



Corso SEO Completo

Lezione 3 - Le parole e altri media: ottimizzare i contenuti OnPage

Andrea Becchetti - Head of SEO @Studio Samo



1. Indexing e Ranking nell'OnPage

1. Indexing & Ranking nell'OnPage

Con **SEO OnPage**, faremo riferimento alle tecniche di ottimizzazione che impattano sui singoli contenuti del sito web.

In generale, l'ottimizzazione OnPage concentra il focus sui fattori di ranking principali presenti in ciascuna pagina, per migliorarne il posizionamento nelle SERP, permettendo:

- > **al motore di ricerca**, di comprendere esattamente per quale *Search Intent* la pagina è pertinente e per quali query merita di rankare;
- > **all'utente**: di avere un'esperienza sulla pagina scelta in SERP che rispetti le sue aspettative.

1. Indexing & Ranking nell'OnPage

La dicotomia fra **Indexing** e **Ranking** si ripresenta anche nell'ottimizzazione OnPage.

- ❖ **lato indexing:** un contenuto viene inserito nell'indice di Google in relazione alla sua *pertinenza* con le query contenute all'interno del codice della pagina;
- ❖ **lato ranking:** un contenuto ranka in SERP meglio o peggio per le singole query in relazione a quanto Google lo ritenga *autorevole* per le query stesse.

Rankare per una o più query in posizioni ottimali non si traduce automaticamente nel rankare in maniera ottimale per tutte le altre query per cui la pagina è indicizzata.

1. Indexing & Ranking nell'OnPage

Google Accedi

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 146.000.000 risultati (1,21 secondi)

Principali attrazioni per: Roma

Visitati più spesso Tesori nascosti I preferiti dai residenti Adatto ai bambini Storia

Colosseo
4,7 ★★★★★ (251.257)
Celebre arena dei gladiatori romani

Basilica di San Pietro
4,8 ★★★★★ (117.826)
Più grande basilica cristiana al mondo

Pantheon
4,8 ★★★★★ (147.415)
Celebre chiesa romana con tombe storiche

Altre cose da fare

www.voyagetips.com > cosa-vedere-a-roma

Cosa Vedere a Roma: 25 Cose da fare e visitare | 1 2 3 4 5 ...

8 ott 2020 — Cosa vedere a Roma, in Italia? Le 25 migliori cose da fare. Come visitare Roma in 1, 2, 3, 4 o 5 giorni, la mia guida con tutti i posti da visitare e ...

★★★★★ Valutazione: 5 - 14 voti

Cosa vedere a Roma: le ... · Visitare Roma: I più ... · Cosa vedere a Roma ...

www.cosafarearoma.it > roma-gratis

Roma Gratis: Ecco 10 Luoghi da Vedere Assolutamente!

Se vuoi visitare Roma gratis e scoprire ora le migliori 10 cose da vedere che ti lasceranno senza fiato, non perdere questa fantastica lista!

www.tripadvisor.it > Europa > Italia > Lazio > Roma

Roma: LE MIGLIORI 10 cose da vedere e fare nel 2020 (con ...

Prenota le migliori cose da fare a Roma, Lazio su Tripadvisor: 1.078.472 recensioni e foto di 3.775 su Tripadvisor con consigli su cose da vedere a Roma.

Le persone hanno chiesto anche

- Cosa vedere all'aperto a Roma?
- Cosa vedere in tre giorni a Roma?
- Cosa vedere a Roma in due giorni a piedi?
- Che si può fare a Roma senza soldi?

Feedback

civitatecchia.portmobility.it > cosa-visitare-e-fare-roma...

Cosa visitare e fare a Roma: i 10 luoghi da vedere - Port Mobility

Vuoi visitare Roma ma non sai da dove iniziare? Ecco i nostri consigli sui 10 luoghi da vedere a Roma in 1 o 2 giorni: cosa visitare, dove andare e cosa fare.

Google Accedi

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 40.200.000 risultati (0,67 secondi)

www.voyagetips.com > cosa-vedere-a-roma

Cosa Vedere a Roma: 25 Cose da fare e visitare | 1 2 3 4 5 ...

8 ott 2020 — Cosa vedere a Roma, in Italia? Le 25 migliori cose da fare. Come visitare Roma in 1, 2, 3, 4 o 5 giorni, la mia guida con tutti i posti da visitare e ...

★★★★★ Valutazione: 5 - 14 voti

Cosa vedere a Roma: le ... · Visitare Roma: I più ... · Cosa vedere a Roma ...

Principali attrazioni per: Roma

Visitati più spesso Tesori nascosti I preferiti dai residenti Adatto ai bambini Storia

Colosseo
4,7 ★★★★★ (251.217)
Celebre arena dei gladiatori romani

Basilica di San Pietro
4,8 ★★★★★ (117.808)
Più grande basilica cristiana al mondo

Pantheon
4,8 ★★★★★ (147.415)
Celebre chiesa romana con tombe storiche

Altre cose da fare

civitatecchia.portmobility.it > cosa-visitare-e-fare-roma...

Cosa visitare e fare a Roma: i 10 luoghi da vedere - Port Mobility

Vuoi visitare Roma ma non sai da dove iniziare? Ecco i nostri consigli sui 10 luoghi da vedere a Roma in 1 o 2 giorni: cosa visitare, dove andare e cosa fare.

www.cosafarearoma.it > roma-gratis

Roma Gratis: Ecco 10 Luoghi da Vedere Assolutamente!

Se vuoi visitare Roma gratis e scoprire ora le migliori 10 cose da vedere che ti lasceranno senza fiato, non perdere questa fantastica lista!

www.visitareroma.com

Visitare Roma: tutti i consigli di una guida locale! | Ama la tua ...

Scopri il meglio di Roma attraverso i nostri preziosi consigli. Ti racconteremo cosa c'è da vedere, dove mangiare, quali musei visitare, come muoversi e molto ...

www.visitareromain3giorni.it > visitare-roma-in-tre-gio...

Visitare Roma in 3 giorni. Il nostro itinerario consigliato

11 ago 2019 — Le tappe del nostro itinerario per visitare Roma in 3 giorni. Musei, attrazioni, e quartieri da non perdere, sconti, consigli.

Le persone hanno chiesto anche

- Cosa vedere a Roma in 3 giorni a piedi?
- Cosa fare a Roma in 4 giorni?

1. Indexing & Ranking nell'OnPage

Google search for "vendita mobili online". The search results are as follows:

- www.casaarredostudio.it** | Vendita mobili e arredamento casa online
Per arredare la tua casa, affidati ai professionisti della qualità e del risparmio. Scopri le eccezionali offerte per l'arredamento della tua casa: sconti su tutte le ...
Mobili Porta TV · Condizioni di Vendita · Mobili Porta Tv in Legno · Outlet
- www.outletarredamento.it**
Outlet Arredamento: Cucine, Divani, Mobili, Camere e Bagno
... e arredo bagno. Occasioni ed offerte per i mobili di design. ... Outletarredamento è il negozio di mobili online con la più ampia scelta di arredi per la casa.
Bologna · Cucine · Divani · Tavoli
- www.duzzle.it**
Duzzle: Vendita mobili e arredamento per la casa nel negozio ...
Arreda la tua casa con Duzzle, il negozio online di vendita mobili che ti permette di arredare con stile grazie ai prodotti per interni ed esterni dal design ricercato.
Mobili · Mobili Giardino · Letti sommier · Arredamento
- www.home24.it**
home24: Mobili e arredamento online per la tua casa
Acquistare mobili e complementi online: sicuro e conveniente su home24.it. ✓Spedizione e reso gratuiti ✓Diritto di recesso entro 30 giorni ✓Alta qualità.
- www.mobilclick.it** > ...
MobilClick: Vendita Mobili Online
Vendita di mobili online per tutte le esigenze: arredi di design, rustici e country. Scegli l'arredo per le zone giorno e notte, per la cucina e il bagno.
- www.arredinitaly.com** > ...
Arredinitaly: Vendita online mobili e arredamento
Vendita online mobili e arredamento. Arredinitaly, arredamento per il salotto, il bagno, la cucina e l'ufficio. Contattaci Tel: 0434 565425 E-mail: ...
- www.youredo.it**
Youredo | Shop arredamento e mobili online
Youredo è lo shop online per comprare l'arredamento in offerta per la tua casa ... Scopri il nostro vasto assortimento di mobili e arredamento in vendita on-line al ...
- www.garneroarredamenti.com**
GARNERO ARREDAMENTI: Mobili on line e arredamento
Mobili e arredamento on line. ... Oggi siamo specializzati nella vendita di mobili on line, il personale è formato al fine che tutti gli acquirenti abbiano un'ottima ...

