



Corso SEO Completo

Lezione 4 – Ottimizzazioni tecniche OnSite ed applicazioni

Christian Violi – SEO Specialist @Studio Samo



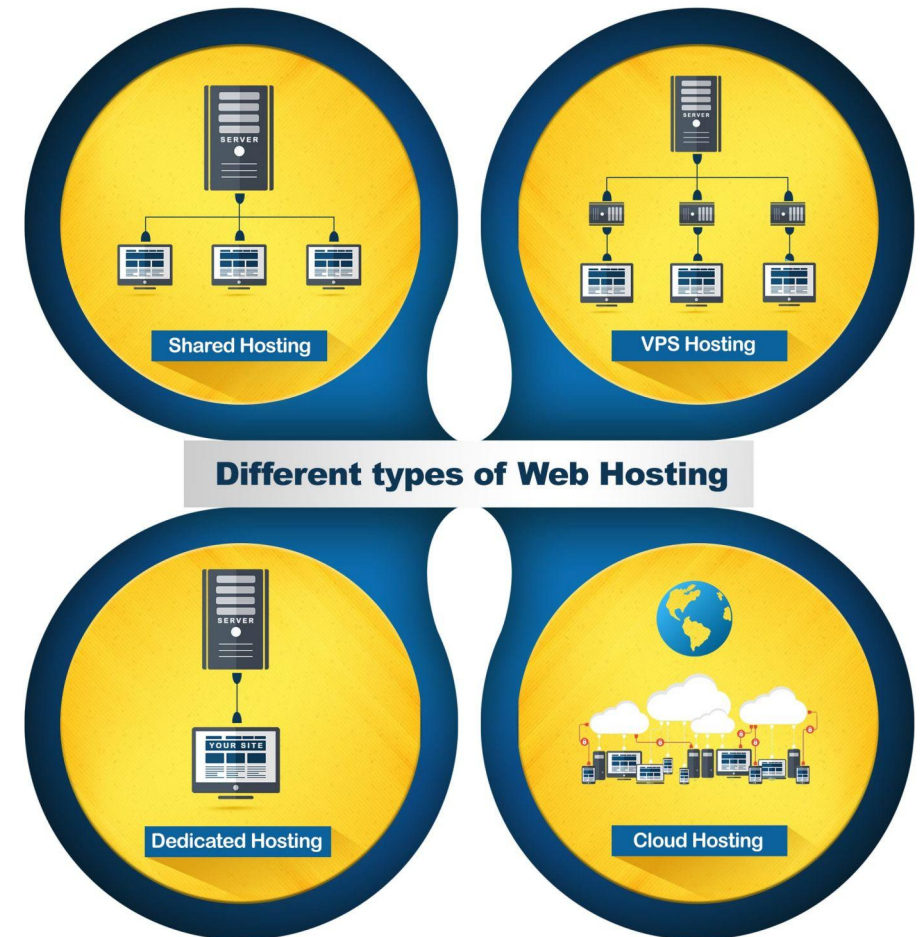
1. Genesi di un sito web – sistemi di hosting

1. Tipologie di hosting: confronto delle soluzioni

Il servizio di hosting, ovvero la fornitura a noleggio di una macchina server che «ospiti» il nostro applicativo web, può essere suddiviso in 4 macro aree a seconda della tecnologia utilizzata:

- hosting condiviso
- hosting dedicato
- VPS (Virtual Private Hosting)
- Cloud

A loro volta i servizi sopra citati vengono normalmente partizionati dai fornitori sulla base del numero di risorse rese disponibili e di eventuali servizi aggiuntivi forniti.

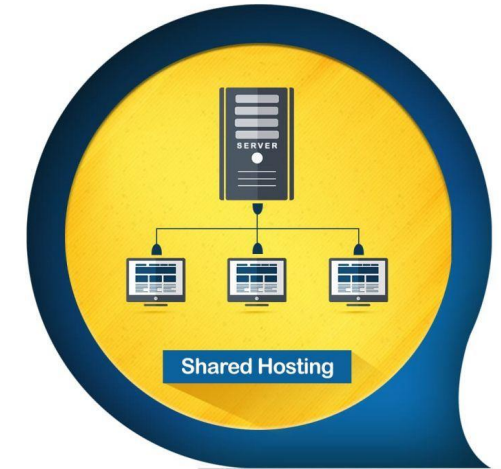


1. Tipologie di hosting: hosting condiviso

La tipologia di hosting cosiddetto «condiviso» (o *shared*) è la più comune e la più economica in commercio.

