



Seo-Chef consiglia...

## Posizionamento nei Motori *allo spiedo*, con *contorno misto* di Web Marketing !

Un mix d'*ingredienti utili* per rendere le tue pagine web  
piu' *appetitive* per i motori e piu' *digeribili* per i navigatori...



1. Premessa
2. La fine della paginetta
3. Prima dei motori, gli utenti
4. Espansione della query
5. Tilde: come effettuare un'espansione della query su Google
6. Informazioni particolari e strumenti per la ricerca
7. Esempio di contenuti utili
8. Sistema di linking interno per la home page
9. Sistema di linking interno per una sezione
10. Fidelizzazione degli utenti
11. Promozione esterna
12. Conclusioni

### Pubblica **GRATIS** questa guida nel tuo sito!

questa guida puo' essere liberamente copiata e ripubblicata sul tuo sito web a patto di NON modificare in alcun modo i contenuti, il copyright e i links in essa presenti (pero' puoi modificare la grafica e il layout come preferisci). Per scaricare la versione aggiornata della guida da pubblicare sul tuo sito:

[Clicca Qui](#)

> **Aggiornati:** [News di Posizionamento e Web Marketing](#)

> **Copyright:** questa guida e' realizzata da [Madri Internet Marketing](#) & [GiorgioTave](#)

## Premessa

Dopo mesi passati a studiare i motori di ricerca, a effettuare test, a partecipare a gare, a portare i siti in prima posizione, a creare volumi di traffico elevati, mi sono posto come obiettivo la creazione di un Forum di supporto per i SEO. Un Forum diverso, un Forum utile. Grazie a questa esperienza sono riuscito a capire molti aspetti comuni dei miei "colleghi" e ad avere una visione diversa di questo bellissimo mestiere.

C'è molto materiale da studiare per diventare un SEO ed oltre all'ottimizzazione del codice HTML, oggi, un posizionatore nei motori di ricerca dovrebbe avere almeno le basi di conoscenza della programmazione, del server, del web marketing, del web writing e di molti altri aspetti.

E' un SEO diverso rispetto ad anni fa, perché ora per riuscire ad avere certi risultati non basta più ottimizzare il codice HTML.

**L'ottimizzazione della paginetta è finita, ma non ora che lo sto dicendo io, da molto tempo.** I motori di ricerca ottimizzano i loro algoritmi dando un'impronta semantica mentre i SEO si sbattono perché il tag bold è migliore del tag strong.

Vedo molte persone arrivare sul forum ed è bello vedere come imparano in fretta e danno le risposte ai prossimi che le faranno. Ma ne vedo moltissimi fermi nel loro sapere, intenti a cambiare un tag e controllare il prossimo aggiornamento del PageRank. Questo non significa che non devi studiare l'ottimizzazione della paginetta, ma che dovresti dargli il giusto peso: un'ottimizzazione normale basata sulla struttura del sito in base agli utenti, non in visione dei motori di ricerca. Questo perché bastano pochi accorgimenti validi per avere un'ottima ottimizzazione del codice.

Non avevo intenzione di scrivere un'altra guida ai motori di ricerca uguale a tutte le altre che sono uscite e quelle che usciranno ancora, non serve. Basta andare su Google e cercare "guida al posizionamento", stamparsene tre o quattro ed apprendere i concetti. Questa guida vuole essere un traccia per un posizionamento diverso, un marcia in più per studiare i motori di ricerca dal lato dei contenuti e della struttura dei link. Il tutto con un pizzico di web marketing di contorno :-)

Questo perché **oggi contano i buoni contenuti ed una buona strategia di linking** oltre ovviamente a dei semplici accorgimenti di marketing e comunicazione per invogliare il navigatore ad entrare e rimanere nel tuo sito.

Insomma, questa Guida non è un manuale da seguire alla lettera, ma una traccia da cui prendere spunto per il tuo sito e fargli mettere una marcia in più. **Se ti piace puoi [ripubblicarla gratuitamente sul tuo sito](#)** o, se preferisci, puoi anche segnalargli ad un tuo amico. L'importante è che provi ad applicare questi concetti e, credimi... i risultati li vedrai con i tuoi occhi ;-)

## La Fine Della Paginetta

Ancora oggi, l'ottimizzazione della paginetta copre una buona percentuale di discussioni nella maggior parte dei forum. Sono perfettamente cosciente che un utente nuovo abbia sete di sapere e che tutte le guide parlano di questo, ma credo sia una perdita di tempo passarci sopra ore e ore. Il mio primo consiglio è di creare una buona struttura del sito, che sia molto facile da navigare per gli utenti. Dopodiché, per iniziare, basta che adotti **alcuni piccoli accorgimenti nel codice html della pagina come ad esempio:**