On the right side of the search results, there are product cards for:

- Set 4 Sedie Brich Scand... 73,99 € SKLUM
- Tavolo Consolle... 341,62 € 3...
- Mobili Fiver 5 stars (133)

Google search for "arredamento casa online". The search results are as follows:

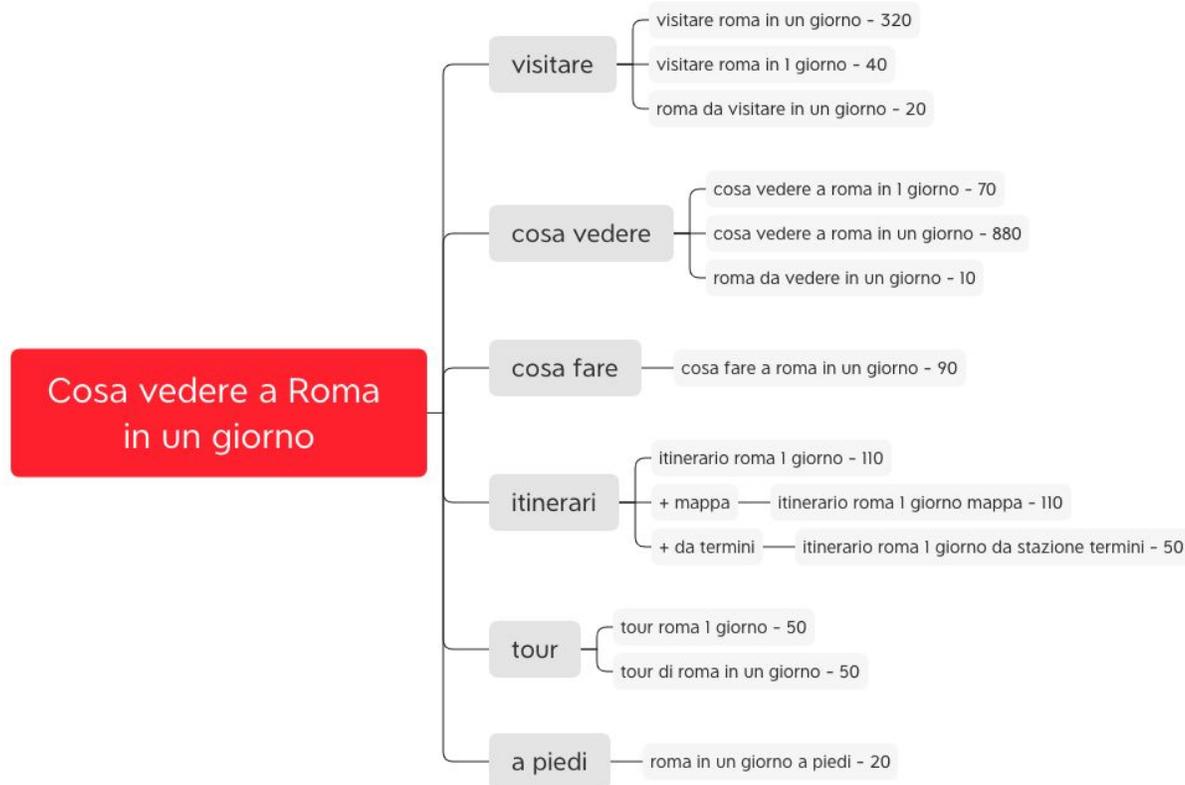
- www.westwingnow.it** > mobili
Mobili e arredamento per la casa online | WestwingNow
Mobili per arredare casa in vendita online ✓arredamento casa di qualità e mobili belli a prezzi convenienti ✓arredi in tanti stili e modelli ✓reso gratuito entro ...
Soggiorno · Sala da pranzo · Camera da letto · Mobili ingresso e corridoio
- www.casaarredostudio.it** | Vendita mobili e arredamento casa online
Per arredare la tua casa, affidati ai professionisti della qualità e del risparmio. Scopri le eccezionali offerte per l'arredamento della tua casa: sconti su tutte le ...
Outlet · Tavoli da Pranzo Allungabili · Consolle allungabili · Credenze e Madie
- www.outletarredamento.it**
Outlet Arredamento: Cucine, Divani, Mobili, Camere e Bagno
Outletarredamento, per arredare casa online. Outletarredamento è il negozio di mobili online con la più ampia scelta di arredi per la casa. Oltre 20.000 articoli ...
Cucine · Divani · Tavoli · Letti
- www.home24.it**
home24: Mobili e arredamento online per la tua casa
Acquistare mobili e complementi online: sicuro e conveniente su home24.it. ✓Spedizione e reso gratuiti ✓Diritto di recesso entro 30 giorni ✓Alta qualità.
- www.duzzle.it**
Duzzle: Vendita mobili e arredamento per la casa nel negozio ...
Arreda la tua casa con Duzzle, il negozio online di vendita mobili che ti permette di arredare con stile grazie ai prodotti per interni ed esterni dal design ricercato.
- www.lovetheesign.com** > listing > arredamento
Mobili per Arredare Casa Online | LOVETHESIGN
Arredamento. La casa perfetta è tutta una questione di equilibrio: tra eleganza e praticità, tra stile e comodità. Qui trovi innumerevoli soluzioni per arredare ...
- www.conforama.it**
Conforama: Arredamento completo per la casa Online
Acquista direttamente Online l'arredamento per tutta la tua casa: Oltre 20.000 Prodotti tra cui scegliere e 19 Negozi in Italia. Scegli Conforama!
- www.youredo.it**
Youredo | Shop arredamento e mobili online
Youredo è lo shop online per comprare l'arredamento in offerta per la tua casa, l'ufficio e il giardino al miglior prezzo. Scopri le nostre favolose proposte!

