

Le tecniche per Influire sulla SERP (SEO) dei motori di ricerca si è voluta di più negli ultimi anni che nelle due precedenti decadi messe insieme, ciò rende difficile un approccio facile a chi si avvicina allo studio di queste tecniche sia a chi cerca di sfruttare queste possibilità per le proprie attività commerciali.

Pensando solo agli aggiornamenti dell'algoritmo di Google apportato da Penguin e Panda per combattere i link spam e i contenuti di bassa qualità come esempio su cui riflettere, o a Pigeon per dare forza ai contenuti locali o alle nuove tecniche di machine learning come RankBrain per rafforzare la capacità di precisione dell'algoritmo.

Ci sono stati anche diversi aggiornamenti per permettere agli utenti da mobile di usufruire di contenuti pensati per loro.

Senza entrare nei dettagli possiamo fornire delle indicazioni di massima per offrire delle indicazioni abbastanza precise da seguire o evitare in modo tale da rendere i nostri siti impostati su quello che veramente conta per i motori di ricerca.

1 NON FOCALIZZARSI SU CONTENUTI IMPORTANTI

Quando il gigante della ricerca Google è arrivato sulla scena all'inizio degli anni '90, ha rivelato tutto quello che c'era da sapere sull'ottimizzazione dei motori di ricerca in una semplice frase. Che più o meno suonava così:

Vogliamo che il sito web con i contenuti più rilevanti appaia sempre nello slot numero 1 per ogni ricerca.

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:
info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119

Questo motto vale ancora oggi dopo molti anni e migliaia di cambiamenti di algoritmo seguenti; Google in sostanza non è mai cambiato. Semplicemente sono diventati migliori nel raggiungere il loro obiettivo originale di offrire ciò che è rilevante per i loro utenti.

Google ha scoperto che gli utenti cercano esperienze con siti che condividono informazioni complete e ben scritte con uno stile moderno e una navigazione semplice.

Questi tipi di domini sono diventati noti come siti web di autorità e dovrebbe essere l'obiettivo di ogni proprietario del sito di rientrare in questa categoria. Il modo più semplice per svolgere questo compito è quello di fornire contenuti unici e approfonditi che si concentra direttamente sugli argomenti che gli utenti stanno attivamente cercando.

2 EVITARE DI ESSERE ATTIRATI DALLE TENTAZIONE DEL LATO OSCURO DELLA SEO

Ci sono sempre stati molti modi per “ingannare” i motori di ricerca utilizzando tattiche di spam per i backlink, l'esposizione e il traffico. Anche se alcuni di questi metodi produrranno ancora un guadagno temporaneo, possono anche portare a sanzioni a lungo termine una volta scoperti. Qui ce ne sono solo alcuni da evitare:

1. Utilizzo di contenuti duplicati o di bassa qualità
2. Parola chiave che riempiono inutilmente il testo di una pagina
3. discutibili reindirizzamenti e modelli di traffico
4. rubare contenuti da altri siti.
5. Cloaking o altre tattiche per nascondere il vero intento di un sito

Leggi anche questi articoli [Esperto SEO per psicologi e psicoterapeuti](#) e [le verità ai tempi di Google](#)

Anche se si può essere tentati di prendere alcune scorciatoie, non vale la pena di avere un sito web che alla lunga sarà penalizzato dai motori di ricerca.

3. AVERE UN SITO WEB LENTO

I dirigenti aziendali sono stati informati da tempo che fotografie, video, banner personalizzati e altri tipi di grafica aumenteranno l'attrattiva complessiva di un sito web per i consumatori. Anche se questa affermazione è certamente ancora vera, è essenziale bilanciare queste caratteristiche con il tempo di caricamento effettivo del sito web.

Se le prestazioni non sono all'altezza della situazione, allora i clienti saranno pronti ad abbandonare velocemente il sito. Questo è particolarmente importante per gli utenti di dispositivi mobili che non dispongono di una grande quantità di memoria o di forti connessioni Internet.

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:
info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119

Perché è importante?

