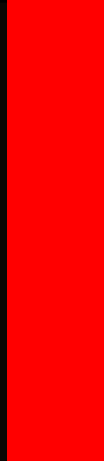


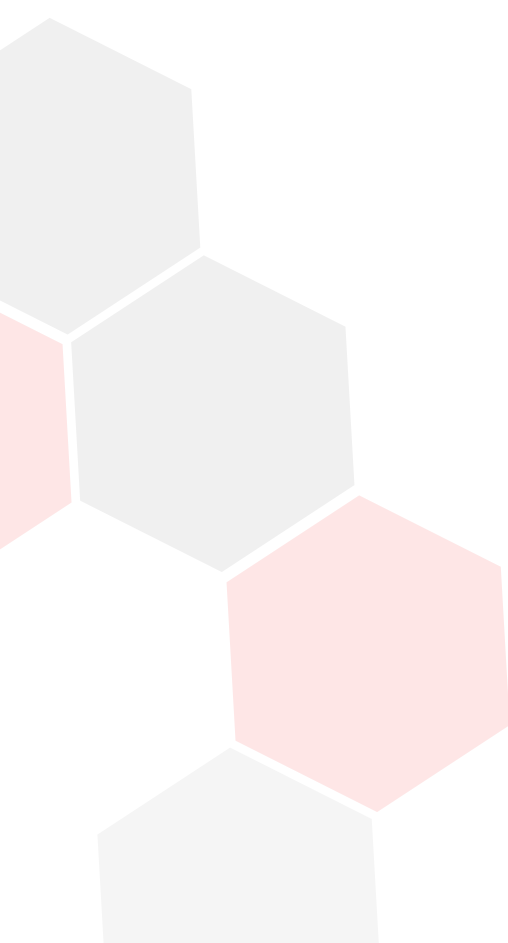
Salvatore Salamone

Voglio essere primo su Google

Domande e risposte sui Motori di Ricerca



Non tutte le aziende, i liberi professionisti e le attività commerciali sperimenteranno il piacere di essere ben posizionati su Google.



DISTRIBUZIONE E DIFFUSIONE

Caro lettore,

puoi liberamente distribuire questo documento a due condizioni:

1. non alterare, cancellare o modificare alcuna sua parte;
2. se lo pubblichi su un sito, inserisci un link di rimando verso il sito www.salamone.it

Per qualsiasi cosa non esitare a contattarmi.

Salvatore Salamone

Cell. 347 7362958

Data di pubblicazione: 10 ottobre 2018



Visita il mio sito

Nota sul copyright

Senza il permesso del titolare del copyright nessuna parte di questo eBook può essere estrapolata, alterata, modificata, riprodotta parzialmente sotto qualunque forma, con qualunque metodo, elettronico o meccanico.

AVVERTENZA

Il contenuto di questo documento è frutto del mio lavoro e dei miei studi. Non mi assumo nessuna responsabilità sull'utilizzo che ne fai o dei risultati che ottieni nell'applicazione delle informazioni. Fai le tue ricerche e sii consapevole delle tue decisioni e azioni.

CONSIGLIO SUI TERMINI TECNICI

Potresti, durante la lettura, incontrare parole tecniche di cui non conosci il significato. Online trovi ogni sorta di definizione. **Il consiglio è di chiarirne il significato per meglio comprendere i concetti presentati in questo documento.**

Il metodo migliore per ricercare il significato di una parola è quello di scrivere, nel campo di ricerca di Google, il termine seguito dalla parola "significato". Esempio: "landing page significato", "indicizzazione significato", "web master significato", ecc.

INTRODUZIONE

Benvenuto in questo documento e grazie per averlo scaricato.

In questi ultimi anni le domande che mi sono state poste in merito a **Google** e al **posizionamento nei motori di ricerca** sono state molte, le più disparate.

In queste pagine ho raccolto le più frequenti nella speranza di poter dare delle risposte a chi vuole avere più informazioni.

Non è un testo per gli addetti ai lavori (web designer, web master, ecc.), ma è stato scritto per i proprietari di siti internet con l'obiettivo di innalzare la loro consapevolezza e conoscenza.

Sono tantissime le aziende che delegano alle web agency l'incarico di posizionare il sito web nei motori di ricerca, investendo spesso anche cifre considerevoli, senza sapere molto sull'argomento. Un po' di nozioni non fanno male.

Le quattordici domande e risposte presenti in questo documento, in alcuni casi possono sembrare simili, ma le lievi differenze permettono di dare risposte diverse o complementari. Per questo motivo, la lettura integrale di questo PDF ti permetterà di **affrontare l'argomento da diverse angolature** e di farti un'idea concettuale abbastanza completa.

Se lo leggerai fino alla fine la tua conoscenza andrà ad un livello nettamente superiore rispetto alla media dei proprietari di siti web che, in questo ambito, spesso hanno davvero poche informazioni.

Alla fine di questa risorsa, a completamento dell'opera, trovi anche una **checklist** delle azioni che un professionista deve attuare se vuoi che il tuo sito scali le posizioni su Google. La puoi usare come lista di riferimento per chiedere, alla web agency a cui ti sei affidato, quali azioni sta attuando e cosa sta omettendo.

Spero davvero che questo documento ti possa tornare utile.

Buona lettura.