2. Principali Elementi di SEO OnPage

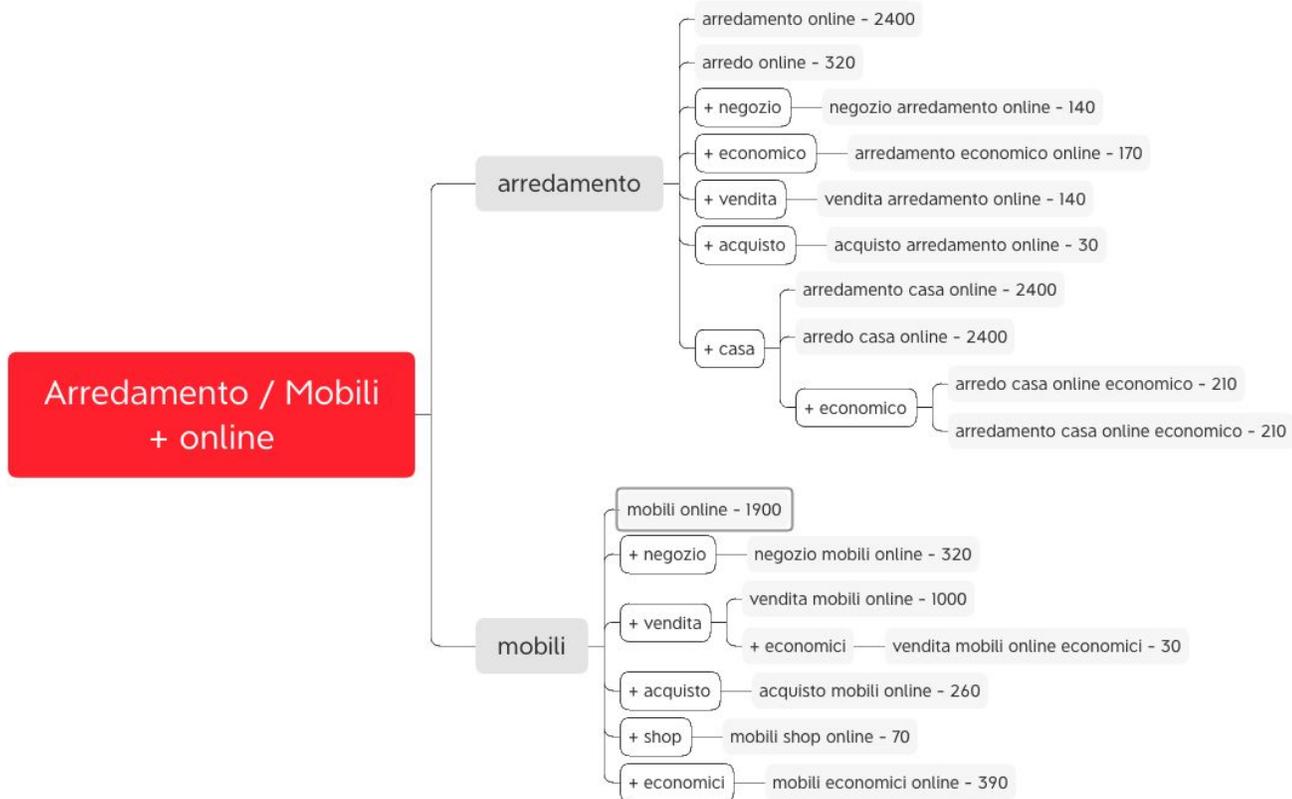
2. Principali Elementi di SEO OnPage

- KW Research e Search Intent per il single content
- Snippet
- Meta Robots
- Meta Tag Keyword (*si, ancora...*)
- Meta Tag Title
- Meta Description
- URL
- Content, testo univoco e lunghezza del contenuto
- Utilizzo di e similari
- Utilizzo degli heading tag
- Elenchi puntati e Table of Content
- Ottimizzazione delle immagini
- Video e altri media

2. Principali Elementi di SEO OnPage



2. Principali Elementi di SEO OnPage



2. Principali Elementi di SEO OnPage

Grazie alla KW Research e all'analisi del Search Intent approfondite per il single content, posso tracciare un primo perimetro delle query per cui voglio posizionare il contenuto da scrivere.

Per un caso **informativo**:

- cosa vedere a roma in un giorno - 880
- visitare roma in un giorno - 320
- itinerario roma in un giorno - 110
- itinerario roma in un giorno mappa - 110
- itinerario roma in un giorno da stazione termini - 50
- tour roma in un giorno - 50
- cosa fare a roma in un giorno - 90
- roma in un giorno a piedi - 20

2. Principali Elementi di SEO OnPage

Per un caso **ecommerce**:

- arredamento online - 2400
- arredamento / arredo casa online - 2400
- mobili online - 1900
- vendita mobili online - 1000
- arredo online - 320
- arredamento / arredo casa online economico - 210
- negozio arredamento online - 170
- negozio mobili online - 1000
- acquisto mobili online - 260
- vendita arredamento online - 140
- acquisto arredamento online 30

2. Principali Elementi di SEO OnPage: Meta Robots

Il tag **meta robots** segnala a tutti i motori di ricerca, Google compreso, come dovrebbero comportarsi riguardo al crawling delle tue pagine.

Lato html, si presenta in questo modo:

```
<meta name="robots" content="index, follow">
```

I **tag** nel campo *content* possono essere:

- **index:** per segnalare ai bot di indicizzare la pagina;
- **noindex:** per segnalare ai bot di *non* indicizzare la pagina;
- **follow:** per segnalare ai bot di fare il crawling dei link in pagine e considerarne il valore trasmesso;
- **nofollow:** per segnalare ai bot di non fare il crawling dei link in pagine e non considerarne il valore trasmesso.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: snippet & rich snippet

Snippet: composizione di URL - Title - Description.

www.travel365.it > ... > Europa > Italia > Lazio > Roma ▾ **URL della Pagina / Breadcrumbs**

Cosa vedere a Roma in un giorno - Travel365 **Title**

Cosa vedere a Roma in un giorno? Quali sono i posti da non perdere? Ecco consigli utili e un itinerario per visitare la città in 24 ore! **Description**

Rich Snippet: snippet che includa elementi aggiuntivi

luoghidavedere.it > luoghi-da-vedere-in-italia > lazio ▾

Itinerario per visitare Roma in 1 giorno a piedi: 8 cose da non ...

7 ago 2014 - Conoscere **Roma** intimamente e **visitare** tutti i luoghi più belli della città in **un giorno** è praticamente impossibile. Se hai soltanto **una** giornata a ...

Piazza di Spagna · Fontana di Trevi · Fori Imperiali e Colosseo · Pantheon **Elemento aggiuntivo (sitelinks)**

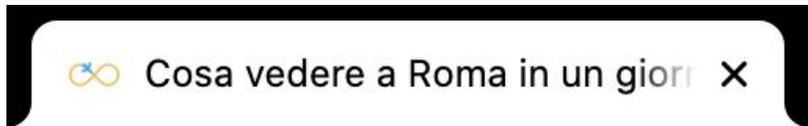
2. Principali Elementi di SEO OnPage: Meta Title

È il tag HTML nell'head che specifica il titolo di una determinata pagina web. Appare *linkato nella SERP e in alto a sinistra nel browser* quando visitiamo una pagina.

Ecco come si scrive in HTML:

```
<title>Titolo della pagina</title>
```

Ecco come si presenta:



È probabilmente il tag HTML **più importante** per l'ottimizzazione di uno specifico contenuto. Il suo ruolo è quello di comunicare l'argomento principale della pagina, anticipandone il contenuto.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: scrivere il Title

Si può ottimizzare il title in più modi, a seconda del proprio obiettivo di posizionamento e dell'attenzione che si sia deciso di utilizzare per le varie query per cui si è stabilito di ottimizzare la pagina.

In generale, si può:

1. sfruttare la **query principale**, in settori altamente competitivi e quando l'obiettivo è andare in diretta competizione per la maggiore quantità di traffico;
2. sfruttare la **query principale** e una correlata a minor competizione, per iniziare il posizionamento in maniera presumibilmente più rapida;
3. sfruttare una **combinazione delle query principali**, indebolendo il peso della query principale ma inserendo nel title anche le altre;

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di Title

Prendendo a riferimento le nostre query, potrei creare vari esempi di Title:

 Website

Cosa vedere a Roma in un giorno | Blog di Viaggi

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

 Website

Cosa vedere a Roma in un giorno: itinerario perfetto | Blog di Viaggi

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

 Website

Cosa vedere a Roma in un giorno: itinerario di un giorno a Roma (con Mappa)

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di Title

Prendendo a riferimento le nostre query, potrei creare vari esempi di Title:

 Website

Arredamento casa online | Sito di Vendita

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

 Website

Vendita mobili e arredamento casa online | Sito di Vendita

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

 Website

Arredamento casa online: vendita mobili economici nel nostro Shop Online

This is the page description. Despite the meta description element's content, the text here depends on the search query and is rarely longer than 160 ...