1. Usa un buon **tag Title** perché questo ha una buona percentuale d'importanza rispetto agli altri tag della pagina. Non usare più di 6-7 parole e cerca, se possibile, di non inserire all'inizio del tag il nome del sito. Se proprio vuoi o devi, inseriscilo alla fine. Cambia il Title per ogni tua pagina. Una pagina corrisponde ai Capitoli di un Libro. Ti immagini un libro con 24 Capitoli uguali? E anche tutti i Sotto-Capitoli? Non mi sembra una scelta saggia.
  2. Se proprio vuoi usare i **meta tag** sappi che nel Keywords, ignorato dai principali motori, è bene che tu inserisca al massimo 4-5 parole importanti. Per il Description cerca di creare una frase accattivante che contenga altre chiavi a tema con quelle già presenti nel Title.
  3. Non preoccuparti della **keyword density**, non è usata dai motori di ricerca per dare un maggiore peso alla pagina.
  4. Usa un **titolo con h1** in un posto visibile della pagina (di solito al centro in alto), per guidare gli utenti e fargli capire cosa stanno leggendo. Ti consiglio l'h1 perché è lo standard.
  5. Ovviamente, i **contenuti** che presenterai nelle tue pagine, devono contenere una serie di chiavi a tema con quelle per cui stai ottimizzando la tua pagina.
  6. E' bene **usare le immagini**, quasi in ogni pagina. Inserirle bene nel mezzo del testo potrebbero, a distanza di tempo, portarti dei buoni accessi. Usa, per queste, il Tag Alt per descrivere la tua immagine.
- Ecco, dovrei averti detto tutto per quando riguarda l'ottimizzazione della paginetta, diciamo un rinfresco di memoria prima di iniziare il vero lavoro...

Se non sei convinto, se hai dubbi, se vuoi leggarti una guida al posizionamento, cerca su Google. Un Buon Seo è prima di tutto un buon Utente/Navigatore :-)

## Prima Dei Motori, Gli Utenti

I motori di ricerca sono "sensibili" ad alcuni accorgimenti particolari che i SEO inseriscono senza il presupposto di spingere il sito nelle SERP, quasi credendo che siano superflui. I motori hanno iniziato ad usare questa tecnica per distinguere i siti normali da quelli spam. Ora questa tecnica è stata molto approfondita e viene usata anche per altri scopi.

Specialmente Google, va a "caccia" di questi accorgimenti perché sono utili all'utente e quindi, un sito utile all'utente difficilmente è un sito per fare spam. Vediamo quali sono questi accorgimenti:

- **Le FAQ ed il Glossario:** queste sono una guida al sito per gli utenti o un approfondimento allo stesso. Essendo presenti sono un modo di aiutare l'utente ed il motore lo percepisce.
- **Pagina Contatti:** significa che il sito è "vivo", è vero, interagisce con l'utente e fornisce un supporto. Presentare varie forme di contatto (telefono, fax, email, form ed altri sistemi) è un ottimo modo di aiutare gli utenti.
- **Il Footer:** questo è un punto fondamentale. Il Footer è quasi una carta d'identità, una dichiarazione che il sito presenta all'utente. Il motore va alla ricerca di varie informazioni quindi voi inserite tutto: il copyright del sito, il nome del sito senza link (perché significa che è un nome o marchio), il fax, il telefono, la via, la città, il Cap. Queste sono solo le informazioni base da inserire, ma ce ne sono molte altre specifiche da sito a sito, come Partita IVA, Tipo di Pagamenti, Varie Sedi e altri dati di cui parleremo più avanti.
- **Testi Lunghi:** i testi lunghi di solito non vengono usati dagli spammer e comunicano una conoscenza approfondita dell'argomento.
- **Numero di pagine:** i siti con 4-5 pagine oramai fanno fatica a stare in cima alle serp. Ne potete trovare alcuni che sono molto vecchi oppure messi in quelle posizioni da gente esperta che ha a disposizione molti link da inserire a quei siti. Se avete intenzione di posizionare un sito nuovo, oggi, preparatevi a creare contenuti :)

Tratterò in maniera specifica questo argomento con degli esempi su alcuni settori.

## Espansione Della Query

Cos'è l'espansione della query?