“Condividiamo idee e conoscenza”

Giorgio Taverniti

Indice



domande e quesiti

1. Come posso andare in prima pagina su Google? - (pag. 7)
2. Come faccio ad aumentare il traffico nel mio sito? - (pag. 7)
3. Come posso essere primo sui motori di ricerca? - (pag. 8)
4. Come posso aumentare le visite nelle mie pagine web? - (pag. 9)
5. Come posso posizionare bene il mio sito su Google? - (pag. 10)
6. È importante posizionarsi in prima pagina su Google? - (pag. 11)
7. Mi serve un sito per la mia azienda. A chi conviene affidarsi? - (pag. 12)
8. Vorrei qualcuno che curasse il posizionamento del mio sito nei motori di ricerca - (pag. 13)
9. Vorrei qualcuno che segua e che aggiorni il mio sito internet - (pag. 14)
10. Vorrei un bel sito per la mia attività. Posso fare da solo? - (pag. 15)
11. I miei concorrenti sono in prima pagina su Google. Io no. Cosa posso fare? - (pag. 16)
12. Per il mio progetto cerco uno studio web nella mia città. Dove lo trovo? - (pag. 17)
13. Cerco un professionista SEO economico. È facile trovarlo? - (pag. 18)
14. Dove trovo un web designer per realizzare il mio sito? - (pag. 19)
15. Il mio sito sta perdendo posizioni su Google. Cosa posso fare? - (pag. 19)

Checklist - (pag. 20)

Complimenti/Contattami - (pag. 21)

1. “Come posso andare in prima pagina su Google?”

La soluzione migliore è affidarti a un professionista.

Posizionarsi su Google necessita l'intervento di un esperto e richiede di svolgere una serie di attività sul sito web (**on-site**) e fuori dal sito (**off-site**), cioè su risorse esterne presenti su internet.

L'attività prende il nome di **SEO** (Search Engine Optimization). Vanno attuate varie azioni. Si parte sempre da un'**analisi sullo stato del sito** per individuare i punti deboli che devono essere corretti e su cui è necessario intervenire.

Stilata una lista delle azioni che bisogna effettuare, ci si mette a lavoro. Questa operazione prende il nome di “**ottimizzazione del sito**”. L'ottimizzazione può consistere in molte fasi.

Ad esempio:

- rimuovere dal sito i testi non originali e sostituirli con **testi inediti e di qualità**;

- inserire nel codice delle singole pagine web le istruzioni necessarie per i motori di ricerca (**Meta Tag**);

- attribuire ai titoli, sottotitoli e ai testi il giusto grado di importanza (H1, H2, H3, ecc.);

- curare la parte grafica; le foto, per esempio, devono essere **nitide ma leggere** (è assolutamente sconsigliato pubblicare foto pesanti o che non siano state ottimizzate ai fini SEO).

Gli interventi possono essere davvero numerosi. Molto dipende dallo stato del sito web, ma anche da altri fattori esterni.

Ogni SEO Specialist sa che bisogna creare delle pagine web di qualità secondo i dettami di Google e degli altri motori di ricerca. Ma non basta intervenire solo sul sito. Ci sono molte altre azioni ed interventi che devono essere effettuati “fuori dal sito”. Una di queste è la **link building** che consiste nella pubblicazione di materiale ed articoli su blog, siti tematici e portali, con link in ingresso (backlink) verso il nostro sito. Ovviamente è un'attività specialistica, che riassunta in poche parole difficilmente rende l'idea di quale impegno richieda. Inoltre, bisogna considerare un altro fattore: i motori di ricerca si prendono il loro tempo per inserire un sito nelle pagine di ricerca, tempo che può variare da poche settimane a diversi mesi. L'inserimento nel motore di ricerca è abbastanza veloce, ma posizionarsi nelle prime pagine, con parole chiave specifiche, richiede lavoro, costanza, pazienza ed un monitoraggio continuo dell'andamento del posizionamento.

2. “Come faccio ad aumentare il traffico nel mio sito?”

Il sistema migliore (ma non l'unico) è posizionarlo bene nei motori di ricerca. Aumentare il traffico nelle pagine del proprio sito è il desiderio di ogni

proprietario di sito internet. Un sito web senza traffico risulta inutile se si mira a ricevere da esso contatti e richieste. Per questo motivo, o ci si adopera per portare risultati o, altrimenti, il sito rischia di diventare una **spesa improduttiva**.

Per aumentare il traffico nel proprio sito esistono vari sistemi. Uno di questi consiste nella pubblicità a pagamento tramite, ad esempio, **AdWords di Google** o per mezzo di banner pubblicitari. Un altro sistema consiste nell'andare a posizionarsi nelle prime pagine dei motori di ricerca in maniera naturale (**posizionamento organico**), cioè senza ricorrere a forme di pubblicità a pagamento, ma questo presuppone affidarsi a un **professionista SEO** (Search Engine Optimization). Altro modo per portare traffico nel proprio sito è l'uso dei **social network**, contattando le persone, relazionandosi con esse per portarle, con una comunicazione persuasiva, a visitare il sito web. Un altro sistema è quello del **Funnel**: si indirizza l'utente in una specifica pagina web (landing page o pagina di atterraggio) dove, in cambio di una risorsa gratuita (esempio, un eBook), si richiede l'indirizzo di posta elettronica. Successivamente, con un sistema automatico, si inviano all'utente delle mail commerciali o informative. Come vedi, ci sono molti sistemi per promuoversi e per portare traffico al proprio sito. Qui ne ho sintetizzati alcuni in maniera molto veloce. Una soluzione efficace potrebbe essere quella di utilizzare più metodi in una strategia ben studiata e pianificata.