2. Principali Elementi di SEO OnPage: Meta Description

Il peso specifico della **meta Description** come fattore di Ranking, nel corso degli anni, si è azzerato.

Lato HTML:

```
<meta name="description" content="La description va qui.">
```

Può essere sfruttata *almeno* in due modi:

1. fornire interessanti anticipazioni all'utente, e andare ad **incrementare il proprio CTR** (*la quantità di volte che il nostro post venga effettivamente cliccato quando compare in SERP*);
2. **fornire informazioni aggiuntive al crawler**, che comunque scarica e interpreta la meta Description.

Fonte:

<https://webmasters.googleblog.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di Description

 Website

Title

I posti da non perdere se hai solo 24h per visitare Roma: scopri la nostra guida aggiornata al 2020 con mappa inclusa!

 Website

Title

Vuoi visitare Roma ma hai solo un giorno a disposizione? Nessuna paura: ti forniamo una guida precisa e puntuale (con mappa inclusa) su cosa vedere!

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di Description

 Website

Title

Mobili per tutti gli ambienti a prezzi mai visti: scopri i saldi e le promozioni fino al 70% sul nostro arredamento online!

 Website

Title

Saldi fino al 70%! Sul Sito di Vendita trovi offerte e promozioni a tempo per arredare la tua casa online in modo semplice e sicuro. Scopri i prodotti!

2. Principali Elementi di SEO OnPage: Meta Keywords

Il meta tag Keywords nasce con lo scopo di indicare le keyword importanti per ogni pagina.

Lato HTML, si presenta così:

```
<meta name="keywords" content="HTML, CSS, JavaScript">
```

Ampiamente abusato negli anni iniziali dei motori di ricerca, viene **ignorato** da Google e considerato come **fattore di SPAM** per Bing, due fra i principali motori di ricerca.

Il consiglio è di **lasciarlo vuoto**.

Fonti:

<https://webmasters.googleblog.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>

<https://searchengineland.com/the-meta-keywords-tag-lives-at-bing-why-only-spammers-should-use-it-96874>

2. Principali Elementi di SEO OnPage: URL

Il peso esatto di una corretta ottimizzazione dell'indirizzo della pagina è soggetto a differenti interpretazioni. Generalmente, è possibile seguire la linea guida già presentata per il meta TAG title, scegliendo fra:

1. generare un URL che ribadisca la **query principale**;
2. sfruttare nell'URL la **query principale** e una correlata a minor competizione;
3. scrivere nell'URL una **combinazione delle query principali**, indebolendo il peso della query principale ma inserendo nel title anche le altre.

In aggiunta, è possibile *combinare le differenti soluzioni scelte fra title e URL*, per inserire il maggior numero di query possibili nello snippet di ricerca,

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di URL

URL

<https://www.blogdiviaggi.it/cosa-vedere-a-roma-in-un-giorno>

URL

<https://www.blogdiviaggi.it/roma-in-un-giorno-cosa-vedere-fare>

URL

<https://www.blogdiviaggi.it/visitare-roma-1-giorno-itinerario>

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempi di URL

URL

<https://www.sitodivendita.it/arredamento-online>

URL

<https://www.sitodivendita.it/arredamento-casa-online>

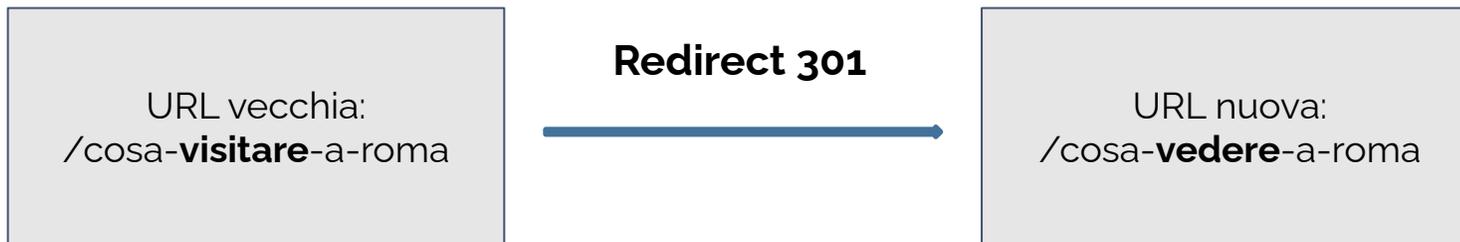
URL

<https://www.sitodivendita.it/vendita-arredamento-mobili-online>

2. Principali Elementi di SEO OnPage: redirect 301

Attenzione: ogni qual volta cambiate URL a un contenuto, ricordatevi di impostare sul vecchio contenuto un redirect 301 verso il nuovo.

Questo perché i motori di ricerca indicizzano e fanno rankare i contenuti in base all'URL in cui questi sono reperibili. Modificare l'URL di una pagina significa cambiare l'indirizzo in cui il suo contenuto è reperibile. Non segnalare il cambio indirizzo al motore di ricerca significa **perdere traffico**.



2. Principali Elementi di SEO OnPage: Keyword Density

Il testo è considerato uno dei **principali fattori di Ranking** in assoluto.

La prima notizia importante è questa:

la KW Density **non** esiste.

Si parla(va) di **keyword density** *facendo riferimento alla percentuale di ricorrenza di una keyword rispetto al testo globale della pagina.*

La verità è che una keyword density ottimale semplicemente non c'è! Le query vanno sicuramente inserite nel testo, ma in modo totalmente spontaneo e variegato.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: Unique Content

Parlando di testo, la parte più importante di un contenuto in una singola pagina è quello che compare nella sezione **above the fold**, ovvero tutto quello che viene visualizzato *prima* dello scroll (o del *tap*) su una pagina.