L'espansione della query da parte di un motore di ricerca può avvenire per raffinare la richiesta dell'utente (v. anche: [WikiGT-Espansione della query](#) )

Quando un utente fa una richiesta è indispensabile conoscere esattamente cosa vuole e quindi fornirgli una risposta più coerente. Per raffinare una ricerca i motori di ricerca aggiungono dei termini a quelli inseriti dall'utente usando i Thesauri (parole con significati simili).

**Studiando l'Information Retrieval, due termini sono tanto più simili quanto sono più presenti negli stessi documenti, e due documenti sono simili quando contengono gli stessi termini.**

Questo database di termini può essere raffinato andando a definire una lista di "Stop Words" per scartare articoli, pronomi ect.

**Google è uno di quei motori di ricerca** che espande le query e che usa altri termini per raffinare le proprie ricerche.

Una volta appreso questo concetto è importante trovare quelle chiavi che sono a tema con il nostro sito per creare delle pagine ed approfondire l'argomento che stiamo trattando, questo per avere un miglioramento delle posizioni sui motori di ricerca. Il miglioramento avviene sia perché creiamo più contenuti, sia perché questi sono a tema.

Questa tecnica è usata dai motori per quantificare quanto un sito, una sezione o una pagina parlano di un determinato argomento.

Per un attimo immaginiamo di essere un motore di ricerca, abbiamo queste due pagine

- 1. Tema animali: presenta, oltre a 5 pagine sugli animali, anche schede e sezioni sui cani, gatti e uccelli.
- 2. Tema animali: presenta, oltre a 5 pagine sugli animali, schede sulle macchine e sugli aerei.

Quale dei due siti approfondisce meglio l'argomento? Ovviamente il primo.

Mi raccomando, non controllare le SERP per poi tirare delle conclusioni: è sbagliato.

Se cercando una chiave troverai il sito numero 2 in prima posizione, potrebbe avere moltissimi link ;-)

## Tilde (~) : come effettuare un'espansione della Query su Google

Ma che cos'è importante per Google?

Per un motore di ricerca è importante **non far ridere l'utente** quando fa una ricerca, ma fornirgli una risposta molto valida.

Che cosa cerca l'utente quando inserisce nella barra delle ricerche la chiave "Vendita Computer"?

Ecco, da quella domanda lì Google potrebbe effettuare due mosse "particolari":

- espandere la query automaticamente
- ricercare nel sito alcune informazioni particolari dopo che la query è stata espansa (prossimo capitolo)

### Espansione della query "Vendita Computer"

"Per raffinare una ricerca i motori di ricerca aggiungono dei termini a quelli inseriti dall'utente usando i Thesauri".

Ora possiamo esaminare come noi utenti interagiamo con Google e controllare la "nostra" espansione della query.

Attenzione, Google espande la query in un altro modo a me sconosciuto, non ho altre informazioni a riguardo se non questo [post](#)

Quindi analizziamo la query Computer cercando il termine preceduto dal carattere "Tilde", quindi *~computer*

Ti ricordo che la query Computer offre 1.590.000.000

Ricerca di [~computer](#): 2.550.000.000

Questo tipo di ricerca mostra quasi 1.000.000.000 di risultati in più, è un'espansione di query esplicita (è fatta da noi, non dal motore).

Se ora interagiamo con la query **eliminando il termine computer**, la ricerca ci mostra i risultati senza quel termine

Ricerca [~computer -computer](#) 692.000.000 di risultati

Il primo termine che risalta è **pc**, proviamo a togliere anche quello  
Ricerca [~computer -computer -pc](#) 419.000.000 risultati

Eliminiamo **hardware**

Ricerca [~computer -computer -pc -hardware](#): 225.000.000 risultati

Eliminiamo **computing**

Ricerca [~computer -computer -pc -hardware -computing](#) 30.100.000 risultati

Eliminiamo **laptop**

Ricerca [~computer -computer -pc -hardware -computing -laptop](#): 8.090.000 risultati

Eliminiamo **computerized**

Ricerca [~computer -computer -pc -hardware -computing -laptop -computerized](#): 0 risultati

Stessa cosa con la chiave vendita

Ricerca [~vendita -vendita](#): 2.410.000 risultati

Ricerca [~vendita -vendita -negozio](#): 0 risultati

Questo è quello che Google ci vuole mostrare, noi possiamo vedere per quali termini può avvenire un'espansione esplicita.