Ogni volta che un consumatore visita una pagina web direttamente dai risultati della ricerca, i motori di ricerca prestano molta attenzione a quanto tempo rimangono su quella pagina e alle azioni che intraprendono. Se l'utente lascia rapidamente il dominio, dice a Google che il risultato della ricerca non era rilevante per le esigenze del cliente. Il tempo di caricamento è anche una delle metriche analizzate dai motori di ricerca, quindi trascurare questo aspetto è come un pugno in faccia al posizionamento potenziale di un sito web.

Ci sono diversi modi per ridurre i tempi di caricamento di un sito web, incluso l'uso di programmi di caching e la limitazione del numero di plugin da caricare sul front-end del sito. Le immagini possono anche essere leggermente compresse per renderle qualche decimo di secondo più veloci da caricare. In altri casi, il colpevole può essere un codice scritto male e/o problemi di conflitto con i plugin. Strumenti web come GTmetrix e Pingdom possono aiutare ad analizzare questi tipi di problemi.

4. RENDERE DIFFICILE IL REPERIMENTO DEI CONTENUTI IMPORTANTI

Uno degli errori più comuni nell'ottimizzazione dei motori di ricerca è dimenticare quanto sia importante la navigazione sia per i clienti che per i

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:
info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119

motori di ricerca. In un mondo ideale, un cliente dovrebbe essere messo in grado di trovare tutte le informazioni necessarie in due o tre clic dalla homepage. Poiché questa non è sempre un'opzione possibile per tutti i siti web, i contenuti importanti e le domande più frequenti dovrebbero essere raggruppati il più possibile in una posizione centrale. Inoltre, ogni pagina dovrebbe essere chiaramente etichettata e formattata in modo che il contenuto sia facile da consumare e comprendere.

Da un punto di vista della ricerca, una navigazione fluida permette ai bot dei motori di ricerca di mappare facilmente un sito web e determinare come le pagine si relazionano tra loro. L'invio di una mappa xml del sito e l'offerta di forme multiple di navigazione sono sicuramente passi nella giusta direzione.

Leggi anche questi articoli [Iled Saronno: Centro di psicologia per l'età evolutiva](#)

5. ERRORI CON I REINDIRIZZAMENTI 301 E 302

Ogni volta che il contenuto viene spostato da un URL ad un altro, i motori di ricerca lo considerano automaticamente una nuova pagina senza cronologia di ranking a meno che non venga effettuato un redirect 301 o un redirect 302. Per regola, l'301 è un trasferimento di risorsa permanente mentre 302 sono considerati temporanei e segnalano che il contenuto tornerà alla sua posizione originale in futuro. C'è anche un codice di stato 404 disponibile per le volte in cui il contenuto viene rimosso permanentemente e non disponibile altrove online.

Mentre la configurazione dei reindirizzamenti 301/302 è un compito semplice, è decisamente dispendioso in termini di tempo per i siti web più grandi che contengono centinaia o migliaia di pagine. E 'un compito che deve essere considerato essenziale, tuttavia, perché non reindirizzare può portare ad uno scenario in cui i motori di ricerca penalizzano un sito web per la scomparsa di alcune pagine. E potrebbe anche implicare la perdita della considerazione dei backlink per le pagine non correttamente reindirizzate.

6. MANCATA COMPrensIONE DEL PROCESSO DI BACKLINK

Un altro errore comune nel mondo dei motori di ricerca è l'ossessione per l'acquisizione di backlink. Mentre ogni sito ha bisogno di citazioni esterne da domini rilevanti per stabilire la credibilità, è importante che i backlink siano acquisiti naturalmente. Ciò non significa che le aziende non dovrebbero cercare di acquisire backlink, ma qualsiasi forma di acquisto diretto di backlink è fortemente disapprovato.