Quel che è importante sapere è che la comunicazione online, il web marketing, la gestione del sito, ecc. sono diventati **settori molto specialistici** dove viene premiata la qualità e la professionalità. Poiché richiedono una grande preparazione, formazione e esperienza, l'improvvisazione o il "Fai da te" è davvero uno spreco di tempo e di energie. Inoltre, se non ti adoperi per portare traffico nel tuo sito o lo fai in maniera sbagliata, perdi delle opportunità avvantaggiando la concorrenza che, nel frattempo, potrebbe essersi mossa nella giusta direzione.



3. "Come posso essere primo sui motori di ricerca?"

Raggiungere le più alte posizioni nei motori di ricerca è frutto di un intenso lavoro che richiede azioni mirate e un **lavoro costante e continuativo**. In

questo ambito nessuno ha la bacchetta magica. Le promesse del tipo “*ti porto in prima pagina in una settimana*” sono pura fantasia e affermazioni illusorie perché stiamo parlando di un ambito tecnico e, per ottenere risultati, è necessario avere delle competenze specifiche.

Il lavoro di ottimizzazione di un sito internet va ben pianificato. Non può essere forzato o fatto con mezzi ingannevoli, altrimenti il rischio di ricevere **penalizzazioni**, da parte dei motori di ricerca, è forte. Se consideri che apparire nella prima pagina nei motori di ricerca porta normalmente un buon numero di contatti, puoi comprendere il perché chiunque abbia un'attività o un'azienda desideri arrivarci. Per questo motivo le aziende sono disposte ad investire nel web e nell'ottimizzazione del sito; **tutti vogliono apparire nella prima pagina di Google!**

Per posizionarsi nella prima pagina dei motori di ricerca ci si deve affidare a un professionista, a un **SEO Specialist** (SEO, Search Engine Optimization), cioè a una persona che abbia una profonda conoscenza dei motori di ricerca, del web e dei siti internet, capace di mettere in atto gli interventi necessari che rendano il sito gradevole a Google.

Google, in questo ambito, detta le regole: sulla base dei suoi algoritmi ci dà indicazioni su come un sito deve essere fatto, che caratteristiche deve avere e quali altre attività bisogna svolgere per ambire ad un buon posizionamento. Queste attività sono molte. Il “Fai da te” o affidarsi all'amico che si improvvisa esperto, in questo settore è davvero deleterio. È come voler guarire il mal di pancia affidandosi alle cure del proprio panettiere: le probabilità che possa guarirti sono vicini allo zero!

Per essere primo nei motori di ricerca bisogna effettuare interventi molto precisi. Tra questi, giusto per fornirti qui un piccolo elenco: avere cura di pubblicare testi inediti ed informazioni di qualità, aggiornare il sito con contenuti freschi, curare il proprio blog, fare attività di link building, curare la comunicazione sui social, fornire ai motori di ricerca le istruzioni corrette (Meta Tag) per l'indicizzazione del sito, ecc. In questo settore, appoggiarsi ad un professionista è la cosa migliore da fare data la complessità del lavoro che va svolto.

4. “Come posso aumentare le visite nelle mie pagine web?”

Se vuoi aumentare le visite nelle pagine web del tuo sito devi migliorare il posizionamento su Google e **ambire alla prima pagina**.

I siti più visitati sono quelli meglio posizionati sui motori di ricerca, e che hanno **contenuti di valore che le persone cercano**.

Se vuoi portare traffico nel tuo sito dovrai lavorare su questi due fronti: posizionamento e contenuti.

Ci sono diverse tecniche che permettono di portare il tuo sito in cima alle pagine di risposta di Google e negli altri motori di ricerca. Le pagine di

risposta si chiamano **SERP**, acronimo di *Search Engine Results Page*, ovvero "pagina dei risultati del motore di ricerca". L'ambizione di chiunque abbia un sito è migliorarne la visibilità. Sostanzialmente, i contatti arrivano da un buon posizionamento, ma se il contenuto delle pagine web non è di buona qualità, il sito non potrà rimanere a lungo nelle alte posizioni. Il **tempo di navigazione e di permanenza degli utenti nelle pagine web** è uno dei fattori che Google utilizza per valutare se un sito ha contenuti di valore.

È questo uno dei metodi di misurazione che usa Google: se tanti utenti entrano nel sito e vi navigano, Google gli assegnerà un punteggio alto. Se un alto numero di utenti entrano nel sito ed escono velocemente, il sito verrà penalizzato perché il motore di ricerca lo riterrà di scarsa qualità.

Bisogna dunque puntare sull'aver **siti e pagine web di qualità**. Per qualità intendiamo un sito web **ben strutturato, facile da navigare** ma, soprattutto, con contenuti che **soddisfano le esigenze o i bisogni degli utenti**. Le pagine web devono essere costruite per le persone, per il pubblico. Devono essere utili. Le persone devono trovare in esse materiali, informazioni, immagini, grafici, video, broadcast, software, ecc. che possono utilizzare, che soddisfino le loro necessità. Se un sito ha queste caratteristiche diventa relativamente facile fargli scalare le posizioni nei motori di ricerca.

Tutto questo non è però semplice e veloce da realizzare. Normalmente, dietro siti web di successo, ci sono sempre professionisti che ne curano la creazione, la gestione, l'ottimizzazione, i contenuti, oltre a svolgere tutta una serie di attività necessarie per portare al sito un buon numero di visitatori. In questo ambito non si improvvisa. Ad esempio, un sito di una scuola di ballo potrebbe avere tra le sue pagine web un calendario dei corsi, le News, un sistema di iscrizione online, delle photo gallery, la presentazione dei maestri, dei video, ecc. e allora sì che gli utenti navigheranno con interesse nel sito; Google, accorgendosene, non potrà che premiarlo.