## **Ma dopo che la query è stata espansa che cosa se ne fa Google?**

Google può utilizzare questi dati per vedere quanto un documento stia parlando di un determinato argomento grazie alla sua espansione, andando a verificare quanto esso (il documento) si allontani o si avvicini alla query in base ai valori immessi. Ovvero può diventare una specie di misuratore di "coerenza" e di "affinità semantica" della nostra pagina.

Morale della favola: più nel nostro sito ci sono informazioni a tema, più il nostro sito si avvicinerà alla richiesta dell'utente.

Nel prossimo capitolo ti parlerò di quali informazioni Google ricerca nel sito dopo che la query è stata espansa e di quali strumenti utilizzare per farti un'idea generale.

## **Informazioni Particolari e Strumenti Per La Ricerca**

Quali informazioni ricerca Google dopo avere espanso la query? Che strumenti posso usare per ricercare queste chiavi?

C'è una tecnica molto particolare che non ha niente a che fare con i motori di ricerca e si chiama Buon Senso. E' ovvio che i motori di ricerca usino i loro sistemi per individuare quale altre chiavi ed informazioni interessano agli utenti in merito alla loro ricerca, ma prima di tutto dobbiamo usare il buon senso per stilare la nostra lista di chiavi e per dare un buon servizio a loro. Quindi, proviamo ad immaginare di voler acquistare un computer su internet e di immettere nella casella di Google la chiave Vendita Computer.

Che cosa ci aspettiamo di trovare in un sito che ci appare nelle prime posizioni?

Siccome voglio comprarlo questo computer dovrebbero esserci almeno queste "informazioni" o "dettagli":

- Carrello della spesa
- Modalità di pagamento
- Prezzo
- Sede del negozio
- Listino
- Marche dei PC
- Assistenza
- Accessori
- Una buona scheda prodotto
- Principali caratteristiche del computer
- Ricerca
- Contatti anche Telefonici

Questo è solo un piccolo elenco di elementi che io utente vorrei ci fossero per farmi acquistare il computer.

Tutto questo ragionamento va effettuato da parte del motore e di come potrebbe apprezzare un sito di qualità

Chi cerca vendita computer molto probabilmente vuole comprarlo, quindi Google è molto interessato a mostrare pagine, sezioni che **non siano solo ottimizzate per quella chiave**, ma che trattino anche altri temi e che abbiano alcune caratteristiche utili agli utenti.

Fornire queste **informazioni basilari** permetterà al tuo sito di fare un grande salto di qualità nelle serp di Google

Del resto se un webmaster non fornisce all'utente queste informazioni, perchè io motore di ricerca dovrei mai mettermi a controllare il tuo? i tuoi Link, i tuoi Title, i tuoi H1? Quelli fanno parte della struttura normale che una qualsiasi pagina dovrebbe avere, un motore evoluto cerca sempre "qualcosa di più"....

La seconda strada che abbiamo a disposizione per trovare le keyword piu' pertinenti e a tema e' quella di utilizzare appositi tools e strumenti online come ad esempio...

Lo strumento di Yahoo Search Marketing:

<http://inventory.it.overture.com/d/searchinventory/suggestion/> (che ti mostra quanto e quali chiavi sono cercate nel suo circuito partendo da una tua richiesta) oppure

<https://adwords.google.com/select/KeywordSandbox> che ti suggerisce quali chiavi sono cercate e quali sono a tema con quella immessa da te. Se avessi un account Adwords potresti anche usufruire dello stesso strumento molto potenziato che ti offre anche i volumi di traffico, la competitività, i sinonimi, le parole correlate, il costo medio per ogni click, etc...

## Esempio Di Contenuti Utili: Un Sito Di Hotel

Ammettiamo ora di dover fare un sito di un Hotel: come possiamo procedere per avere un buon posizionamento?

Prima di tutto una premessa importante: il settore Hotel è molto competitivo e molti si affidano ad Adwords per promuovere il proprio Hotel. Voler posizionare un sito nuovo per una chiave come "Hotel a Roma" è davvero un lavoro difficile che richiede molto tempo ed una grande conoscenza del settore. Quindi è meglio scegliere una chiave migliore aggiungendo delle parole che riconoscano l'hotel nell'ambiente della Capitale. Ad esempio Vicino al Colosseo, al Centro, Vicino alla Stazione e via dicendo.

Posizionare un sito di Hotel di un paesino è un lavoro meno difficile, ma bisogna sempre lavorare bene e "battere" la concorrenza dei portali locali, regionali e nazionali.