Il provider configura ogni server creando ambienti separati all'interno della stessa per ospitare tanti siti quanti la politica commerciale dell'azienda ritiene essere un numero adeguato.

Questo servizio è il più utilizzato e di norma è anche il più economico. Nonostante questo, al crescere delle risorse fornite dal provider, crescono anche i costi rendendo alle volte questo piano non vantaggioso rispetto a servizi alternativi.



PRO

- Costi contenuti
- Disponibilità di pannelli che facilitano la gestione (cPanel, Plesk, ecc.)
- Possibilità di personalizzazione tramite funzioni opzionali
- Svincolo dalla gestione del server (il servizio è sempre gestito dal fornitore, anche detto «managed»)

CONTRO

- Il sito viene ospitato in condivisione con altri clienti e pertanto non abbiamo il controllo su eventuali problematiche di *spam* o *blacklists*

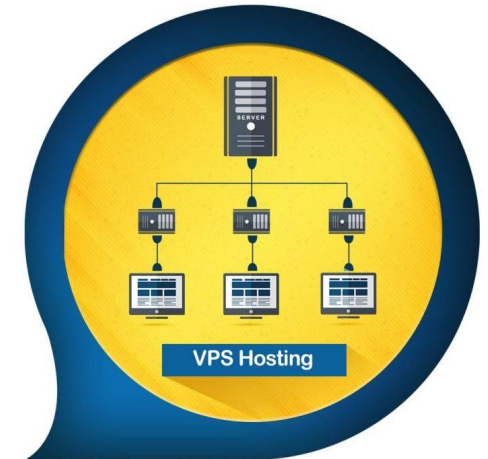
1. Tipologie di hosting: Virtual Private Server (VPS)

I servizi di hosting VPS sono concettualmente simili a quelli "shared"; anche nei VPS il provider condivide macchine fisiche (server) con clienti diversi, tuttavia i VPS differiscono dal servizio condiviso in un aspetto sostanziale: l'ambiente utilizzato.

Nei VPS ogni ambiente viene creato su virtualizzazioni di sistemi operativi indipendenti a cui vanno obbligatoriamente assegnate delle risorse specifiche (che di norma vengono garantite contrattualmente). Questo rende normalmente i VPS superiori sia in termini di sicurezza che di prestazioni.

PRO

- Più economici dei server dedicati
- Più sicuri dei servizi di hosting condiviso
- Maggiori risorse quindi maggiore velocità
- Accesso root
- Scalabili con maggiore facilità



1. Tipologie di hosting: hosting dedicato

Il servizio di hosting «dedicato» indica il noleggio di una specifica macchina server, con caratteristiche ben definite prima dell'acquisto e ad uso **esclusivo**.

Come per il servizio VPS anche l'hosting dedicato può essere “*managed*” o “*unmanaged*”, ovvero il fornitore può farsi carico delle operazioni di manutenzione del server (servizio managed) oppure può semplicemente ospitare la macchina all'interno della propria struttura e lasciare la gestione completa al cliente (servizio unmanaged).



PRO

- Accesso esclusivo al server
- Controllo totale dell'assegnazione risorse
- Maggiore velocità
- Maggiore sicurezza

1. Tipologie di hosting: cloud hosting

Il servizio di cloud hosting è, in assoluto, il più recente tra tutti e si basa su tecnologie di *cloud computing* che fanno sì che un numero illimitato di server possa agire come uno solo.

Contrariamente a quanto avviene con i servizi di hosting condiviso e VPS, in un servizio di cloud hosting porzioni della stessa **rete di computer** vengono utilizzate per ogni ambiente web.

Utilizzando più macchine come fossero una sola il servizio cloud è in grado di gestire una mole di traffico decisamente superiore e, nonostante la rete venga condivisa, esistono diversi livelli di sicurezza aggiuntivi che lo rendono molto più sicuro di VSP e shared hosting.