2. Principali Elementi di SEO OnPage: Unique Content

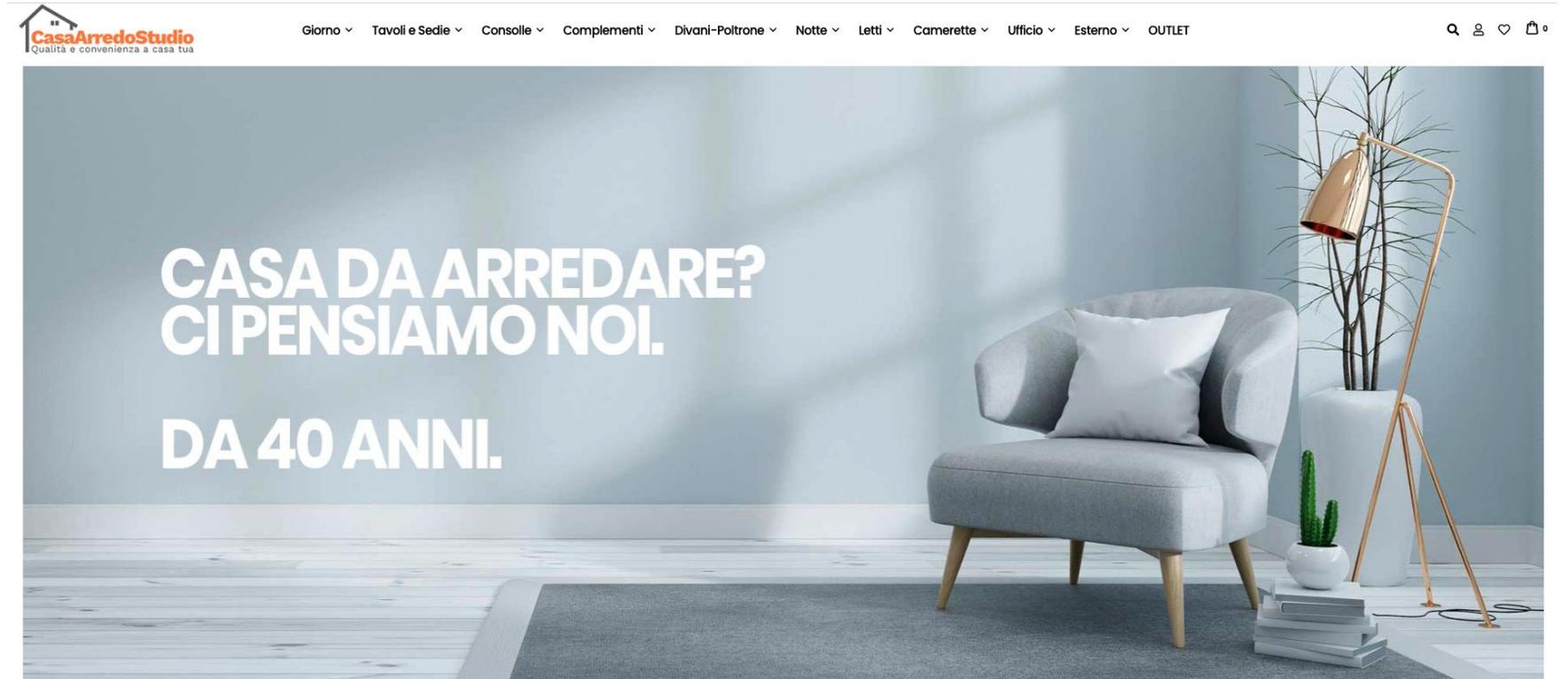


VUOI ARREDARE CASA ONLINE? SCOPRI CASAARREDOSTUDIO.IT

Arredare la casa perfetta può essere un'impresa ardua.

Il nostro shop di arredamento online è qui per questo: aiutarti nella scelta non solo dei tuoi nuovi mobili, ma dello stile migliore per arredare la tua casa in un gioiello

Chat



Serve aiuto? Clicca qui!

VUOI ARREDARE CASA ONLINE? SCOPRI CASAARREDOSTUDIO.IT

Arredare la casa perfetta può essere un'impresa ardua.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: above the fold

É utile far trovare al motore di ricerca, nell'**above the fold**:

1. un'introduzione dell'argomento a caratteri generali, che presenti tutte le argomentazioni principali;
2. le query principali per cui si ha intenzione di far rankare il contenuto;
3. eventuali link interni a contenuti correlati;
4. la table of content, che riassume gli argomenti contenuti in tutta la pagina (la approfondiremo più avanti!);
5. l'H1, il più "pesante" fra gli heading tag (anche di questo parleremo più approfonditamente nel corso della lezione).

2. Principali Elementi di SEO OnPage: above the fold

Cosa scrivere? **Rispondere alle query** che compongono l'intenzione degli utenti identificata!

Quindi, nel **caso informativo** potrò:

- 1) introdurre l'argomento spiegando che il contenuto parla di *cosa vedere a Roma in un giorno*, e anticipando che si parlerà di *itinerari e tour*, che ci sarà *una mappa*, che si valuterà un ipotetico *tour che parta dalla stazione termini*, che *Roma in un giorno si può visitare a piedi* e che, se si è interessati a sapere come si può [visitare Roma in tre giorni](#), si può cliccare sul link (contenuto **above the fold**);
- 2) creare un contenuto, organizzato in paragrafi, che approfondisca tutte le informazioni che possono risultare utili all'utente sulla base delle domande sopracitate (monumenti, musei, luoghi di interesse, ristoranti *et similia*).

2. Principali Elementi di SEO OnPage: above the fold

Cosa scrivere? **Rispondere alle query** che compongono l'intenzione degli utenti identificata!

Quindi, nel **caso transazionale** potrò:

- 1) introdurre il contenuto della categoria che voglio posizionare, utilizzando le query macro e, se necessario, un link a sottocategorie di particolare interesse;
- 2) creare un contenuto, organizzato in paragrafi, che approfondisca tutte le informazioni che posso ricavare dalle correlate e dai termini più specifici che hanno lo stesso search intent delle query principali, e posizionarlo sotto il listato di prodotti.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: lunghezza del testo

La domanda delle domande: *quanto deve essere **lungo** il testo?*

In realtà, anche in questo caso **non esiste** una regola precisa che determini la lunghezza ottimale dei contenuti sul web. Allo stesso tempo, tuttavia, per argomenti di ampio respiro (quindi dove i volumi di ricerca sono più alti e l'interesse maggiore), una quantità di testo "sostanziosa" può costituire un vantaggio, purché contenga informazioni utili e non la semplice ripetizione di query.

Come si può avere un riferimento? Semplicemente osservando i contenuti che, per le query selezionate nella nostra analisi, vengono maggiormente "premiati" da Google, creando una *media* di lunghezza del content.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: caratteri speciali

Anche se in passato rivestivano un discreto peso nell'influenzare il ranking di una pagina, i tag **bold/strong**, **i/em** e **u** non sembrano ad oggi aver mantenuto questo ruolo.

É buona norma utilizzarli per lo scopo per cui sono stati creati: come **marcatori di testo**, evidenziando porzioni di testo cruciali.

Secondo **Jacob Nielsen**, gli utenti del web sono oggi abituati a **scansionare** il testo piuttosto che **leggerlo**. Evidenziare porzioni di testo con i tag è utile per permettere agli utenti di avere il quadro generale del vostro contenuto.

Approfondimenti:

<https://www.html.it/pag/16043/grassetti-e-corsivi-usare-i-tag-strong-em-b-e-i/>

<https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/how-people-read-on-the-web-and-how-to-write-for-the-web>

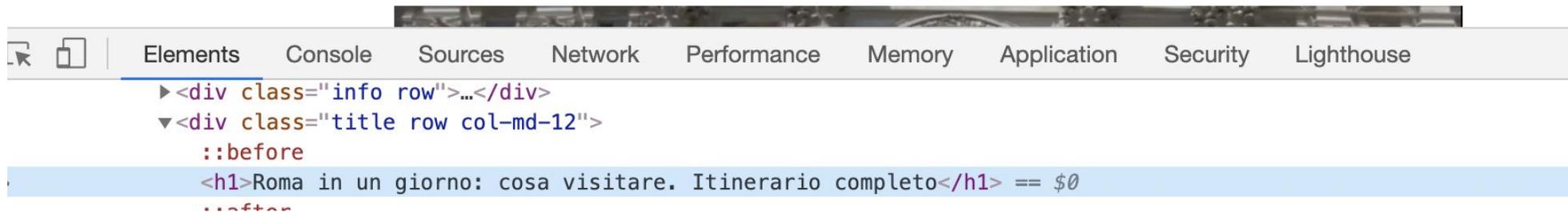
2. Principali Elementi di SEO OnPage: heading Tag

Gli Heading Tag hanno un ruolo ben preciso all'interno del testo, che è quello di **organizzare la priorità dei contenuti** e **fornire al motore di ricerca e all'utente un'indicazione dell'argomento del paragrafo in cui si trovano**.

HOME » LUOGHI DA VISITARE E GUIDE PER VIAGGIARE » ROMA IN UN GIORNO: COSA VISITARE. ITINERARIO COMPLETO



Roma in un giorno: cosa visitare. Itinerario completo



```
▶ <div class="info row">...</div>
▼ <div class="title row col-md-12">
  ::before
  <h1>Roma in un giorno: cosa visitare. Itinerario completo</h1> == $0
  ::after
```

2. Principali Elementi di SEO OnPage: heading Tag

Gli Heading Tag vanno da **H1** a **H6** e seguono un andamento inclusivo, esattamente come le titolazioni dei capitoli e dei paragrafi di un libro.

É chiaro che, in termini di peso specifico, un **H1** ha un'importanza maggiore di un **H2**, un **H2** è più generico di un **H3** e via dicendo.

