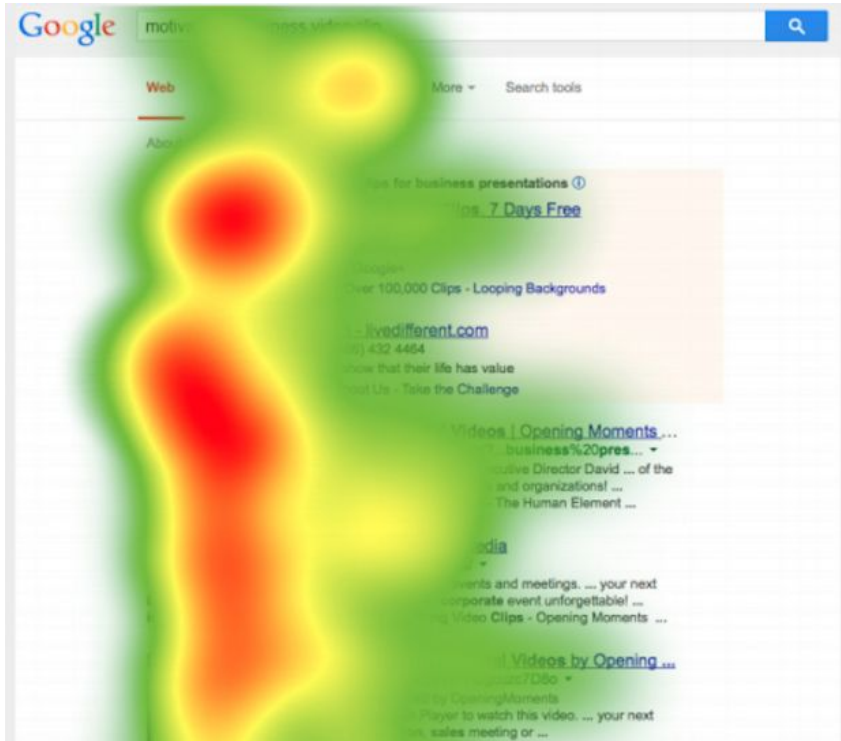
Golden Gate Bridge
www.goldengatebridge.org/ ✓
Golden Gate Bridge Highway and Transportation District.
Zagat: 26 / 30 · 94 Google reviews · Write a review
Golden Gate Bridge San Francisco, CA 94129
(415) 921-5858
Visitors - FAQs - Tolls & Traffic Operations

Below the snippet, there are sections for "Visitors to the Golden Gate Bridge", "Frequently Asked Questions about the Golden Gate Bridge", and "BUILDING THE BRIDGE".

1. Come funziona la ricerca
2. Strategie di presenza nei motori di ricerca
3. Search Console

2 elementi

- ❑ la **pertinenza** del contenuto
- ❑ l'**autorevolezza** del sito



Eye-tracking

Ricerche dimostrano che il visitatore medio si soffermerà sulla prima pagina dei risultati di ricerca e nello specifico sui **primi 4 risultati!**

Quindi quello che ci interessa è:

il **POSIZIONAMENTO**

Search Engine Optimization

Ottimizzazione dei siti per i motori di ricerca

La SEO intesa come *ottimizzazione* è un'attività che consente di **migliorare la qualità di un sito web per fornire una informazione quanto più attinente possibile all'informazione cercata da un utente.**

La SEO non è: *aumentare il traffico al sito*

La SEO è: *il miglioramento del traffico ricevuto*

(che potrebbe quindi anche diminuire)



Search Engine Optimization

Alla base della SEO c'è la **cura della qualità** e la **capacità di rispondere in modo corretto alla domanda** di informazione cercata.

Rendere una pagina attinente ad un intento di ricerca di una informazione/prodotto/servizio **rimane valido per qualsiasi motore di ricerca tra cui anche quello interno al sito stesso.**

★ *Puoi approfondire sulla [Guida SEO](#) di Google*

3 attività principali:

pratiche della
SEO on-page



1) **keyword** research

2) **ottimizzazione dei contenuti e**
del sito

pratiche della
SEO off-page



3) **link building**

Le **parole chiave** inserite al posto giusto sono **necessarie** per raggiungere le prime posizioni.

Dunque, è **utile trovare quelle parole che vengono utilizzate maggiormente** per fare le ricerche sui motori. E che siano **pertinenti** col contenuto del vostro sito.

Le parole chiavi devono rispettare **2 condizioni**:

- 1) essere molto utilizzate nella fase di ricerca (**alto volume di ricerca**)
- 2) essere poco competitive, con poche pagine web che le utilizzano (**bassa concorrenza**)



- ★ **brainstorming:** pensate a tutto ciò che vi identifica e che i vostri clienti target potrebbero cercare e per la quale volete essere trovati.
- ★ Analizzate le parole chiave che usano i vostri **competitors**
- ★ **Google Trends** - strumento di Google che prende le parole chiave che inseriamo e **trova un indice di ricerca nell'asse temporale.**
- ★ **Google Adwords** - altro strumento gratuito di pianificazione delle parole chiave di Google
- ★ **Ubersuggest.org**
- ★ **Keywordtool.io**

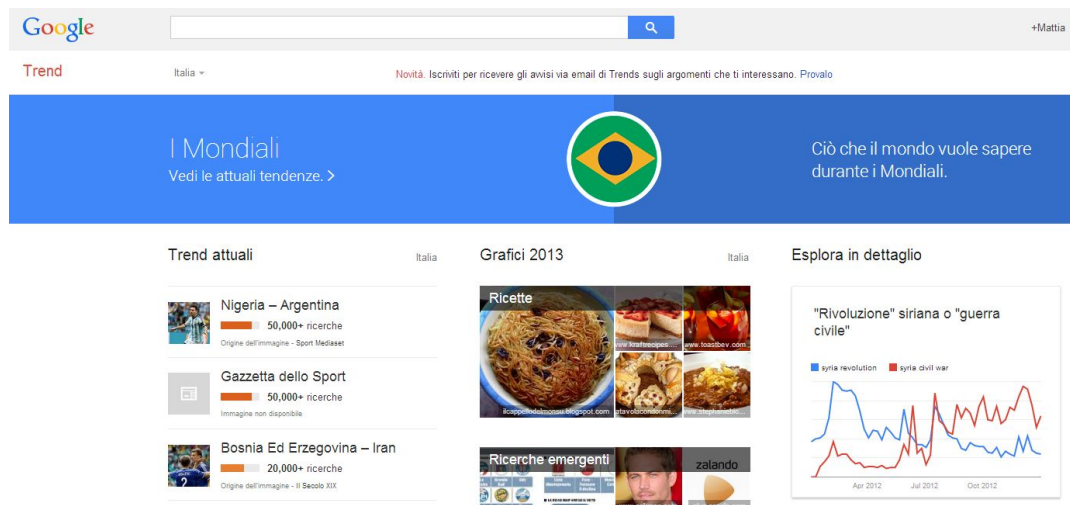
Siate creativi e attenti!