5. "Come posso posizionare bene il mio sito su Google?"

Se la tua necessità è posizionare bene il tuo sito internet nelle pagine di risposta di Google, consiglio di appoggiarti ad un professionista serio e valido. L'arte e la tecnica di posizionare un sito nei motori di ricerca è appannaggio degli **esperti SEO** (Search Engine Optimization) e **SEM** (Search Engine Marketing). La SEO è l'insieme delle tecniche che hanno lo scopo di ottimizzare il sito, in ogni suo aspetto, affinché risulti di gradimento a Google e ai suoi algoritmi. Invece la SEM è una vera e propria attività di marketing svolta nell'ambito del web. Nell'attività SEM rientra, ad esempio, la promozione e pubblicità online a pagamento o la pubblicazione di articoli su blog tematici. SEO e SEM sono due rami specialistici che richiedono studi e aggiornamenti adeguati. Sono settori il cui raggio d'azione è molto vasto poiché, oltre alle molte tecniche da mettere in campo, richiedono la capacità

di fare l'analisi del sito da posizionare, di quelli dei concorrenti, l'analisi delle parole chiave e, infine, l'analisi del mercato a cui l'oggetto del sito fa riferimento. In questi settori un approccio non professionale è assolutamente impensabile. Un conto è fare il "sitino", giusto per avere una presenza sul web; altra cosa è fare un sito professionale e posizionarlo bene nei motori di ricerca, svolgendo anche attività di web marketing. Il massimo dei risultati si ottengono svolgendo attività SEO e SEM in sinergia.

In generale, posizionare bene il proprio sito web su Google non è un'attività che si realizza in poco tempo o con pochi interventi. Richiede invece una buona dose di pazienza poiché i risultati non sono immediati, ma dipendono dai tempi di indicizzazione e posizionamento del sito da parte di Google.

Mentre l'indicizzazione è abbastanza veloce, raggiungere un ottimo posizionamento nelle pagine del motore di ricerca richiede un po' di tempo. Quantificarlo non è semplice poiché dipende dalle parole chiave, dalla competizione con gli altri siti web e da quanto bene il lavoro di ottimizzazione viene fatto.

Se il professionista, a cui avete affidato il lavoro, svolge in maniera corretta tutti gli interventi SEO e SEM, i risultati non tarderanno ad arrivare, ma la pazienza è d'obbligo. Chi invece ha fretta e vuole subito visibilità, può ricorrere al servizio a pagamento di Google, ovvero **AdWords**. Posizionando dei banner testuali o d'immagini su Google, dopo aver definito tutti i parametri della campagna pubblicitaria, il cliente paga sulla base dei clic effettivi che riceve dagli utenti. Infatti il sistema si chiama "Pay per click", (paghi in base ai click). Ma anche qui, il consiglio è lo stesso: se volete evitare spreco di risorse e denaro, appoggiatevi a un professionista che possa permettervi di ottenere risultati concreti e misurabili.



6. "È importante posizionarsi in prima pagina su Google?"

Sì, è importante. Se il tuo sito non ha un buon posizionamento su Google puoi dimenticare di ricevere contatti, richieste di informazioni o visite.

Imprenditori, commercianti e liberi professionisti **hanno preso consapevolezza che il web è diventato il centro di ogni attività promozionale e di marketing**. Grazie alla diffusione di internet e dello

smartphone, le tecnologie digitali permettono oggi a migliaia di utenti di avere, a portata di un click, ogni sorta di informazione. Molte delle ricerche, che gli utenti fanno in rete, sono proprio di tipo commerciale. “Dentista Saronno”, “falegname Foligno”, “idraulico Avellino”, “studio legale Milano” sono alcuni esempi di ricerche che gli utenti effettuano nei motori di ricerca. Se sei titolare di un'azienda, di un negozio, se sei un professionista o un artigiano, un artista o membro di un'associazione, **la tua attività non può non essere presente su Google**. Ma essere presenti non basta. Se vuoi che il sito porti dei contatti, devi curare il posizionamento e **ambire alla prima pagina**. Essendo un campo molto specialistico, dovrai affidarti ad un professionista. La complessità degli interventi e la conoscenza della materia sono tali che solo attraverso lo studio continuo, la pratica e l'esperienza è possibile ottenere dei risultati. Se hai ancora dei dubbi su quanto sia importante o meno posizionarsi bene su Google, sappi che i budget di molte aziende si sono spostati dalla pubblicità tradizionale a quella online. Il motivo sta nel fatto che oggi è possibile portare un gran numero di utenti a visitare il proprio sito, promuovendo la propria attività attraverso banner pubblicitari a pagamento o per mezzo dell'attività SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing), ambiti molto tecnici e di competenza dei professionisti del web.

7. “Mi serve un sito per la mia azienda. A chi conviene affidarsi?”

Non è difficile trovare qualcuno che possa realizzare e gestire il tuo sito web. Come in tutti i settori, anche qui trovi veri professionisti e operatori occasionali.