Come **non** usarli:

- caricandoli di parole chiave semplicemente per inserirle (*stuffing*)
- utilizzandoli per fornire un assetto grafico differente ad alcune porzioni di testo, per far risaltare dei paragrafi rispetto ad altri (per quello esistono i CSS!)

ATTENZIONE: H1 e Tag Title sono due cose *differenti*!

2. Principali Elementi di SEO OnPage: heading Tag

Come **usarli**



Topic principale

`<h1>Titolo principale</h1>`

Topic correlato 1

`<h2>Titolo del capitolo</h2>`

`<h3>Titolo del paragrafo</h3>`

`<h3>Titolo del paragrafo</h3>`

Topic correlato 2

`<h2>Titolo del capitolo</h2>`

`<h3>Titolo del paragrafo</h3>`

`<h4>Titolo del sottoparagrafo</h4>`

`<h5>Titolo dell'appendice</h5>`

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempio di heading Tag

Facciamo un esempio pratico sul contenuto *cosa vedere a Roma in un giorno*. La generazione dei paragrafi è ovviamente dedotta dalle query:

- cosa vedere a roma in un giorno - 880
- visitare roma in un giorno - 320
- itinerario roma in un giorno - 110
- itinerario roma in un giorno mappa - 110
- itinerario roma in un giorno da stazione termini - 50
- tour roma in un giorno - 50
- cosa fare a roma in un giorno - 90
- roma in un giorno a piedi - 20

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempio di heading Tag

H1: Cosa vedere a Roma in un giorno

Paragrafo introduttivo generale sul post, include eventuali link interni verso altri post correlati e la query

H2: I posti da visitare assolutamente a Roma in un giorno

Quali sono i migliori luoghi di attrazione da visitare in un solo giorno, che contenga la query e correlate.

H3: Il colosseo

Veloce descrizione del monumento, con eventuale link a post dedicato al Colosseo

H3: L'Altare della Patria

Veloce descrizione del monumento, con eventuale link a post dedicato all'Altare della Patria

H2: Esempio di itinerario per Roma in un giorno

Un esempio di tour di un giorno da fare a Roma

H3: Mappa dell'itinerario

Presentazione della mappa e allegato ottimizzato

H3: Itinerario dalla stazione termini

Presentazione dell'itinerario dalla stazione termini

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempio di heading Tag

Invece, passiamo ora all'esempio transazionale sull'*arredamento online*, con le query:

- arredamento online - 2400
- arredamento / arredo casa online - 2400
- mobili online - 1900
- vendita mobili online - 1000
- arredo online - 320
- arredamento / arredo casa online economico - 210
- negozio arredamento online - 170
- negozio mobili online - 1000
- acquisto mobili online - 260
- vendita arredamento online - 140
- acquisto arredamento online 30

2. Principali Elementi di SEO OnPage: esempio di heading Tag

H1: Arredamento per la casa online

Paragrafo introduttivo generale, include eventuali link interni verso altri post correlati e la query

H2: Tutte le categorie di mobili in vendita su Sito di Vendita

Introduzione delle altre categorie di prodotti o specifiche sottocategorie

H2: L'acquisto di mobili online semplice e sicuro

Un paragrafo che contenga una motivazione sul perché è facile acquistare online sul sito e perché le transazioni sono sicure

H2: Arredamento di casa economico ma di qualità

Un paragrafo che spieghi perché approfittare di offerte e sconti non significhi necessariamente acquistare materiale di scarsa qualità

NB: *negli ecommerce la tipologia di testo è fortemente influenzata dalle categorie generiche o specifiche di cui si parla. Più è specifica la categoria, maggiori saranno le informazioni 'tecniche' che è possibile dare sul prodotto.*

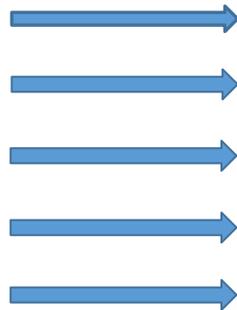
2. Principali Elementi di SEO OnPage: dati strutturati

Parlando di **Entità**, si fa riferimento a qualsiasi cosa un utente possa cercare online.

Gli **Attributi** sono le caratteristiche di cui ogni Entità è formata.

Esempi di Entità:

- una persona;
- un'attività commerciale;
- un Brand;
- un prodotto;
- un servizio.



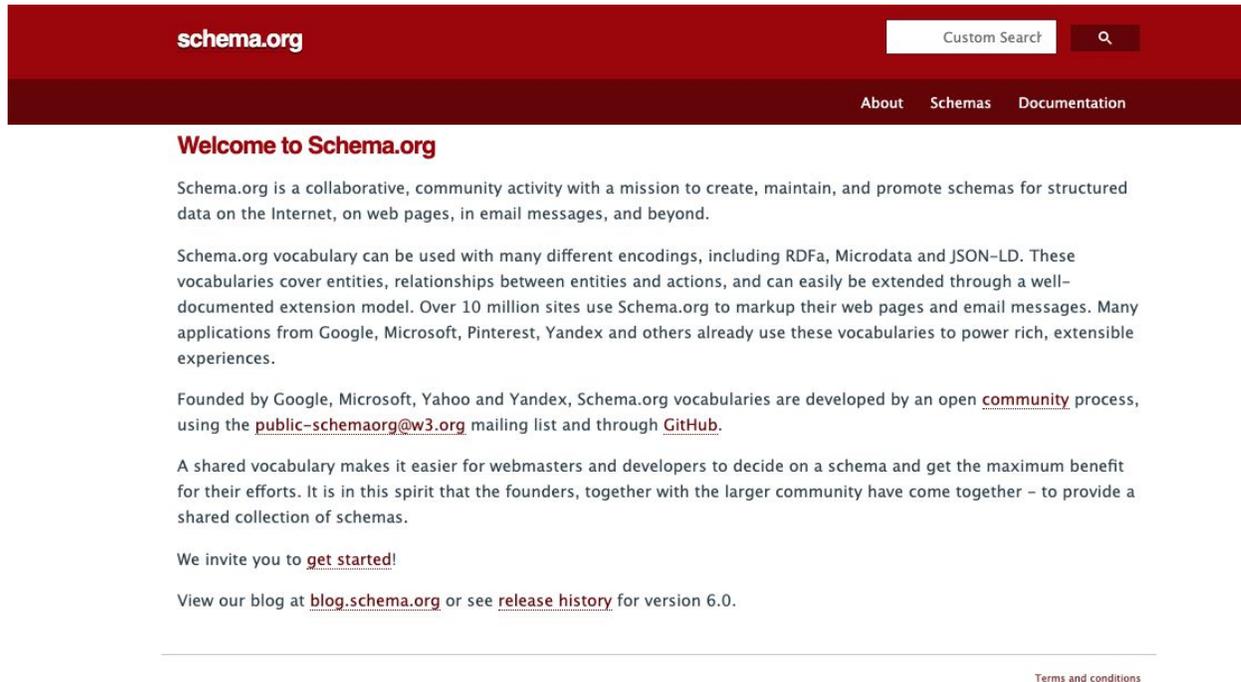
Esempi di Attributi:

- professione;
- indirizzo;
- logo;
- costo;
- orario.

Tramite le relazioni che si instaurano fra Entità differenti legate fra loro, il motore di ricerca riesce a raggiungere una maggiore consapevolezza contestuale.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: schema.org

Esistono un'infinità di dati strutturati, tutti contenuti in [Schema.org](https://schema.org).



The screenshot shows the homepage of schema.org. At the top, there is a dark red header with the 'schema.org' logo on the left, a search bar with the text 'Custom Search' and a magnifying glass icon on the right, and navigation links for 'About', 'Schemas', and 'Documentation' in the center. Below the header, the main content area has a heading 'Welcome to Schema.org' followed by several paragraphs of text explaining the project's mission and how to use the vocabularies. At the bottom right of the page, there is a small link for 'Terms and conditions'.