Analizza e calcola quante ricerche sono state effettuate rispetto ai termini di ricerca inseriti

E' possibile visualizzare i dati relativi a:

- Ricerche Web
- Immagini
- News

www.google.com/trends



The screenshot shows the Google Trends interface for the search term "scarpe". The top navigation bar includes "Esplora", "Tutto il mondo", "2004 - Presente", "Tutte le categorie", and "Ricerca Google". Below this, the search term "scarpe" is entered in a box with a "+ Aggiungi termine" button. The "Interesse nel tempo" section shows a line graph from 2005 to 2015 with several peaks labeled A through G. Red arrows point to the "2004 - Presente" dropdown and the search input box, with accompanying text: "Cambia il periodo temporale" and "Inserisci qui uno o più termini di ricerca".

Esplora Tutto il mondo 2004 - Presente Tutte le categorie Ricerca Google

Confronta Termini di ricerca

scarpe Termine di ricerca + Aggiungi termine

Interesse nel tempo Intestazioni notizie Previsione

2005 2007 2009 2011 2013 2015

Cambia il periodo temporale

Inserisci qui uno o più termini di ricerca

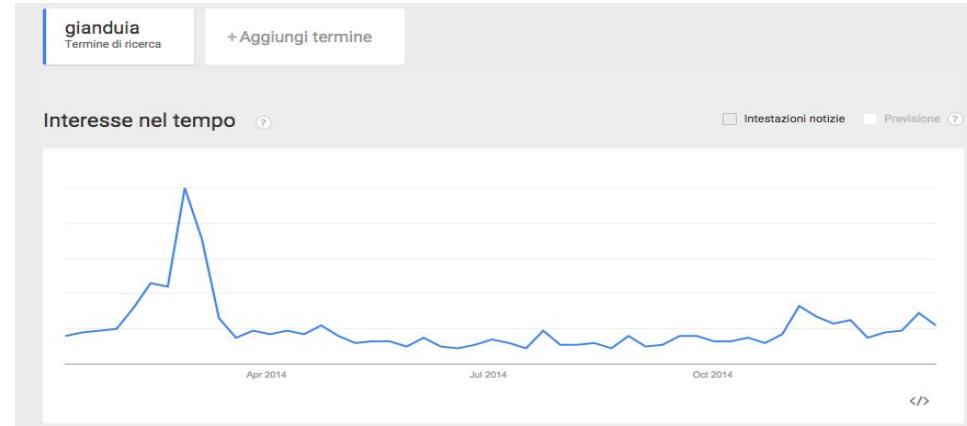
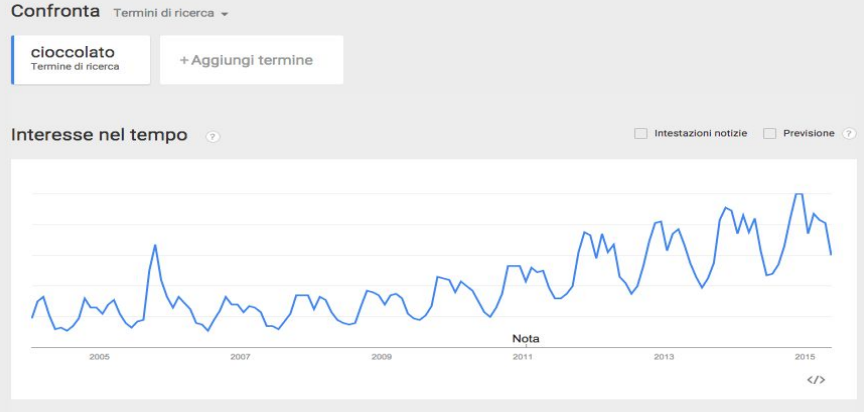


Una lista delle
ricerche più eseguite

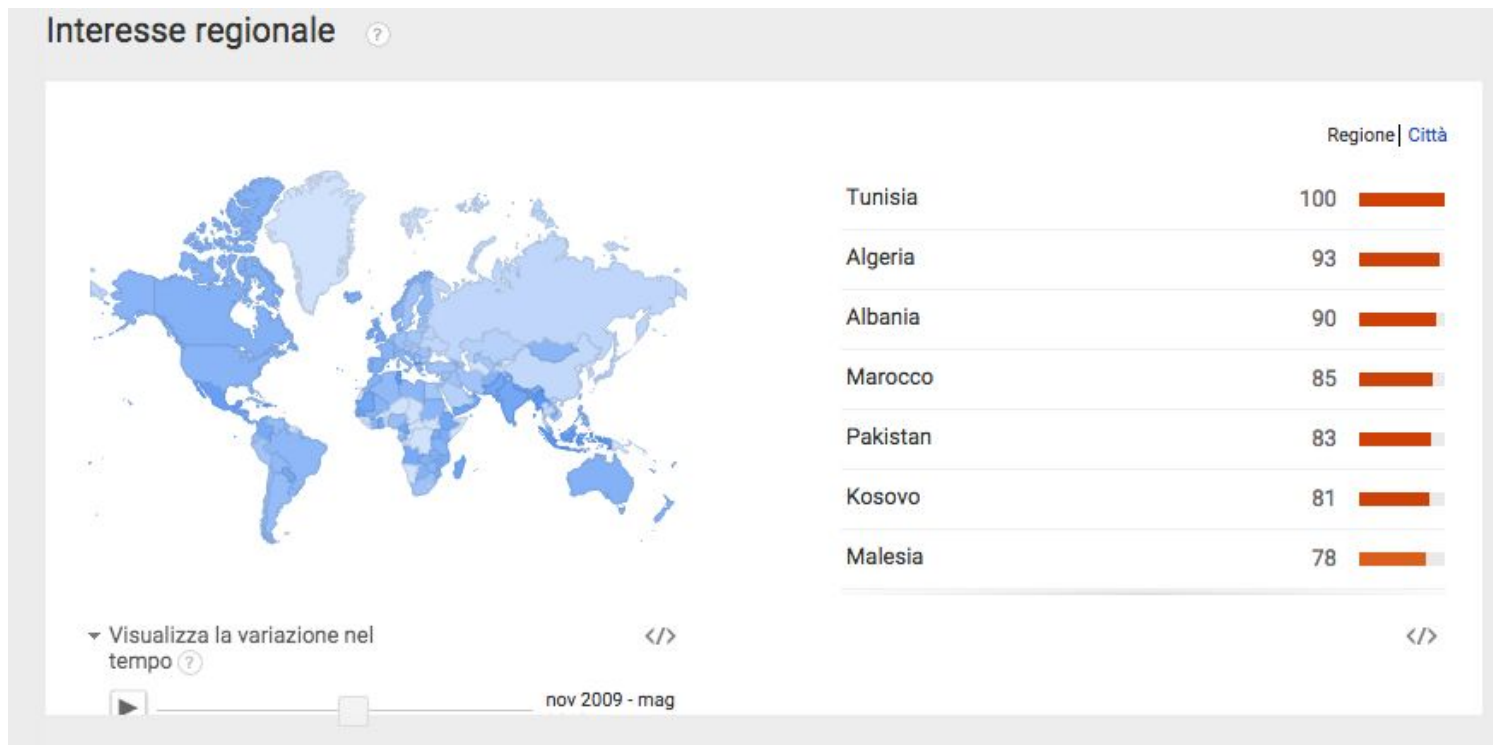


Una lista delle ricerche
in crescita

The screenshot shows the Google Trends interface for the search term "jaguar". The search term is highlighted with a red box. A dropdown menu is open, showing "Categorie consigliate:" with "Auto e veicoli" highlighted by a red box and an arrow. Other categories listed include "Arti e intrattenimento" and "Hobby e tempo libero". Below the dropdown, there is a section "Interesse nel tempo" with a line graph showing search volume over time, with letters N, M, L, K, J, I, H, G, F, E, D, C, B, A marking specific points on the graph.