Prima di scegliere a chi affidarti, devi chiarire a te stesso quali sono i tuoi obiettivi. Se ti occorre un sito web senza particolari esigenze, ci sono online dei servizi molto economici che puoi utilizzare. Oppure puoi chiedere aiuto a qualche amico o conoscente che, attraverso servizi dal costo contenuto, può realizzare un sito di presentazione senza grossi ostacoli.

Il discorso però cambia se con il sito vuoi fare business, avere visibilità, ricevere traffico. Qui entrano in gioco necessariamente i professionisti del web. Tra questi abbiamo i web designers, i programmatori, i web masters, i SEO Specialists, i copywriters e i web developers.

Ottenere un sito senza grosse pretese è **molto diverso dal richiedere un sito che porti contatti, persone interessate o che chiedono informazioni**.

Il primo tipo di sito è alla portata di chiunque. Il sito professionale o di tipo business deve essere fatto da un professionista.

Un altro fattore che va considerato è il costo del sito. Qui possiamo partire da qualche centinaia di Euro per i siti molto semplici, fino a cifre molto alte per quei progetti dove, oltre la realizzazione del sito, viene curato la SEO (Search

Engine Optimization) e il web marketing, con l'obiettivo di posizionarlo bene nei motori di ricerca, dare visibilità al brand e ricevere contatti.

Lo dico in maniera chiara e diretta: **un sito che non riceve visite non serve a nulla**. Inoltre, il sito web è un tassello di un mosaico più ampio di cui fanno parte la SEO, il web marketing, la cura dei contenuti delle pagine web, la scrittura e pubblicazione di articoli sui blog, la link building, la gestione dei social, ecc.

Dunque, alla richiesta iniziale "A chi conviene affidarsi?" è bene rispondere con le domande: "Cosa ci devi fare con il sito? Che obiettivi hai?". In base alle risposte possiamo decidere che tipo di sito fare e a chi affidare il lavoro.

8. "Vorrei qualcuno che curasse il posizionamento del mio sito nei motori di ricerca"

Se hai un sito che non riceve visite, devi chiedere aiuto a un **SEO Specialist**. Questa figura è il professionista il cui lavoro consiste nel migliorare il posizionamento dei siti web nelle pagine di risposta dei motori di ricerca. Occuparsi del posizionamento di un sito web richiede, innanzitutto, fare delle analisi di dati per avere un quadro chiaro di quale sia la situazione in cui ci si trova, ma anche per definire gli obiettivi a cui mirare.

Come prima azione si effettua l'**analisi del mercato**, dei **concorrenti**, del **sito web** e delle **parole chiave**. Dopo aver fatto questo studio preliminare, si mettono in campo strumenti e tecniche per rendere il sito gradevole ai motori di ricerca, in primis **Google**. Si effettuano anche interventi "off-site", cioè "fuori dal sito" che hanno un impatto sul posizionamento come, ad esempio, la pubblicazione di articoli su blog che aumentano la notorietà e l'autorevolezza del sito. **Tutte le attività che si attuano vengono registrate da Google!**

In questo ambito Google è un po' il regista a cui dobbiamo sottostare. Infatti, i siti web si posizionano sulla base di come vengono letti dai motori di ricerca. La lettura dei siti avviene tramite un software (spider) che scansiona continuamente le pagine web e i vari aggiornamenti. Invece, il posizionamento del sito dipende dagli algoritmi e dalle regole che il motore di ricerca utilizza. Quindi, se Google stabilisce che le pagine web devono avere certe caratteristiche, il professionista non può che adeguarsi e agire di conseguenza. In questo momento Google va sempre più nella direzione di premiare la **qualità delle pagine**, ovvero le pagine web fatte per le persone, per il pubblico, con **contenuti di qualità che soddisfano dei bisogni**. L'utente, che entra in una delle tue pagine, deve trovare risorse interessanti, ad esempio notizie, dati, infografiche, video, tutorial, pdf, software, fotografie, podcast, consigli, ecc.

Riassumendo, il posizionamento dipende da molti fattori e richiede di svolgere diverse attività sul sito web, ma anche fuori dal sito, cioè sulle risorse presenti su internet. Comporta anche delle analisi preliminari.

Tutto questo non è un'attività banale e necessita l'intervento e il lavoro di un SEO Specialist.

E poi molto dipende dai tuoi obiettivi. Sulla base di questi, si può stilare un programma e iniziare a curare il posizionamento nei motori di ricerca, se questo rientra tra le tue esigenze.



9. “Vorrei qualcuno che segua e che aggiorni il mio sito internet”

Se hai un sito internet, ti sarà sicuramente utile sapere che Google ama i contenuti aggiornati e freschi. Google non ama i siti vecchi, statici e le informazioni obsolete.

Da queste poche informazioni risulta subito chiaro che aggiornare il sito internet è una questione assolutamente rilevante, per diversi motivi.

Un sito aggiornato è gradito ai motori di ricerca. Un sito aggiornato è, soprattutto, apprezzato dalle persone e dagli utenti.

Quindi, la richiesta e la necessità di alcuni proprietari di siti web di voler tenere aggiornati i contenuti è assolutamente giustificata e corretta.

Un sito aggiornato ha anche più possibilità di posizionarsi bene nei motori di ricerca. Ovviamente il posizionamento dipende da molti elementi: alcuni esperti dicono che dipende addirittura da circa **200 fattori**. Di sicuro l'aggiornamento professionale di un sito è da demandare ad esperti **web designers** o **web masters**. Incaricare l'amico o il cugino solamente in rarissimi casi si rivela una scelta intelligente. Le competenze richieste in questo settore sono davvero molte e non ci si può affidare a “professionisti” improvvisati o part-time. Aggiornare un sito e renderlo gradevole agli occhi di Google è una questione seria che non va sottovalutata. Ovviamente, queste considerazioni sono valide se con il sito si vuole fare business, raggiungere un buon livello di qualità e un buon posizionamento sui motori di ricerca.