In definitiva non basta avere nel sito di Hotel quelle quattro-cinque paginette per ottenere buoni risultati, ma occorre fornire anche delle informazioni particolari. Nelle Serp di Google capita di vedere alcuni siti di Hotel con poche pagine in cima a risultati competitivi: si ritrovano in quelle posizioni perchè hanno dei domini molto vecchi e sono appoggiati da qualche network di siti/links esterni.

### Vediamo ora che tipo di contenuti presentare nei siti di Hotel

Immaginiamo di voler posizionare un sito di Hotel che si trova a Roma. Usando il Tool di Overture e quello di Adwords (meglio se fossimo registrati per avere più informazioni con il Tool interno), possiamo notare come gli utenti cercano molte altre chiavi tra le quali:

*"pensioni, centro, economici, prenotazione, offerta, albergo, 3 stelle, 4 stelle, roma centro storico, prezzo, 5 stelle, pensione tre stelle, b b roma, hotel roma vicino alla stazione, prenotazioni, hotel roma centro, meeting roma, quattro stelle, due stelle roma, tranquillo, vaticano, fontana di trevi, last minute, etc."*

Ammettiamo che il nostro hotel si trovi vicino alla Fontana di Trevi e che abbia tre stelle:

<title>Hotel a Roma con 3(Tre) Stelle vicino alla Fontana di Trevi </title>

Ma un utente che non conosce Roma, che ci viene per vedere le sue bellezze, che ci viene per la quarta volta, che non sa come muoversi, come sarà rassicurato dal tuo sito? cosa cercherà?

Oltre alle solite paginette per un sito di Hotel (chi siamo, dove siamo, galleria fotografica, prenotazioni, contatti) cosa si può mettere in più?



Innanzitutto il nostro Hotel si trova vicino alla Fontana di Trevi. Quindi per prima cosa dobbiamo informare l'utente su come arrivare e non presentare la pagina "Come Arrivare" con la sola cartina di dove si trova l'Hotel, ma metterlo a conoscenza dei vari mezzi che ci sono a disposizione per raggiungere la destinazione (metro, bus, taxi).

Un'altra informazione molto importante è la disponibilità delle camere in tempo reale, così l'utente si sente rassicurato a compiere la prenotazione.

Sarebbe molto indicato inserire una descrizione ed alcune foto con ingrandimento per ogni camera per offrire una panoramica delle stanze a disposizione.

Non dimentichiamoci mai delle offerte e degli sconti in particolar modo per quelli nei periodi speciali: Capodanno, Natale, Pasqua, San Valentino e via dicendo.

**Una cosa che piace molto agli utenti e quindi anche ai motori di ricerca** sono le informazioni turistiche sulla zona, quindi sia per avere più fiducia da parte dell'utente e sia per rendere il sito migliore agli occhi del motore di ricerca è molto positivo avere una sezione dove si informa l'utente dei monumenti da visitare, dei musei, dei luoghi caratteristici e delle feste locali. Ovviamente con tutte le informazioni per raggiungere questi posti.

Potrebbe essere una bella idea presentare la storia ed i personaggi storici che hanno caratterizzato l'area intorno all'hotel, sempre da inserire nella sezione turistica-informativa.

Sicuramente d'aiuto agli utenti sarà una guida territoriale con molte informazioni su altre strutture come i ristoranti, le discoteche, i bar ed altre simili. Qui, oltre che un lavoro di informazione si possono stringere molte partnership per farvi aumentare la visibilità nei motori di ricerca. Una bella idea sarebbe creare una guida informativa insieme alle altre strutture non in concorrenza con voi da ripubblicare su tutti i siti che prenderanno parte all'iniziativa.

Mi raccomando di non dimenticare mai di indicare in tutte le pagine le informazioni principali dell'Hotel: nome, stelle, via, cap, paese, telefono, fax, email e via dicendo.

Tutte queste informazioni renderanno il vostro sito ben visto sia dagli utenti sia dai motori di ricerca che vi premieranno :-)

## **Sistema Di Linking Interno Per La Home Page**

Il Sistema di linking interno è fondamentale per la buona riuscita di una campagna di posizionamento. Tutto il valore della home page viene diviso dai link presenti in essa. Questo vale per tutte le pagine.

Nella home page però, ti vorrei dare questi consigli:

- Inserisci meno possibile link esterni per non diminuire il valore passato internamente con altri link. Se vuoi linkare altri siti fallo in pagine interne.
- Attenzione ai doppi link inseriti nelle immagini per esempio.
- Se hai delle sezioni interne che devi spingere inserisci più link con testi diversi alla stessa pagina, ma

a tema.