Il grafico mostra il volume di ricerca, indicando l'interesse nel tempo su una scala da 0 a 100.



Cioccolato



Gianduaia



Volume di ricerca in Italia

Tutto il mondo > Italia



Visualizza la variazione nel tempo ?

</>

giu 2014

Giugno

Cioccolato

Tutto il mondo > Italia



Visualizza la variazione nel tempo ?

</>

nov 2014

Novembre

Ricerche correlate ?

Argomenti	Più cercati	In crescita
Chocolate - Food	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
Torte - Cake	30	<div style="width: 30%;"><div style="width: 30%;"></div></div>
Recipe - Website Category	25	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div>
Chocolate cake - Cake	15	<div style="width: 15%;"><div style="width: 15%;"></div></div>
Muffin - Dish	5	<div style="width: 5%;"><div style="width: 5%;"></div></div>
Chocolate salami - Food	5	<div style="width: 5%;"><div style="width: 5%;"></div></div>
Ricotta - Cheese	5	<div style="width: 5%;"><div style="width: 5%;"></div></div>

Query	Più cercati	In crescita
baci di dama		+50%
cheesecake cioccolato bianco		+40%
cupcake		+40%
cupcake cioccolato		+40%
tenerina al cioccolato		+40%

I dati di Trends sono relativi, non assoluti

- "Normalizzato" significa che i set di dati di ricerca vengono divisi per una variabile comune, come le ricerche totali, per annullare l'effetto di tale variabile sui dati.
- Solo perché in due aree geografiche viene visualizzato lo stesso numero per un determinato termine di ricerca, non significa che il relativo volume di ricerca assoluto o totale sia lo stesso.

Tutto il mondo ▾ 2004 - Presente ▾ Tutte le categorie ▾ Ricerca Google ▾

Confronta Termini di ricerca ▾

google
Termine di ricerca

+ Aggiungi termine

Interesse nel tempo ? Intestazioni notizie Previsione ?

2005 2007 2009 2011 2013 2015

</>

Scarica in formato CSV

Lingua ▶

Guida

Una volta individuate le parole chiave vado a inserirle nei miei contenuti...

- **title tag:** il titolo della pagina
- **meta description tag:** la descrizione
- **h1** (*heading tag 1*): **il titolo** dell'articolo
- **h2** (*heading tag 2*): **il sottotitolo** dell'articolo
- **testo della pagina:** senza mai superarle il 4% del totale e evidenziandole 1 o 2 volte in grassetto
- **image alt tag:** nome-descrizione immagini
- **link** tra le varie pagine interne del tuo sito che riportino le parole chiave di ogni pagina

Buone Prassi

Title e description

Sono visti dall'utente nei risultati di ricerca e lo aiutano a capire il contenuto della tua pagina.

Agriturismo Toscana - Agriturismo.it

www.agriturismo.it/it/agriturismi/toscana ▼

Agriturismo Toscana: scegli tra le migliori 987 offerte di Agriturismo in Toscana.

Selezionati e verificati dal nostro staff, con i commenti di più di 10.000 ospiti.

Grosseto - Siena - Firenze - Livorno

Agriturismo Toscana - Agriturismo.it

www.agriturismo.it/it/agriturismi/toscana ▼

Agriturismo Toscana: scegli tra le migliori 987 offerte di Agriturismo in Toscana. Selezionati e verificati dal nostro staff, con i commenti di più di 10.000 ospiti.

Grosseto - Siena - Firenze - Livorno

Meta Title

- ❑ deve essere la prima meta tag nell'html
- ❑ lunghezza massima: 65 caratteri
- ❑ usare la parola chiave principale all'inizio del titolo
- ❑ inserisci il nome del sito alla fine del titolo
- ❑ non ripetere le parole chiave
- ❑ usa titoli unici per ogni pagina
- ❑ evita le stop words


Meta Description

- ❑ Lunghezza massima 155 caratteri
- ❑ usare la parola chiave principale all'inizio della description
- ❑ ripetere le parole chiave al massimo 2 volte
- ❑ usare descrizioni uniche per ogni pagina
- ❑ usa le parole principali del titolo anche nella description
- ❑ Per un'attività local è consigliabile inserire subito un contatto telefonico o email
- ❑ call-to-action

Immagini

Se inserisco immagini nel mio sito devo renderle visibili per Google, che altrimenti non le riconosce e non può indicizzarle

Man speaks in megaphone [Hide](#)



File name: audio.jpg
File type: image/jpeg
Upload date: December 8, 2010
Dimensions: 310 x 387

NEVER leave this field blank!

[Edit Image](#)

Title * Man speaks in megaphone

Alternate Text
Alt text for the image, e.g. "The Mona Lisa"

Caption

Description Business concept, isolated on white

esempio su wordpress

Come faccio?

Usando l'**attributo Alt**

In pratica, il **tag alt** è una **breve descrizione dell'immagine** (spesso contenente una delle parole chiave che ho utilizzato nel testo o title).

Questo permette anche di far capire all'utente cosa c'è nell'immagine nel caso in cui ci fossero problemi di caricamento della pagina.

Struttura URL

Fai parlare le pagine del tuo sito fornendo a utenti e motori di ricerca informazioni sul contenuto delle pagine.

Facile Navigabilità

Organizza i tuoi contenuti in modo gerarchico, rendi il contenuto accessibile da una sola url, utilizza link di testo per collegare le pagine.

Dati Strutturati

Aiuta i motori di ricerca a capire i contenuti delle tue pagine.

Robot.txt e Sitemap

Aiuta i motori di ricerca a capire la struttura del tuo sito.

La link building è un processo lento, ma fondamentale, per dare autorevolezza alla vostra pagina.

Fa parte delle pratiche della **SEO off-page**, ossia fuori dal sito internet.

Per avere un buon posizionamento il sito deve

- avere un **buon numero di link provenienti da altri siti**
- i **link** devono essere di **qualità**, proveniente da siti autorevoli e con un contenuto attinente al sito di destinazione.

E' importante che chi decide di investire in un sito conosca le regole fondamentali SEO in modo da:

- ❑ Essere sicuri che SEO e business strategy coincidano
- ❑ Ottenere nuove informazioni sulla propria attività analizzando il traffico
- ❑ Mantenere il controllo della reputazione del proprio brand sul Motore di Ricerca



Evitate SEO specialist sospetti

Nessuno puo' garantire il primo posto nella Ricerca Organica

Evitate di mettere a repentaglio il brand

Quali sono le 3 attività che caratterizzano la SEO?

**Keyword research,
ottimizzazione dei contenuti con
le parole chiave, link building**

Hai successo su un motore di ricerca quando converti gli utenti delle ricerche in:



Clienti



Abbonati



Opportunità

...

Attira e converti gli utenti con:

- ★ **Contenuti utili** e originali
- ★ Costruisci un **rapporto di fiducia** con i tuoi utenti e altri webmaster
- ★ Assicurati della **sicurezza del tuo sito** per prenderti cura dei tuoi utenti
- ★ Soddisfa gli utenti impazienti con **ottime prestazioni**
- ★ Realizza un sito **ottimizzato per tutti i dispositivi**

Quando un **utente** accede al vostro sito, dovrebbe essere portato a **compiere delle azioni**, che sia compilare un form, acquistare un prodotto, contattarvi.