Consiglio, dunque, per il mantenimento di un sito web, di cercare persone che diano un servizio di qualità, che possano curare i contenuti, la struttura, gli aggiornamenti, il blog e tutto quel che gira intorno al sito internet, incluso il **link building**.

Inoltre, seguire un cliente vuol dire anche dargli il necessario supporto in ogni altro ambito del web. Il sito è solo un elemento di un mosaico, dove ogni parte

si incastra con altre parti altrettanto importanti.

Un sito ben fatto, dai contenuti di qualità, verrà certamente apprezzato dal punto di vista tecnico e funzionale, ma anche estetico, dagli utenti e dai motori di ricerca.

10. “Vorrei un bel sito per la mia attività. Posso fare da solo?”

Lo sconsiglio! Il mio consiglio è di affidarti ad un professionista. Creare e gestire un sito professionale richiede competenze, anni di esperienza e strumenti adeguati.

Ci sono molte tecnologie che si possono usare per realizzare un bel sito. Alcune di queste sono gratuite, altre a pagamento. Una delle risorse più utilizzate è **Wordpress**, piattaforma gratuita professionale scaricabile da internet. Un altro strumento molto utilizzato è **Joomla**, anch'esso gratuito ma di fascia leggermente inferiore, a mio giudizio, rispetto a Wordpress. Esistono, poi, molti servizi a pagamento, dove la piattaforma non è né Wordpress né Joomla, ma di proprietà dell'azienda che lo propone. È il caso di servizi come **Jimdo** o di **Wix**. I servizi di questo tipo presenti sul mercato sono parecchi.

Al di là di questo, però, i punti fondamentali sono: 1. da chi ti fai creare e gestire il sito e 2. se ha le giuste competenze. Una persona che occasionalmente realizza siti non riuscirà a realizzare molto, anche avesse a disposizione la migliore delle piattaforme. Diversamente, se a un professionista offri una piattaforma mediocre sarà capace di estrapolarne il meglio e creare un sito di qualità. Questo perché la piattaforma e la tecnologia che si decide di usare sono importanti, ma è solo uno dei tanti elementi coinvolti nell'ottenimento di un sito di qualità.

Se desideri un bel sito, la condizione ottimale, ovviamente, è quella di utilizzare le migliori tecnologie esistenti e dare ad un professionista la gestione del tutto (creazione, aggiornamenti, modifiche, aggiunte, posizionamento, SEO, ecc.).

Se vuoi un sito bello e curato in ogni sua parte, non hai molta scelta: affidarsi ad un professionista del settore è la strada migliore, soprattutto se il sito dovrà essere utilizzato per scopi aziendali, contatto clienti o marketing.

Il “web designer della domenica”, quello che fa siti occasionalmente o nei ritagli di tempo, non è assolutamente adatto a un'azienda o un'attività che voglia fare business sul web. Incaricare un amico della costruzione e gestione del sito può andar bene per un sito web amatoriale o per un sito di una piccola bottega di paese. Ma quando si parla di attività che devono curare il loro brand e la reputazione dell'azienda, appoggiarsi a un web designer o web master professionista è imperativo. È da qui che otterrai il tuo sito web professionale, ottimizzato per i motori di ricerca e performante, non dalle mani di chi si improvvisa in un settore diventato oramai molto specialistico e altamente

tecnologico.

In quest'ambito, la formazione, le competenze e l'esperienza si fondono insieme, determinando la qualità di un prodotto e di un sito che deve risultare gradevole a Google e agli utenti in ogni suo aspetto.

11. "I miei concorrenti sono in prima pagina su Google. Io no. Cosa posso fare?"

Devi correre ai ripari!

Circa 15 anni fa a pochi interessava posizionarsi bene nei motori di ricerca. Alla maggior parte dei possessori di siti internet bastava essere presenti sul web ed erano già soddisfatti. In quel periodo, solo un'attività su cinque aveva un sito internet. Poi si è passati alla fase successiva dove più o meno tutti avevano il sito, ma solo alcuni erano ben posizionati nei motori di ricerca. Oggi **tutti hanno un sito e tutti vogliono apparire nelle prime pagine di Google**. Perché? Perché con la diffusione di internet, dei computer e degli smartphone, il web è diventato **il cuore delle attività di comunicazione e di marketing**. Per un'azienda, un libero professionista, un'attività commerciale, **non essere ben posizionati oggi su internet è un suicidio**. Possono ancora permetterselo le piccole botteghe di paese, ma in realtà è una tendenza che, presto o tardi, coinvolgerà tutte le attività professionali.

Cosa sto cercando di dirti? La tua richiesta di avere un sito che primeggi nei motori di ricerca, come quello dei tuoi concorrenti, è perfettamente legittima, ma apparire oggi nelle prime posizioni non è una cosa semplice, tutt'altro. Collocarsi in buona posizione nelle pagine di risposta di Google è il desiderio e l'obiettivo di molti. Data la sua importanza, molte aziende hanno spostato i loro investimenti dalla pubblicità tradizionale a quella online. Tutto questo ha fatto sì che la qualità dei siti web migliorasse sensibilmente. Oggi ci troviamo nella situazione in cui competere per le prime pagine è diventato più difficile e anche più oneroso poiché, a differenza del passato, le azioni e le energie da mettere in campo sono maggiori.