Alcuni dei più noti:

- Product
- Local Business
- Restaurant
- Article
- Recipe
- HowTo
- FAQ

Vengono prevalentemente inseriti come **Microdati (HTML) o JSON**

2. Principali Elementi di SEO OnPage: elenchi puntati

Gli **elenchi puntati** sono fra gli elementi più apprezzati da utenti e motori di ricerca, perché esprimono il contenuto in modo chiaro ed esaustivo, rendendo estremamente semplice e rapida la comprensione dei concetti espressi (ricordate la *scansione del testo*, di cui abbiamo parlato poco fa?).

Da un punto di vista puramente SEO, un paragrafo ottimizzato per rispondere a una domanda specifica, con un Heading Tag appropriata, testo ed elenco puntato, è un candidato papabile alla comparsa come **featured snippet**, o *risultato zero*.



The screenshot shows a Google search interface with the query "soluzioni per salire le scale". The featured snippet is titled "Soluzioni per salire le scale: Montascale a poltrona per anziani e disabili". It contains a bulleted list of three products: "POLTRONCINA MONTASCALE DOLCE VITA", "POLTRONCINA MONTASCALE ISCHIA", and "POLTRONCINA MONTASCALE CAPRI". To the right of the text is an image of a white chairlift on a staircase with a blue banner that says "ESTENSIONE DI GARANZIA A VITA!". Below the list is the URL "www.vimec.biz > Montascale" and a link "Montascale a poltroncina: sedie montascale per anziani ...". At the bottom of the snippet area are links for "Informazioni sugli snippet in primo piano" and "Feedback".

2. Principali Elementi di SEO OnPage: prendere il featured snippet

Per provare a occupare una posizione zero:

1. controllare in SERP che, fra le query prese a riferimento per il contenuto, qualcuno generi effettivamente un *featured snippet*;
2. organizzare un paragrafo del testo per rispondere in maniera chiara ed esaustiva alla query;
3. compilare l'Heading Tag del paragrafo con la query;
4. organizzare il contenuto con un breve paragrafo introduttivo;
5. inserire l'elenco puntato con le risposte alla query.

Serve? Non serve? Le opinioni sull'effettiva utilità del risultato zero sono molto contrastanti, e come sempre dipendono da settore a settore.

Il modo migliore per capire se un featured snippet è funzionale al nostro caso è **provare a prenderlo** e **valutarne i risultati** analitici!

2. Principali Elementi di SEO OnPage: prendere il featured snippet

Esempio pratico. Diciamo di voler inserire un featured snippet nel nostro post *Cosa vedere a Roma in un giorno*.

Potremmo generare un H2 con “Monumenti da vedere a Roma in un giorno” (o una query simile con volumi di ricerca”, inserire un paragrafo introduttivo e un elenco puntato con 5-10 monumenti o luoghi di interesse.

<h2>Cosa vedere a Roma in un giorno: i luoghi migliori</h2>

Se sei a Roma e hai soltanto una giornata a tua disposizione, ecco i più noti monumenti e luoghi di interesse da non perdere assolutamente!

1. Colosseo
2. Altare della Patria
3. ...

2. Principali Elementi di SEO OnPage: table of content

La **Table of Content** è l'indice dei contenuti di una pagina. Ha lo scopo, per il motore di ricerca e l'utente, di avere un'immediata panoramica degli argomenti trattati all'interno del post.

VOYAGE TIPS DESTINAZIONI CONTATTI NOLEGGIO AUTO: IL MIO MIGLIOR CONSIGLIO

Quindi, cosa vedere a Roma? Scopriamolo insieme!

Sommaire

Cosa vedere a Roma: le migliori cose da fare e attrazioni

Visitare Roma: I più importanti luoghi di interesse

1. Il Colosseo e i suoi giochi cruenti
2. Il Foro Romano
3. Il Colle Palatino
4. Piazza Venezia
5. Piazza del Campidoglio
6. Il Pantheon
7. Piazza Navona
8. La Fontana di Trevi
9. Godetevi un gelato
10. Fate un po' di shopping a Roma
11. Piazza di Spagna
12. Visitate le chiese di Roma
13. Giardini di Villa Borghese
14. Visitate i musei di Roma
15. Piazza del Popolo
16. Il ponte e Castel Sant'Angelo
17. Il Vaticano
18. Piazza San Pietro
19. La Basilica di San Pietro
20. Il Quartiere di Trastevere
21. Dove mangiare a Roma: Fate pranzo in una trattoria!
22. Campo de' Fiori
23. Quartiere di San Lorenzo

STUDIOSAMO CHI SIAMO SERVIZI FORMAZIONE CI HA

Indice dei contenuti [nascondi]

- 1 Cos'è Facebook Ads?
- 2 Perché fare pubblicità su Facebook?
- 3 Quando fare pubblicità su Facebook?
- 4 Quanto costa Facebook Ads
- 5 Meglio Facebook Ads o Google AdWords?

[GUIDA] Come realizzare una campagna Facebook Ads DA ZERO

- 6.1 LA STRUTTURA DI UNA CAMPAGNA FACEBOOK ADS
- 6.2 LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI
 - 6.2.1 Awareness
 - 6.2.1.1 Brand Awareness
 - 6.2.1.2 Reach
 - 6.2.2 Consideration
 - 6.2.2.1 Traffic
 - 6.2.2.2 Engagement – Post Engagement
 - 6.2.2.3 Engagement – Page Likes
 - 6.2.2.4 Engagement – Event Responses
 - 6.2.2.5 Engagement – Offer
 - 6.2.2.6 App Installs

Indice

1. [Itinerario di un giorno a Roma: Mattina](#)
2. [Itinerario di un giorno a Roma: Pomeriggio](#)
3. [Itinerario di un giorno a Roma: Sera](#)
4. [Commenti degli utenti](#)

^ NASCONDI

2. Principali Elementi di SEO OnPage: jump to link

Oltre a fornire una comprensione pressoché immediata del contenuto della pagina, lato SEO la Table of Content può portare il motore di ricerca a mostrare in SERP, direttamente nello snippet, uno o più **Jump to Link**, ovvero dei collegamenti diretti a specifiche sezioni del post, sulla base della query digitata dall'utente.

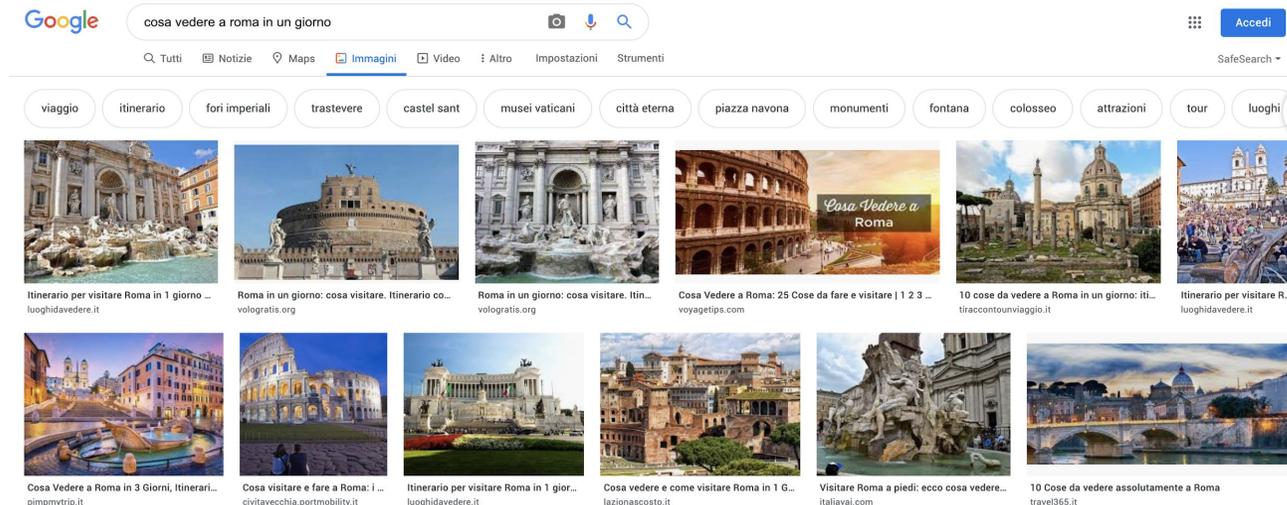


1. [Piazza di Spagna](#)
2. [Fontana di Trevi](#)
3. [Piazza Venezia](#)
4. [Fori Imperiali e Colosseo](#)
5. [Pantheon](#)
6. [Piazza Navona](#)
7. [Musei Vaticani](#)
8. [Basilica di San Pietro](#)