Non basta avere un modulo di richiesta informazione nella sezione contatti, ma più punti di conversione, ovvero elementi che chiedono al visitatore di fare una determinata azione (call-to-actions)

Le attività che mi permettono di fare Conversion Optimization:

- *impostazione delle pagine*
- *il loro design*
- *il contenuto (testo, titoli, immagini)*
- *i moduli di richiesta e le call to action*

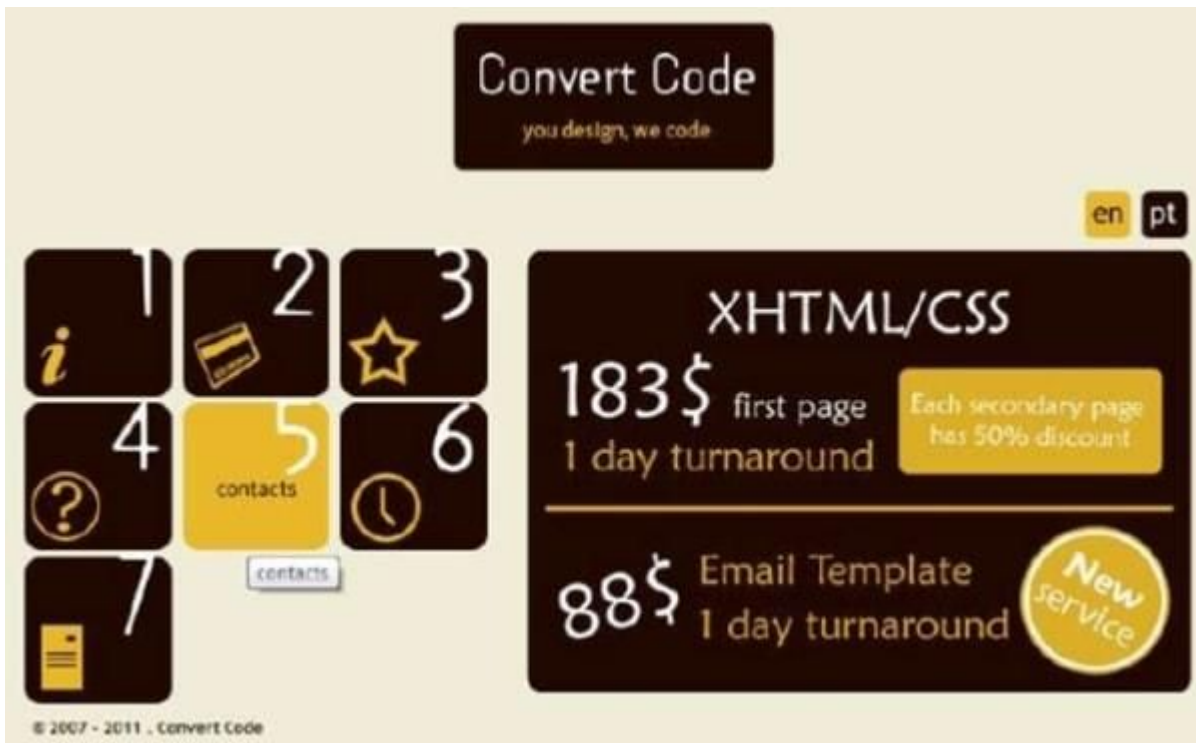
Cosa può rendere piacevole un sito?

Secondo **Google** **2 fattori chiave** che **fanno in modo che alla gente piaccia un sito web**

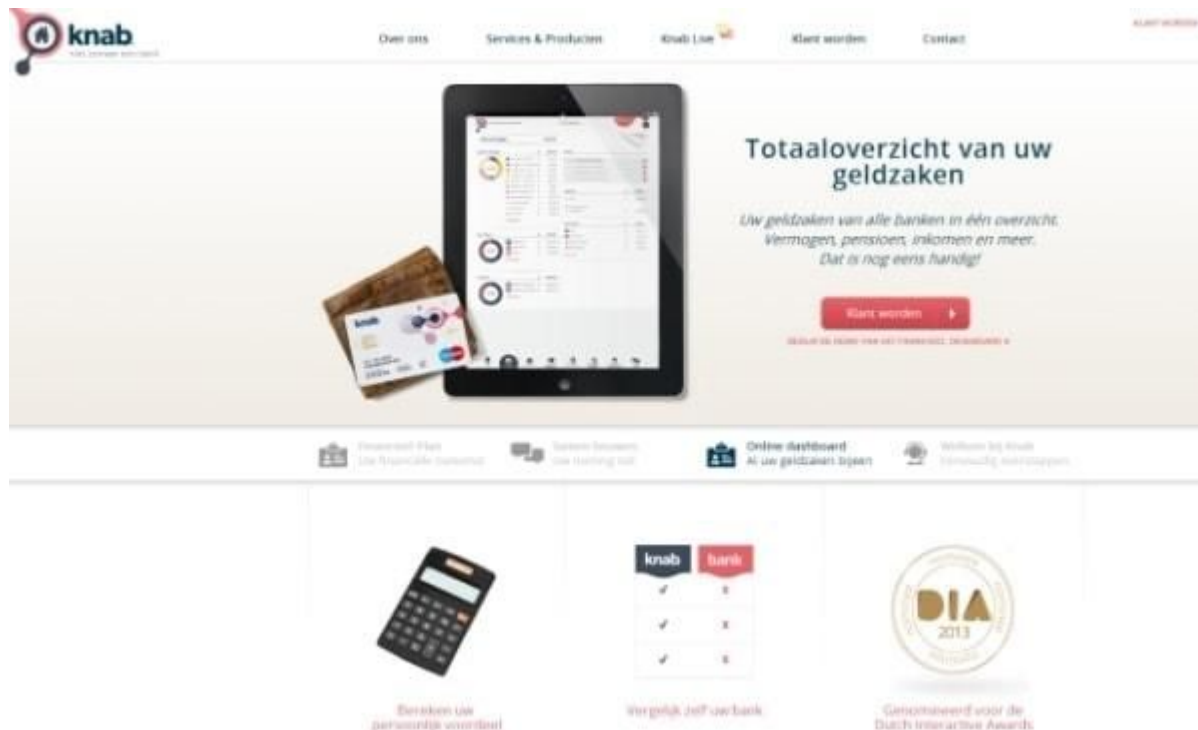
- la **bassa complessità visiva** = *più è semplice, meglio è*
- **l'alta prototipicità** = *quanto è rappresentativo un design per una determinata tipologia di siti*

Un design **semplice e familiare**, che segue certe convenzioni (=se tutti gli ecommerce sono fatti in un certo modo, anche il tuo dovrebbe essere molto simile ai concorrenti).