Per apparire bene ci si deve affidare a persone competenti. I professionisti del posizionamento sono i **SEO Specialists**. SEO è l'acronimo di "Search Engine Optimization" che, tradotto, vuol dire letteralmente "Ottimizzazione del Motore di Ricerca". È l'insieme delle attività che l'esperto mette in atto per portare il sito web nelle alte posizioni delle pagine di Google, con specifiche parole chiave.

Se vuoi apparire bene nei motori di ricerca, la scelta migliore è rivolgersi ad un professionista serio e preparato. L'approccio superficiale o mediocre produce siti e risultati di bassa qualità, null'altro.



12. “Per il mio progetto cerco uno studio web nella mia città. Dove lo trovo?”

Il modo migliore per cercare uno studio web o una web agency è fare una ricerca su Google. Per esempio, se sei di Torino, puoi usare parole chiave tipo “web agency Torino”, “studio web Torino”, “web designer Torino”, “realizzazione siti web Torino” e molte altre varianti. Prima di questo, però, è fondamentale avere ben chiare le idee su cosa si vuole. Contattare una web agency e chiedergli un preventivo sulla base di idee vaghe o poco concrete (capita più di quanto si pensi) è uno spreco di tempo. Bisogna avere un progetto definito, realistico, una visione di quello che si vuole.

In ogni caso, se non hai un’idea di partenza chiara, è opportuno quanto meno richiedere una consulenza sulla fattibilità del progetto. Anni fa venne da me un signore che voleva creare una “fiera digitale”. Hai presente la fiera commerciale di paese con banchi e gazebo? L’idea di questo signore era quella di fare una cosa simile ma online, cioè un sito organizzato con degli spazi dedicati alle attività commerciali, dove ognuno proponeva i suoi prodotti o servizi. La peculiarità, però, era quella di rendere visibile il sito *solo 15 giorni all’anno*. Fu subito chiaro che il progetto fosse impraticabile e la proposta fu bocciata perché un sito per crescere e per posizionarsi bene su Google deve rimanere online per lungo tempo e non per un periodo limitato. Pagò la sua consulenza ed evitò di dissipare altre energie e denaro in un progetto dagli esiti incerti.

In concreto, cosa voglio sottolineare? Cercare una web agency non è complicato, ma quando ti presenti per chiedere un preventivo devi avere le idee chiare su cosa cerchi. Non puoi presentarti in uno studio web e dire: “Vorrei un preventivo per la realizzazione di un sito internet”. Definisci almeno cosa ci deve essere nel sito in termini di contenuto. Stabilisci le sezioni e le pagine da realizzare, quante foto intendi pubblicare, se deve vendere uno o più servizi o prodotti, se va posizionato su Google, ecc.

Ovviamente è un lavoro che richiede un po’ di tempo, ma è normale.

Dunque, per concludere, tramite Google cerca una web agency. Il mio consiglio è di consultarne almeno tre, ma prima abbi un’idea abbastanza precisa di quello che ti serve. Nessuno si presenta in un’agenzia immobiliare sapendo di cercare un appartamento, ma avendo le idee confuse su quanto deve essere grande, la zona in cui deve essere, il piano, il numero di stanze, il tipo di riscaldamento, ecc.

Fai uno studio preliminare. A quel punto, cercare una web agency a cui chiedere un preventivo sarà semplice e veloce.

13. “Cerco un professionista SEO economico. È facile trovarlo?”

Se cerchi un professionista SEO, puoi facilmente trovarne alcuni attraverso Google. Ad esempio, se lo cerchi a Torino, ti basterà inserire nel motore di ricerca parole chiave tipo “seo Torino”, “seo specialist Torino”, “primi sui motori Torino”, “posizionamento nei motori di ricerca Torino” o varianti simili. Troverai decine di professionisti che si occupano del posizionamento dei siti web su Google e sui motori di ricerca.

Però, c'è da fare una piccola precisazione. Cercare un SEO economico non credo sia possibile. Mi spiego meglio. Un SEO Specialist è una figura ad alta specializzazione. Prima di metter mano a un sito deve fare delle analisi sulle parole chiave, sul mercato in cui l'attività opera, sui siti della concorrenza e molto altro ancora. Fatto questo, deve fare una serie di interventi sul sito (interventi on-site) ma anche su risorse esterne (interventi off-site). Deve avere competenze sulla scrittura dei testi, sulla link building, sulla gestione del blog del sito e sui blog e portali presenti sul web. Deve anche sapere gestire efficacemente i social poiché hanno anch'essi un effetto indiretto sul posizionamento. Il campo d'azione è davvero ampio e la sfida, che normalmente gli si presenta davanti, è impegnativa. Cercare un SEO economico è come cercare un medico economico. Non ha molto senso. Se ti rivolgi ad un medico è perché ti aspetti che risolva un problema e che ottenga risultati di un certo valore. Vale lo stesso concetto per un SEO Specialist. Il mio consiglio è di **trovare un buon professionista e non ricorrere a una soluzione economica**. Tieni conto che apparire bene nei risultati di Google porta un grande beneficio alle aziende in termini di contatti e di visibilità. Le aziende sono disposte a pagare per avere traffico nei loro siti web perché sanno che è una ottima fonte di contatti e di potenziali clienti.