- Non linkare le pagine interne della home page con i classici testi: Link, Continua, Next

Vediamo ora come linkare le pagine interne e come ottimizzare il Title con un esempio:

**Sito principale:** <http://www.wmtools.com/>

**Pagina interna:** [http://www.wmtools.com/news/web\\_marketing.html](http://www.wmtools.com/news/web_marketing.html)

**Title della pagina web\_marketing.html:** <title>News sul Web Marketing - WMTools.com</title>

**Link presente nella home page:** <a href="http://www.wmtools.com/news/web\_marketing.html" title="News ed informazioni sul Web Marketing">News sul Web Marketing</a>

Notare che:

1. Nel tag title del link espando la chiave usando il termine informazioni, ma potrei inserirne altri
2. La chiave presente nei Tag <a></a> è presenta anche nel title, questo è fondamentale per spingere al massimo le tue pagine.

## Sistema Di Linking Interno Per Una Sezione

Prima abbiamo visto alcuni piccoli accorgimenti per la home page, ma nel caso in cui ci fosse una sezione interna userei anche altri accorgimenti.

Riprendendo l'esempio di prima abbiamo un sito che parla di animali, immaginiamo di avere una sezione interna che approfondisce l'argomento trattando degli animali domestici.

Quindi la chiave è animali domestici. Anni fa, avremmo presentato la nostra paginetta che parlava dei gatti, dei cani, dei pesci, degli uccelli, dei rettili.

Oggi, un motore di ricerca, dà più peso ad una sezione con pagine interne che parlano di ogni animale, non ad una che parla di tutto.

Come strutturarla?

Senza verificare che esista, facciamo finta che il sito si chiami Animali.it.

A questo indirizzo, ci sarà la nostra sezione: <http://www.animali.it/domestici/>

Questa pagina interna, che chiamo index di sezione, deve presentare una serie di articoli che parlino di questi animali, quindi, oltre ad una bella descrizione generale è bene presentare un elenco di link sugli animali, strutturato in questo modo:

<a href="http://www.animali.it/domestici/gatti.html" title="I Gatti, le varie razze di quelli domestici">Gatti</a>

<a href="http://www.animali.it/domestici/cani.html" title="Cani domestici: consigli">Cani</a>

<a href="http://www.animali.it/domestici/pesci.html" title="Pesci e acquari da casa">Pesci</a>

<a href="http://www.animali.it/domestici/uccelli.html" title="Uccelli e gabbie per la tua casa">Uccelli</a>

<a href="http://www.animali.it/domestici/rettili.html" title="I rettili ed l'ambiente ideale da avere in casa">Rettili</a>

Come potete notare, nel title, espando la query indicando sempre la parola domestici o casa e poi alcuni particolari per ogni animale, come razze, consigli, ambiente, acquari e gabbie.

Facciamo ora l'esempio dei tag Title delle pagine:

gatti.html > <title>Gatti: Animali Domestici</title>

cani.html > <title>Cani: Animali Domestici</title>

pesci.html > <title>Pesci: Animali Domestici</title>

uccelli.html > <title>Uccelli: Animali Domestici</title>

Usando questo tipo di title diamo molta importanza a tutta la sezione e inserendo il Tag Description useremo per ogni sezione anche le chiavi usate nel tag title del link, eccovi un esempio:

pesci.html > <title>Pesci: Animali Domestici</title> <meta tag="Description" content="I pesci, gli acquari, il cibo e tutti gli accessori necessari per la tua casa">

Ma questo non è sufficiente, perché per una buona struttura occorre che gli articoli siano linkati bene tra di loro. Di solito propongo una struttura formata da questi link:

[Precedente](#) | [Sommaro](#) | [Successivo](#)

Questo facilita gli utenti, ma come abbiamo visto prima, è importante avere nei tag <a></a> la chiave che linka l'articolo. In questo caso non possiamo inserirla ma sapremo fare buon uso del tag title ;-)

Ovviamente, questa struttura è stata concepita per gli utenti, infatti quando sopra ti consiglio un elenco di link per mostrare le sezioni è un modo di evidenziare i link. Se dovessi pensare solo al motore di ricerca non ti consiglierei mai di fare un elenco di link ma di creare un testo lungo ed inserire i link nel testo, perchè i motori apprezzano di più questi link.

## Fidelizzazione Utenti

Prima di parlarti della promozione esterna del sito volevo elencarti e darti una piccola descrizione di alcuni strumenti che hai a disposizione per fidelizzare gli utenti e farli tornare nel tuo sito. Ovvio che per ogni tipologia di sito ci sono anche altri strumenti diversi, ma ora ti parlerò in modo generale.