Layout innovativi, non convenzionali, **rischiano di piacere meno.**



layout poco diffuso,
difficoltà nell'
individuare le voci del
menu



Questo invece è un **sito con una impostazione grafica già vista più volte, di facile leggibilità, nonostante sia in olandese**

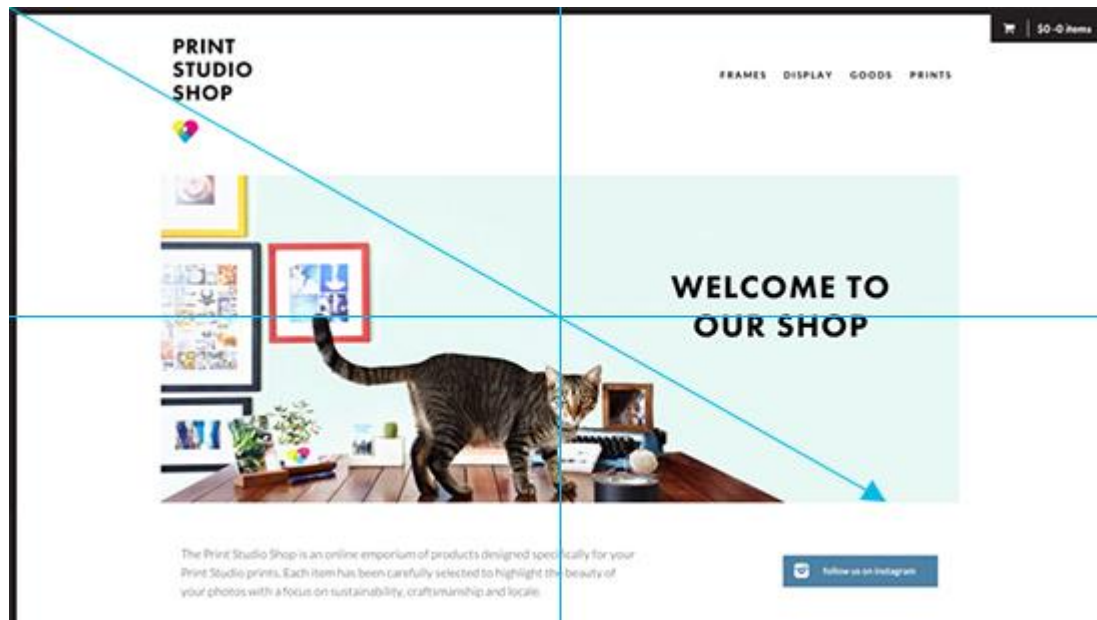
The screenshot shows a website for Technopolis Ülemiste. The layout is dense and cluttered. At the top, there is a navigation bar with links like 'Home', 'Send to friend', 'Print', 'EST', and 'ENG'. Below this is a large banner image with the text 'Contemporary office and production spaces'. The main content area is divided into several sections: a 'GREEN OFFICE' label announcement, a 'Whats up?' section with a list of dates and events, and a 'Startup Grituded' section with a calendar view for Sunday, April. On the left side, there is a vertical navigation menu with various categories like 'SMART BUSINESS CENTER', 'WHERE WE ARE', and 'CONTACT'. At the bottom left, there are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, along with an email subscription form.

Questo è un **layout con un impatto complicato, poco attraente**

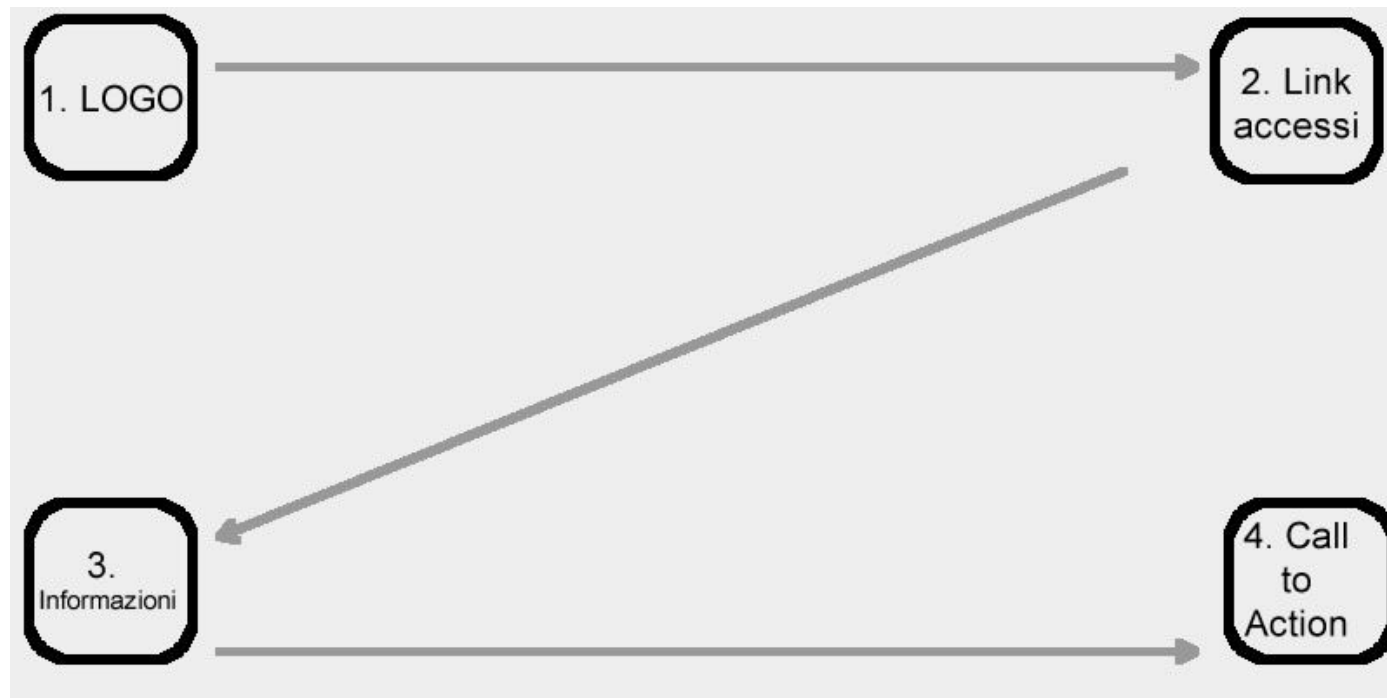
Gerarchia Visiva: **IL DIAGRAMMA DI GUTENBERG**