La cosa da asporto più grande è che un grande sito web crea un ronzio intorno al web e fa sì che gli altri ne vogliano parlare. Guardate il profilo backlink di marchi come Old Spice, Dollar Shave Club, o Zappos per un quadro più chiaro: si sono guadagnati le loro menzioni creando campagne altamente divertenti che risuonano con i consumatori. Quindi il consiglio è di evitare l'acquisto o la manipolazione poco saggia dei link che puntano al vostro sito.

7. DIMENTICARE LE RICERCHE LOCALI

Numerosi studi degli ultimi anni hanno dimostrato che fino al 92% di tutti i

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:

info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119 10 Errori

Comuni della SEO e Come Evitarli

consumatori statunitensi effettuano una ricerca locale sui loro smartphone prima di visitare un negozio di mattoni e maltame. Poiché si tratta di acquirenti motivati che sono pronti a fare un acquisto immediato, ignorarli o presentare informazioni commerciali errate può avere un impatto devastante su un'azienda locale.

Le aziende dovrebbero assicurarsi che i loro NAP (Name, Address, Phone Number) siano corretti su directory di nicchia e locali che sono rilevanti per il loro settore così come i migliori motori di ricerca come Google e Bing. Non solo è un'opportunità per acquisire un po' "di link-juice", ma mostra anche i motori di ricerca che il business in questione è stabilito e la condivisione di informazioni verificabili in una serie di luoghi diversi. Inoltre, i vostri clienti saranno in grado di trovarvi facilmente.

Leggi anche questi articoli [Consulenza SEO per Centro di psicologia a Cantù](#)

8. DIMENTICARE L'IMPORTANZA DI NUOVI CONTENUTI

Sarebbe facile supporre che una volta che un sito web ha molte pagine di contenuto solido che sembra convertirsi ad un tasso favorevole, allora non c'è più un motivo per pubblicare qualcos'altro. Tuttavia, non è così. I motori di ricerca preferiscono domini che pubblicano spesso nuovi contenuti perché è un segnale che il business è attivo e dedicato a soddisfare le esigenze del cliente.

Pubblicare frequentemente nuovi contenuti, o aggiornare i contenuti esistenti con le informazioni più recenti, ha anche un piacevole effetto collaterale; dà ai

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:
info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119

fan di un marchio un motivo per rivisitare frequentemente il dominio, trascorrere più tempo sul sito e visitare pagine aggiuntive. Anche i contenuti freschi hanno maggiori probabilità di essere condivisi attraverso i social network. Tutte queste cose influenzano positivamente le possibilità di essere indicizzati

9. UTILIZZARE STRATEGIE DI LINK INTERNO INADEGUATE

Mentre è risaputo che l'uso di parole chiave (keywords) come testo di ancoraggio è preferibile per i link in entrata, pochissime aziende sembrano utilizzare questa tattica sui propri siti web. Ad esempio, un errore molto comune è quello di mettere "clicca qui" sulle pagine di contatto, anche se la frase non significa nulla per i motori di ricerca. Quindi dobbiamo fare in modo di collegare i contenuti del nostro sito in maniera corretta e con testo del link semanticamente correlato alla risorsa che andremo a linkare

10. ASPETTARSI RISULTATI DRAMMATICI DURANTE LA NOTTE

Infine, è essenziale rendersi conto che l'ottimizzazione dei motori di ricerca è un processo in continua evoluzione che richiede un grande investimento di tempo e molto lavoro. I consumatori dovrebbero guardarsi dalle offerte che promettono "risultati fulminei" o "ranking istantaneo della prima pagina". Queste cose sono quasi impossibili da raggiungere naturalmente senza un enorme budget pubblicitario e alcuni influenti seri che spingono la campagna.

Un elemento chiave da ricordare è che l'ottimizzazione dei motori di ricerca non è mai veramente completata, dato che gli algoritmi cambiano e nuovi concorrenti appaiono sempre nuovi. Ancora più importante, i clienti cambiano anche il modo in cui usano i motori di ricerca per trovare grandi prodotti e servizi, quindi un'azienda di successo deve cambiare le strategie di conseguenza.

10 Errori Comuni della SEO e Come Evitarli

Click To Tweet