### Aggiungi Ai Preferiti

Questo strumento permette all'utente di segnarsi velocemente il vostro sito e navigarlo più in là appena avrà tempo. Mi raccomando mettilo in modo visibile ma non ingombrante senza infastidire l'utente.

### Imposta come Home Page

Avere un sito come pagina iniziale da visitare appena si apre il browser significa davvero tanto. Non è facile avere molti utenti e se non si è un portale informativo o un servizio di news sarebbe meglio omettere questa voce. In effetti, questo strumento è poco usato anche perchè è molto più facile che un utente inserisca spontaneamente e senza cliccare sul link il vostro sito come home page iniziale.

### Stampa la Pagina

Se avete delle informazioni particolari sul vostro sito è sempre bene offrire una stampa con il nome del sito e marchio ben visibili in alto. Molto probabilmente la stampa della vostra pagina sarà vista anche da altre persone che ricorderanno il vostro brand. Inoltre una pagina stampata potrà essere letta più volte nel tempo, non farà tornare l'utente su quella pagina ma lo renderà consapevole che su quel sito ha trovato un'informazione interessante.

### Newsletter

La newsletter è un ottimo strumento di fidelizzazione degli utenti e gli permette di rimanere aggiornati su particolari novità del sito. E' molto importante specificare ogni quanto la newsletter viene inviata e non stressarli con invii continui o troppo frequenti. Dipende comunque da che tipo di news offre il sito. La miglior soluzione sarebbe far scegliere a loro ogni quanto ricevere un invio

### Feed

Questo nuovo strumento di promozione è molto utile specialmente se avessi un target più esperto. I Feed stanno prendendo sempre più piede perchè sono molto utili e comodi, ti tengono aggiornato su tutte le novità dei siti che sei interessato ogni quanto vuoi tu.

## **Forum**

Il Forum è uno strumento molto particolare per la fidelizzazione degli utenti ed è molto usato per il supporto di un sito, prodotto o altro. Il Forum è forse lo strumento con una più alta fidelizzazione perchè permette all'utente di interagire con il sito e di farne parte creandosi uno spazio tutto suo identificato da un Nick. Grazie a questo strumento è possibile creare intorno al sito una buona comunità ed una buona visibilità a prescindere dai motori di ricerca.

## **Blog**

Il blog è un'altro di quegli strumenti nuovi e ad alta fidelizzazione, dipende dai modi di usarlo. Oramai ne è pieno il web per la loro facilità di sviluppo e gestione. Inoltre è possibile averne uno gratis. Diverso è il blog aziendale dove sarebbe bene averlo sul proprio dominio per potenziare il brand dello stesso.

## **Press Release**

I comunicati stampa sono molto importanti sia per dare una svolta professionale al sito sia per la visibilità dello stesso nella rete e nei motori di ricerca. In rete ci sono centinaia di siti che raccolgono i comunicati stampa e li ridistribuiscono nel web (ti basta una ricerca su Google con "servizio stampa o servizio press-release" per trovare i piu' famosi.

## **Chat**

La chat è un ottimo strumento di fidelizzazione dell'utente in quanto consente allo stesso l'immediata risposta al suo problema. Ma puo' essere anche un'arma a doppio taglio, infatti il web è nato per "stare acceso" 24 ore su 24 e, per fornire un servizio di chat efficace, rischieremmo di fare gli "straordinari" :-)

## **Promozione Esterna**

Dopo aver ottimizzato al massimo il nostro sito web creando una buona struttura, avendo fatto una buona espansione della query ed avendo dato delle buone informazioni ai nostri utenti è arrivato il momento di parlare della promozione esterna.

Per ogni tipologia di siti esistono vari canali diversi dove si può scegliere di puntare di più su un canale rispetto ad un altro. Facciamo un esempio.

Se avessimo un sito di Hotel a Roma da promuovere potremmo decidere di puntare buona parte del budget su un particolare portale a tema o su Adwords. Se invece avessimo un portale di Hotel a Roma non potremmo mai investire la stessa parte di budget sullo stesso canale.

Promuovere invece un prodotto tipico richiederebbe conoscenze particolari della zona in cui si opera e del potenziale target di acquisto, mentre per promuovere un blog sarebbe necessario conoscere altri canali "alternativi" quasi sconosciuti per i "siti normali".