Non economizzare, ma **chiedi un servizio di qualità che porti risultati**. Spendendo poco, spesso, si buttano via soldi e le aspettative vengono facilmente deluse.



14. “Dove trovo un web designer per realizzare il mio sito?”

Lo strumento migliore è Google. Se, ad esempio, cerchi un web designer a Torino, inserisci nel motore di ricerca la parola chiave “web designer Torino” è la pagina di risposta ti proporrà decine di professionisti o web agency presenti sul territorio.

Presta attenzione, però, a cosa cerchi effettivamente. Ci sono diverse figure in questo ambito che normalmente partecipano alla creazione e gestione di un sito internet. C'è il web designer, il web master, il web developer, il SEO Specialist, ecc.

Vediamoli uno ad uno.

Il **web designer** si occupa, generalmente, di tutto ciò che riguarda la grafica, dall'aspetto del sito alla comunicazione visiva. Il **web master**, invece, ha conoscenze più approfondite: crea il sito, lo gestisce, configura e amministra il server su cui il sito web va caricato, configura la posta elettronica, ecc. “Web master” è un termine abbastanza generico che non delimita esattamente il suo raggio d'azione. In genere, è estraneo dall'ambito della grafica e della programmazione, che è affidata al **web developer**. Infine abbiamo il **SEO Specialist** che si occupa del posizionamento del sito nei motori di ricerca. Quindi, stai attento se fai una ricerca con le parole chiave “web designer Torino”, perché potresti trovarti di fronte a un professionista che svolge solo una parte delle cose che potrebbero servirti. Ma questo non è un problema perché basterà porgli alcune domande per sapere se ha o meno le competenze necessarie per realizzare e gestire in autonomia un sito web.

Ricorda le quattro figure: c'è chi si occupa della parte grafica e visiva (**web designer**), chi della gestione globale (**web master**), chi della programmazione e dello sviluppo del sito (**web developer**) e chi del posizionamento su Google (**SEO Specialist**). Normalmente, in una web agency di medie dimensioni, ci sono tutte queste figure professionali e anche un'altra figura rilevante, cioè il **copywriter**, il professionista che scrive i testi in chiave SEO per il buon posizionamento del sito nei motori di ricerca.

15. “Il mio sito sta perdendo posizioni su Google. Cosa posso fare?”

Devi correre ai ripari altrimenti rischi di finire nel dimenticatoio.

Il web e Google sono cambiati. Se hai un sito che perde posizioni nel motore di ricerca è perché Google valuta più interessanti altri siti web, mirando a fornire un servizio sempre migliore agli utenti.

Il posizionamento di un sito su Google ha assunto un valore e una rilevanza senza precedenti. Le aziende grandi e piccole, i professionisti e gli artigiani ne **hanno capito l'importanza e la superiorità rispetto alle tradizionali forme di pubblicità, soprattutto con l'affermarsi degli smartphone come**

strumento più utilizzato.

Mentre leggi queste righe professionisti SEO lavorano per migliorare il posizionamento dei siti dei loro clienti.

Intanto il web e Google continuano a innovarsi. Google apporta al suo motore di ricerca e agli algoritmi circa 500-600 aggiornamenti all'anno, cercando sempre più di premiare la qualità delle pagine web e dare risposte sempre più pertinenti. Anche l'autorevolezza di un sito web è diventata fondamentale per raggiungere un posizionamento migliore. L'autorevolezza dipende da quanti links in ingresso un sito riceve da altri siti, portali e blog tematici. I link in ingresso verso il sito, prendono il nome di backlink. Ovviamente non sono l'unico parametro considerato. Il sito web va curato in ogni sua parte. Deve avere contenuti freschi e informazioni utili all'utente. Google non ama le informazioni vecchie e non aggiornate. Le pagine web devono essere leggere e ottimizzate in chiave SEO.

Se il tuo sito perde posizione è perché quello dei concorrenti assume, agli occhi di Google, un ranking e un punteggio più alto. Tieni anche presente un aspetto fondamentale: se vuoi avere davvero traffico devi puntare alla prima pagina. Non è una cosa difficile, ma richiede lavoro. Quando un sito web passa dalla prima pagina alla seconda i suoi contatti si riducono drasticamente.

In conclusione, la competizione tra le aziende per il posizionamento nei motori di ricerca è aumentata. Se vuoi mantenere la posizione che hai faticosamente conquistato o interrompere la perdita e risalire, è necessario prendere le giuste contromisure e adeguarsi ai cambiamenti.



Checklist

Come promesso nell'introduzione, ti fornisco una **checklist** delle azioni che un bravo professionista deve attuare se vuoi che il tuo sito scali le posizioni su Google. La puoi usare come lista di riferimento per chiedere alla web agency a cui ti sei affidato quali azioni sta attuando e cosa sta omettendo.

Trovi la checklist a questo indirizzo:

www.salamone.it/checklist-sito-web.html



Complimenti per aver terminato la lettura del documento!

Le risposte presenti in questa risorsa sicuramente non esauriscono l'intero argomento, ma di certo ne chiariscono molti aspetti.

Se vuoi avere più informazioni sull'attività di Posizionamento dei siti web su Google o hai bisogno di un SEO Specialist, contattami, sono a tua disposizione.

Per conoscermi meglio collegati al sito web:

www.salamone.it

salamone.it

Web Designer - SEO Specialist

Via Giuseppe Verdi, 20 - 10042 Nichelino (TO)

Cell. 347 7362958

www.salamone.it

[Visita il mio sito](http://www.salamone.it)