Gerarchia Visiva: **IL DIAGRAMMA DI GUTENBERG**



Gerarchia Visiva: **IL LAYOUT A Z**



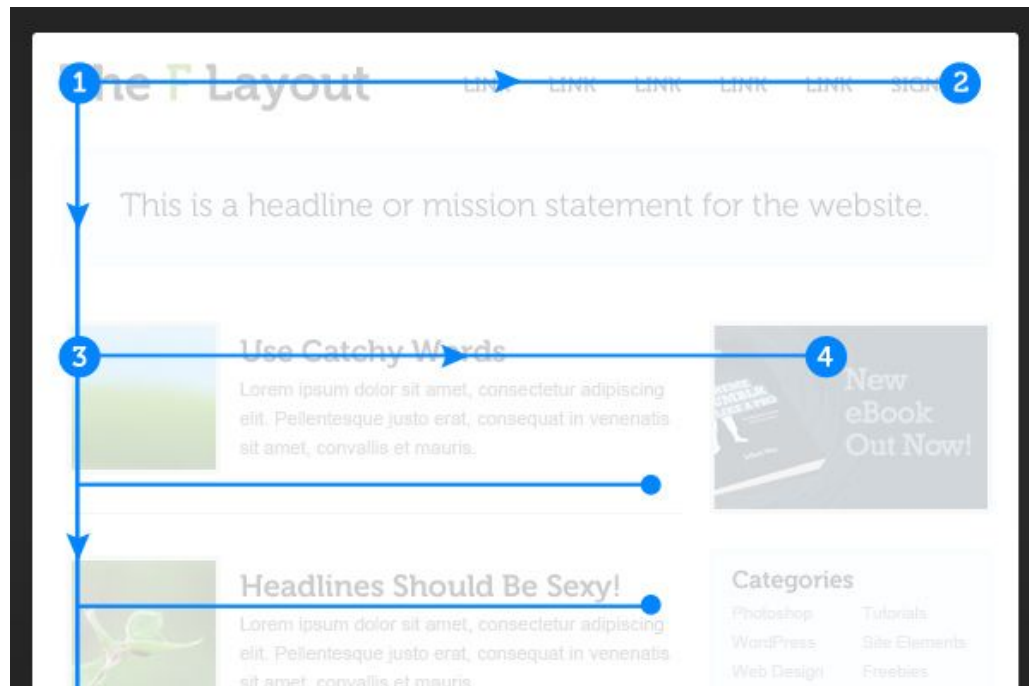
Gerarchia Visiva: IL LAYOUT A Z

The image shows a screenshot of the Facebook homepage from 2008, annotated with four numbered callouts and arrows indicating a visual hierarchy:

- 1. LOGO**: Points to the Facebook logo in the top left.
- 2. Link accessi**: Points to the login fields (Remember Me, Forgot your password, Username, Password) in the top right.
- 3. Informazioni**: Points to the world map with user icons in the middle left.
- 4. Call to Action**: Points to the "Sign Up" button in the bottom right.

Arrows also indicate a flow from the logo to the login fields, from the login fields to the "Sign Up" button, and from the "Sign Up" button to the world map.

Gerarchia Visiva: IL LAYOUT A F



Questo tipo di layout è nato proprio studiando i comportamenti delle persone sul web e ritenendo che online le persone difficilmente leggono tutto, si limitano a “scansionare” la pagine percorrendo, appunto, una F con il proprio sguardo. L’attenzione cade sempre sui contenuti a sinistra e diminuisce man mano su quelli a destra.

Quando veicolo il traffico verso il mio sito, devo pensare a delle **pagine di destinazione** che accolgano al meglio l'utente e lo conducano nel processo di conversione.

Ogni **modello di business** ha una **landing page ottimale**.

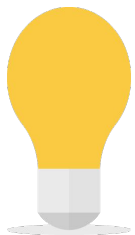
Tuttavia, devo è bene ricordarsi che **ogni pagina del sito dovrebbe essere una landing page ottimizzata**: qualsiasi visitatore potrebbe accedere al mio sito attraverso diversi link e potrebbe atterrare su qualsiasi pagina (non obbligatoriamente la homepage).

Acquisire **informazioni strategiche sui consumatori** ed utilizzarle per **mettersi in contatto con potenziali clienti**



MISSIONE

Generare contatti qualificati e generare l'acquisizione di nuovi clienti.



STRATEGIA

Trovare il giusto equilibrio tra volumi e qualità dei contatti (*leads*) nel modo meno dispendioso possibile



Energia: Gas e Luce. Confronta le migliori offerte



RISPARMIA
fino a
400€

- 1 Lascia i tuoi dati
- 2 Un esperto ti contatterà entro 48 ore
- 3 Scopri l'offerta migliore e risparmia

I nostri partner



e altri ancora...

Richiedi consulenza

Lasciaci i tuoi dati, un esperto ti contatterà entro 48 ore e ti aiuterà a trovare la tariffa luce e gas più adatta a te.

Nome e Cognome

Telefono

Email

[Invia la richiesta »](#)

livorneta privacy



Consulenza professionale

Un esperto ti aiuterà a confrontare i principali fornitori luce e gas, troverà la soluzione più adatta a te e ti assisterà nell'attivazione dell'offerta.



Servizio gratuito

La consulenza luce e gas di Facile.it è gratuita e senza impegno.



Risparmio garantito

Cambiando tariffa puoi risparmiare fino a 400€ sulle tue attuali bollette di luce e gas.

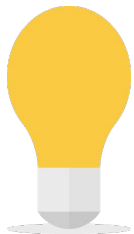
altro esempio: preventiviclick.com

Vendere online beni fisici o servizi attraverso una piattaforma e-commerce abilitata agli acquisti.



MISSIONE

Obiettivo di traffico e vendite a nuovi clienti o abituali sia online che in negozio fisico.



STRATEGIA

Offerta di prodotti / servizi rilevanti a clienti potenziali, influenzando diverse fasi del processo di decisione d'acquisto.

The screenshot shows the buru-buru website interface. At the top, there's a search bar and a shopping cart icon labeled 'Cart (1)'. Below the navigation menu, a 'Brand' dropdown is visible. A prominent offer for a 10€ discount on newsletter sign-up is displayed. Product listings include 'Porta candele Baloon' (23,50 €), 'Set 3 portacandele in ceramica' (16,96 €), and 'Portacandela Lup Rame' (29,00 €). A 'CHECKOUT' section follows, with five steps: 1. METODO DI CHECKOUT, 2. INFORMAZIONI DI ATTIVAZIONE, 3. INFORMAZIONI DI SPEDIZIONE, 4. INFORMAZIONI DI PAGAMENTO, and 5. FINIRE ORDINE. Below this, there are two paths: 'SONO UN NUOVO CLIENTE' (with registration options) and 'SONO GIÀ CLIENTE' (with Facebook login and password fields). A 'STATO CHECKOUT' summary is on the right. At the bottom, there's a customer support contact: 'Hai delle domande sul tuo ordine? Il nostro servizio clienti è sempre a tua disposizione. Chiamaci allo 055 9351350 o scrivi a support@buru-buru.com'.

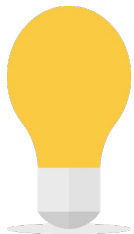
esempio negozionlineclick.com

Promuovere online il sito per ottenere maggiore traffico e visibilità del brand online.



MISSIONE

Aumentare la consapevolezza nel brand e il suo valore.



STRATEGIA

Costruire la **reputazione online attraverso la visibilità del brand** e incrementando il traffico dei clienti di riferimento.

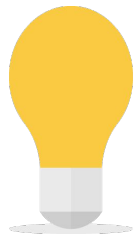


Promuovere online un esercizio commerciale radicato su una o più sedi.



MISSIONE

Aumentare il numero di clienti che si recano presso l'esercizio commerciale (ristorante, hotel, negozio, ...)