2. Principali Elementi di SEO OnPage: immagini

Ottimizzare le immagini è una procedura estremamente utile per almeno due motivi:

1. le immagini concorrono al significato globale del contenuto, fornendo indicazioni aggiuntive sul topic trattato della pagina;
2. un'immagine ben ottimizzata, in un post ben ottimizzato, ha la possibilità di rankare nelle SERP delle immagini, e concorrere ad aumentare il traffico della pagina.



2. Principali Elementi di SEO OnPage: immagini

Da un punto di vista SEO, gli elementi cui prestare particolare attenzione nell'ottimizzazione delle immagini sono fondamentalmente due:

1. il **filename**, ovvero il nome del file immagine quando questo viene caricato
2. il **tag Alt**, abbreviazione di *text alternative*.



La tecnica è quella di utilizzare, per differenti foto, le differenti query selezionate per l'ottimizzazione complessiva della pagina, inserendole in maniera naturale nel **filename** e nel **tag Alt**.

2. Principali Elementi di SEO OnPage: altri media

Non è inusuale che gli utenti cerchino **risposte non testuali** nei motori di ricerca. Video, immagini e documenti sono spesso identificabili con volumi di ricerca appositi.

Ne è un esempio la query *"itinerario roma in un giorno mappa"*, che conta ben **110 ricerche mensili**. Altri esempi possono essere termini come "pdf", "video" o "immagini", presenti nelle query di ricerca degli utenti e identificabili durante la KW Research.

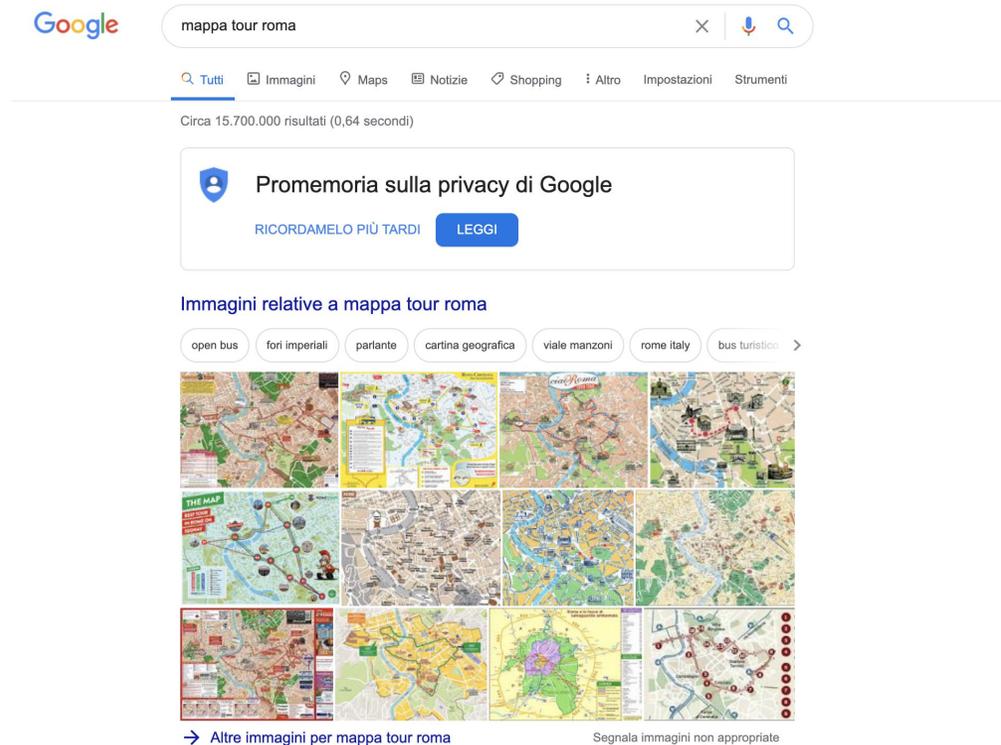
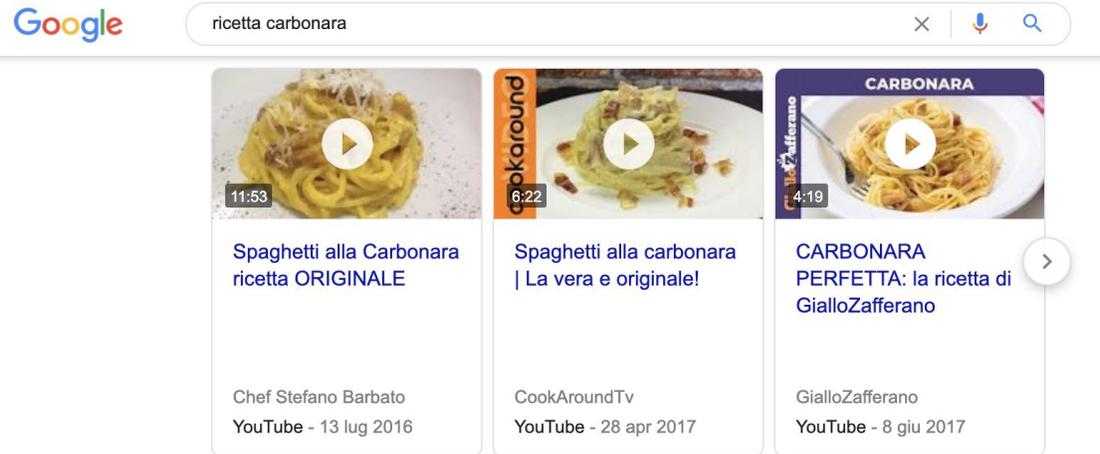
Anche gli altri media possono essere ottimizzati e inseriti nel post, contribuendo a far crescere il ranking della pagina e, di conseguenza, il traffico generato.

🔍 roma in un giorno pdf

🔍 roma a piedi mappa

2. Principali Elementi di SEO OnPage: altri media

Come capire quando è il caso di inserire in una pagina un *media* differente dal testo? Molto semplicemente, interrogando le SERP del motore di ricerca per verificare se, per le specifiche query, Google mostra all'utente contenuti differenti da quelli testuali.



2. Principali Elementi di SEO OnPage: altri media

Applicando la questione al nostro post di esempio *Cosa vedere a Roma in un giorno*, la presenza di una query specifica come *"itinerario roma in un giorno mappa"*, potrebbe essere sfruttata:

1. creando un'immagine ad hoc, con la mappa dei punti da vedere a Roma in un giorno;
2. ottimizzando questa immagine con filename e Tag ALT;
3. inserendo l'immagine in un paragrafo dedicato.

In questo modo, il tentativo potrebbe portarci ad ottenere 3 risultati:

- ❖ migliorare il ranking del post *per quella specifica query*;
- ❖ migliorare il ranking dell'immagine nella SERP immagini;
- ❖ entrambi i punti sopracitati!



GRAZIE!