Ecco in generale di alcune forme di promozione esterna.

## **Link spontanei**

I link spontanei sono la miglior forma di promozione che tu possa ricevere durante la gestione del tuo sito. Questi li puoi ottenere solo avendo contenuti e risorse che la gente apprezza e consiglia ai suoi visitatori.

### **Contenuti Ridistribuibili**

Questi invece rappresentano una buona spinta per l'informazione che si vuole dare e per la visibilità nei motori di ricerca.

### **Directory**

Le directory sono molto importanti per il posizionamento. La più importante è sicuramente quella di ODP (<http://www.dmoz.org/>) ma io andrei alla ricerca di altre directory soprattutto di quelle a tema con il tuo sito che ti offrono una buona spinta.

### **Link ad articoli o informazioni particolari**

E' fortemente consigliato creare delle informazioni particolari o articoli che prendano molti link spontanei. Questi si possono ottenere solo creando una risorsa molto originale e innovativa.

### **Acquisto di link**

L'acquisto di link va fatto con la testa e non con il PageRank di Google. Bisogna prima controllare che il sito sia a tema con il nostro e che abbia pochi link in uscita, poi che il link passato non sia in javascript, non abbia redirect o il tag nofollow ma sia un link **puro**.

### **Scambio link**

Questo sistema è molto usato dai webmaster ma va fatto con lo stesso sistema di sopra: con la testa e non con il PageRank. Inutile fare uno scambio di link in una pagina con cento link in uscita e PageRank quattro non a tema con il nostro sito. Meglio una pagina di una directory con PageRank inferiore e dieci link in uscita.

### **Scambio Banner**

Lo scambio banner è ancora usato e serve per rafforzare il marchio. Ovvio che farvi apparire in basso con altri quattro-cinque banner potrebbe non portare alcun utente.

### **Newsgroup, Forum, Blog**

Questi sono strumenti che se usati con intelligenza possono portare utenti molto targettizzati e/o collaboratori molto preparati. Inoltre vi porteranno alla conoscenza del vostro target. Se per esempio vendessi orologi mi butterei su tutti i forum, blog e newsgroup per studiare il mio target e farmi conoscere. Mi raccomando: non fate spam!

### **Segnala ad un amico**

La funzione segnala ad un amico, consiglia questa pagina, invia un articolo è molto buona e permette di far conoscere la propria risorsa a molti utenti. Incentivare questa opzione con la fruizione di una risorsa gratuita potrebbe portarvi ad una buona visibilità.

## Conclusioni

Questo capitolo non era previsto quando si buttò giù la bozza per la stesura di questa guida. Tuttavia l'ho aggiunto.

Volevo solo dirti che il posizionamento nei motori di ricerca non è fatto di trucchi arcani o di fattori impossibili da capire, ma è dato da una serie di studi-test che ci possono portare a trovare una strada da seguire per ottenere buoni risultati. Anche questa guida è fatta da molti studi e molti test effettuati; alcuni sono ancora in corso e ne renderò conto come ho sempre fatto: non ci sono segreti!

**In tutti i siti che hanno avuto successo ci sono stati sempre buoni contenuti dietro e mai solo un H1, due righe nascoste e quattro doorway.** Nessuno dei proprietari di quei siti si è mai chiesto per più di un giorno perchè il PageRank oggi non si vede.

**Se oggi mi trovo ad ottenere buoni risultati è perchè** prima di pensare ai motori di ricerca penso sempre a cosa vorrebbe trovare un utente una volta arrivato nella pagina e io devo essere pronto a darglielo. Altrimenti quella pagina è meglio non farla.

Per test, per gioco, per scherzo, mi sono ritrovato a piazzare siti senza contenuti o con pochi contenuti. Ho sempre impiegato più tempo di quanto immaginassi con una (ovvia) risposta scarsa dagli utenti.

Ora pero' **fammi vedere** quanto sono stato bravo: [ripubblica questa guida nel tuo sito!](#) :-)



### **Pubblica GRATIS questa guida nel tuo sito !**

questa guida puo' essere liberamente copiata e ripubblicata sul tuo sito web a patto di NON modificare in alcun modo i contenuti, il copyright e i links in essa presenti (pero' puoi modificare la grafica e il layout come preferisci). Per scaricare la versione aggiornata della guida da pubblicare sul tuo sito [clicca qui](#)

> **Aggiornati:** [News di Posizionamento e Web Marketing](#)

> **Copyright:** questa guida e' realizzata da [Madri Internet Marketing](#) & [GiorgioTave](#)