STRATEGIA

Presenza del business online attraverso la **presenza nel contesto locale più rilevante con priorità ad informazioni di localizzazione.**

esempio albergoclick.com

01 TITOLO DELLA PAGINA

Il titolo della pagina, tecnicamente title tag, è uno degli elementi più importanti per comunicare a Google il tema della pagina

02 URL DELLA PAGINA

L'indirizzo url della pagina dovrebbe rispettare un solo requisito: essere semplice (cfr. da Google Webmaster Help)

04 TAG H1

Il tag h1 è un elemento fondamentale sia per Google che per il visitatore. Il primo, come per il title tag, lo userà per identificare il tema principale della pagina mentre al secondo servirà come elemento visivo di spicco per capire "di essere nel posto giusto"

07 TESTO DELLA PAGINA

Ecco le caratteristiche che il testo di una pagina ottimizzata per la SEO Locale dovrebbe avere:

- lunghezza minima di 300 parole, meglio se 500 o più
- utilizzo del tag h2-h3 per enfatizzare la coda lunga e trattare argomenti correlati
- utilizzo di "parole locali legate alla zona di competenza" (es. Citare i principali quartieri della città, I comuni vicini, ecc), della parola chiave principale e di quelle ad essa correlate

08 SCHEMA MARKUP REVIEW

```
<div itemprop="review" itemscope item-
type="http://schema.org/Review">
  Comment 1 <span itemprop="name"> Mario
  Rossi </span> da
  <span itemprop="author"> Silvio Palloncini </span>,
  <span itemprop="datePublished"> 2011-12-17 </span>
  <div itemprop="reviewRating" itemscope item-
  type="http://schema.org/Rating">
    <meta itemprop="ratingValue" content="1"/>
    <span itemprop="ratingValue">4</span>
  </div>
  <span itemprop="description"> Davvero un ottimo
  servizio, preciso, professionale e sempre pun-
  tuale. </span>
</div>
```

LOGO

Menù Menù Menù Menù

CERCHI UN TECNICO PER LA MANUTENZIONE DELLA CALDAIA A PADOVA?

Nome file: manutenzione-caldaie-padova.jpg
Attributo alt e title: manutenzione caldaie

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Invenire, iusticia, Beati. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

PULIZIA DELLA CALDAIA
Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

TESTIMONIALS

 COMMENTO SU MARIO ROSSI DA PINGOALLINO
"Davvero un ottimo servizio. Preciso, professionale e sempre puntuale!"
★★★★☆

 COMMENTO SU MARIO ROSSI DA PINGOALLINO
"Davvero un ottimo servizio. Preciso, professionale e sempre puntuale!"
★★★★☆

 COMMENTO SU MARIO ROSSI DA PINGOALLINO
"Davvero un ottimo servizio. Preciso, professionale e sempre puntuale!"
★★★★☆

Telefono: 04923456
E-mail: info@mariorossi.it

Un tecnico professionale e certificato effettuato la manutenzione della vostra caldaia. Chiama il 04923456 per un preventivo gratuito.

RICHIEDI PREVENTIVO

DOVE SIAMO

GOOGLE MAPS EMBED

PRODOTTI

- CALDAIA 1**
Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.
- CALDAIA 2**
Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.
- CALDAIA 3**
Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.
- CALDAIA 4**
Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.

SERVIZI

- SERVIZIO 1**
- SERVIZIO 2**
- SERVIZIO 3**
- SERVIZIO 4**

CERTIFICAZIONI



SOCIAL



03 META DESCRIPTION

La Meta description rappresenta quel "riassunto" che compare sotto al titolo della pagina nelle serps di Google. E' un elemento che non influenza direttamente il ranking della pagina, ma che può aumentarne il CTR in SERP.

05 IMMAGINE

Altro elemento che aiuta il nostro visitatore a capire di "essere nel posto giusto" è un'immagine significativa che rappresenti la parola chiave oggetto dell'ottimizzazione. Ovviamente il nome del file e gli attributi alt e title dell'immagine dovranno riflettere il nostro obiettivo per "dire a Google" cosa rappresenta.

```

```

06 INTRODUZIONE

A questo punto il potenziale cliente avrà già valutato la pagina nel suo complesso (statisticamente, pare che la prima valutazione avvenga nei primi 3 secondi) ed è qui che gli proponiamo la nostra prima call to action.

09 SIDEBAR

Nella sidebar (barra laterale) della nostra pagina andremo ad inserire elementi di contorno come: Embed mappa da Google Maps, widget dei vari Social Network, un form di contatto veloce, certificazioni conseguite, navigazione trasversale, ecc

10 SCHEMA MARKUP LOCAL BUSINESS

```
<div itemtype="http://schema.org/LocalBusi-
ness">2014 0
  <span itemprop="name"> Mario Rossi S.p.A. </span>
  <span itemprop="address" itemscope item-
  type="http://schema.org/PostalAddress">
    <span itemprop="streetAddress"> Via
    Milano, 123 </span>
  </span>
  <span itemprop="postalCode"> 01128 </span>
  <span itemprop="addressLocality"> Padova </span>
  <span itemprop="addressRegion"> PS </span>
  </span>
  <tel>04923456789
  </div>
  <span itemprop="telephone"> 049123456 </span>
  </div>
```



Responsive Web Design

Stesso URL, stesso
codice



Dynamic Serving

Stesso URL, codice
differente



Siti Separati

URL differente, codice
differente



Lead Generation



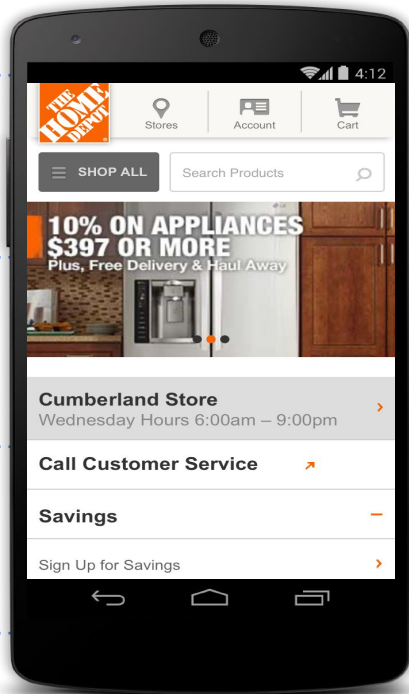
Calls to Business



Mobile Commerce



Cross Device




App Downloads



Store Visits

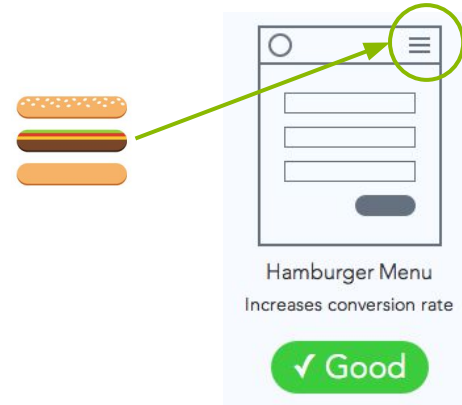


Site Traffic



User Engagement

- ★ stesse caratteristiche grafiche e visive del sito per pc
- ★ menù a tendina o ad hamburger
- ★ mettere in rilievo le parti più importanti
- ★ ogni elemento cliccabile con pollice (tasti non troppo vicini)
- ★ elementi secondari spariscono o vanno a finire in fondo



Hilfe & Info | Reisebüro | Mein CarDelMar | Deutsch

CarDelMar®

Hotline

Ihre Mietwagen Suchmaschine

Weltweit · Einfach · Günstig

Anmietort: Fr. 07.03.2014 10:00 | Rückgabe am selben Ort: Fr. 14.03.2014 10:00 | Promotion-Code

Mietwagen suchen

Top Partner

Alamo, AVIS, Budget, Hertz, Europcar, Thrifty, National

Geprüfte Sicherheit

70 Länder | 8000 Stationen

Kundenbewertungen

5 Stars, 24043 Bewertungen

Alle Bewertungen lesen

Newsletter

5% Newsletter-Rabatt!

Anmelden

CarDelMar®
GÜNSTIGE MIETWAGEN WELTWEIT

a ANMIETORT Bitte wählen

6 Mär DONNERSTAG | 12:00

b ABGABORT Bitte wählen

13 Mär DONNERSTAG | 12:00

Promotion-Code

Mietwagen suchen

Angebote | Newsletter

Hotline anrufen | E-Mail senden

Un visitatore che arriva sul vostro sito deve cercare di:

1. capire in pochi secondi **l'argomento** della pagina/sito che stanno visitando
2. capire se gli **interessa**
3. individuare che **cosa leggere**

Minimizzate gli elementi di distrazione!

https://www.youtube.com/watch?v=IGQmdoK_ZfY



Quante volte viene passata la palla?

16

Bravi!

**Ma avete notato il
gorilla che passa?**

Chi conosce questo test sicuramente
avrà notato il gorilla...

**...ma avete notato che la tenda rossa
diventa gialla e che ad un certo punto
un membro del team con le maglie
nera lascia la stanza?**

Una volta che ho creato il mio sito
posso comunicare a Google che sono online e
scoprire se ci sono ancora delle modifiche da fare.

Come?

con **GOOGLE SEARCH CONSOLE**

1. Come funziona la ricerca
2. Strategie di presenza nei motori di ricerca
3. Search Console

Gestione e monitoraggio della performance su Google

E' utile per comunicare con Google, controllare e ottimizzare la propria performance sul motore di ricerca, dare indicazioni a Google riguardo scansione e indicizzazione, ricevere notifiche sulla sicurezza e molto altro.

Ottimizzazione del tuo snippet di ricerca:

titolo e descrizione

dati strutturati

site links

Golden Gate Bridge

www.goldengatebridge.org/ - Traduci questa pagina

4,7 ★★★★★ 806 recensioni Google · [Scrivi una recensione](#)

 Golden Gate Bridge, California, Stati Uniti
+1 415-921-5858

Ricetta Torta margherita - Le Ricette di GialloZafferano.it

 ricette.giallozafferano.it/Torta-margherita.html ▾

1 h

La **torta margherita** è un dolce a base di uova, farina e zucchero arricchito dai semi della baccadi vaniglia. Ottima per la merenda e la colazione.

Calendar - Teatro alla Scala

www.teatroallascala.org > [Home page](#) > [The Season](#) ▾ Traduci questa pagina

Discover La Scala's programme month by month. Click on the dates to get a preview of the events and for the possibility to book tickets directly. On some dates ...

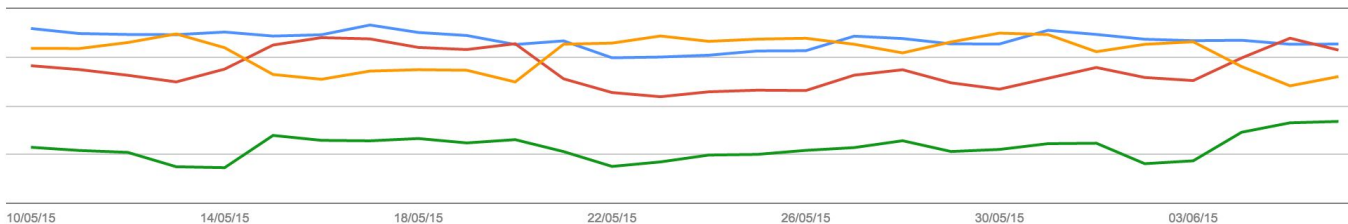
mer 20 mag [Turandot](#)
gio 21 mag [Ensemble "Giorgio ...](#)
ven 22 mag [Prima delle prime](#)

Clic
 Impressioni
 CTR
 Posizione

Query
 Pagine
 Paesi
 Dispositivi
 Tipo di ricerca
 Date

Nessun filtro ▾
 Nessun filtro ▾
 Nessun filtro ▾
 Nessun filtro ▾
 Web ▾
 mag 10 - giu 6 ▾

Clic totali	Impressioni totali	CTR medio	Posizione media
2.812.683	46.270.153	6,08%	5,7



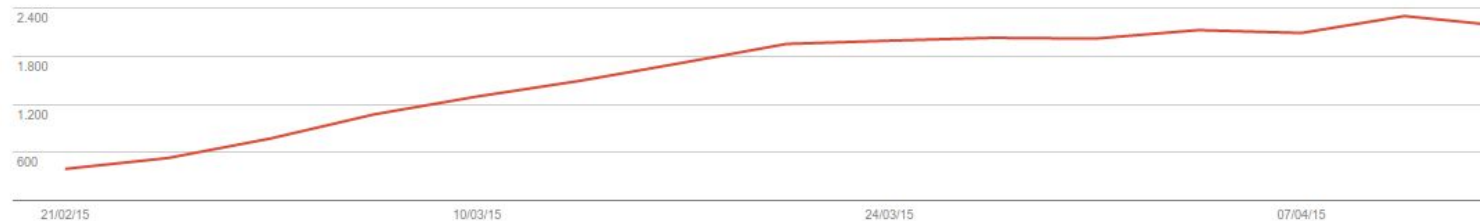
Query	Clic	Impressioni	CTR	Posizione
1 gmail ↗	26.456	9.031.577	0,29%	2,7 >>

Usabilità sui dispositivi mobili

Risolvi i problemi di usabilità su dispositivi mobili del tuo sito. [Ulteriori informazioni.](#)

Stato: 16/05/15

■ **1.359** Pagine con errori



Scarica

Errore di usabilità		Pagine con errori ▼
1	Dimensioni del carattere piccole	1.359
2	Visualizzazione non configurata	1.359
3	Elementi da toccare troppo vicini	1.080

Scansione: In questa sezione potrai controllare lo stato della scansione del tuo sito e utilizzare uno degli strumenti fondamentali della Search Console “**Visualizza come Google**” che ti permette di visualizzare il tuo sito come Googlebot e capire che contenuti vengono visualizzati dai nostri bot.

Indicizzazione: Qui troverai tutti i dati riguardo allo stato di indicizzazione del tuo sito, **quante e quali pagine sono nell'indice** e gestire la loro presenza.

Sicurezza: Il tuo sito può essere compromesso quando qualcuno sfrutta le vulnerabilità nella sicurezza, gli avvisi in questa sessione ti aiutano a identificare **se il tuo sito è stato compromesso**

- [Centro assistenza di Search Console](#)
- [Webmaster Academy](#)
- [Guida SEO](#)

Se avete bisogno di supporto:

- [Forum di assistenza ai Webmaster](#)
- [Comunita' dei webmaster di Google](#)







Un **sito vincente** ha bisogno di

- 🎯 una buona strategia a monte, con idee chiare e realistiche, pensate sempre ai vostri obiettivi e alle vostre esigenze
- 🎯 essere semplice e usabile: gli utenti devono poter navigare con facilità
- 🎯 aver un destinatario preciso: a chi vi state rivolgendo?
- 🎯 un'attività SEO ben studiata
- 🎯 avere molta pazienza, i risultati non spuntano come funghi

La prossima settimana parleremo di:



-  che tipo di testi scrivere
-  un menù efficace
-  dove mettere modulo di contatto e la call-to-action
-  come fidelizzare clienti con blog e newsletter