PRO

- Maggiore affidabilità e stabilità
- Maggiore scalabilità e flessibilità
- Migliore gestione dei costi (normalmente il modello di pricing degli hosting cloud è il cosiddetto «pay-as-you-go»)



2. Anatomia di un sito web

2. Anatomia di un sito web

Malgrado al giorno d'oggi i CMS ci aiutino molto, rendendo sensibilmente più accessibile la creazione e la gestione di un sito web, è importante capire quali sono le parti che compongono un sito e su quali linguaggi di programmazione è basato.



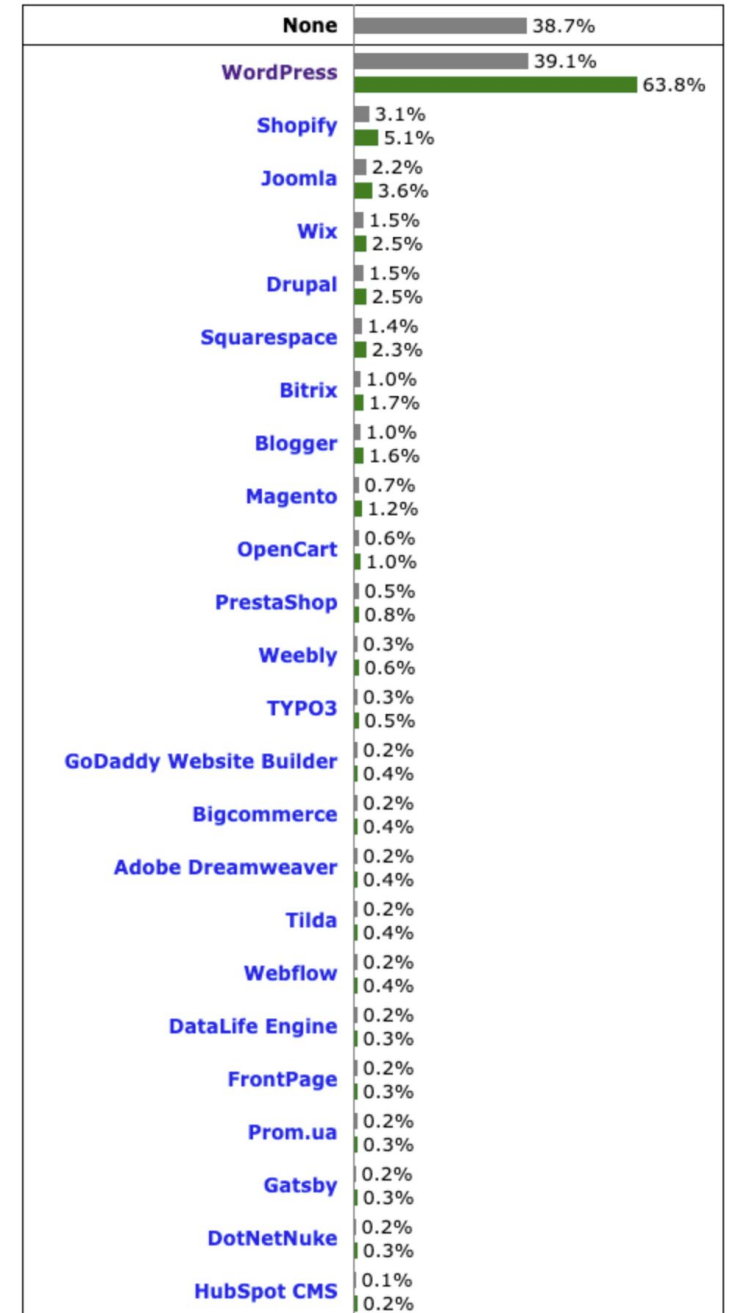
Non occorrerà trasformarsi in sistemisti né sviluppatori per essere dei bravi SEO ma una conoscenza tecnica di base ci permetterà di comprendere meglio le dinamiche del web e, conseguentemente, come e dove intervenire.

2. Anatomia di un sito web – Linguaggi e Market Share

Attualmente i CMS si spartiscono una quota di mercato pari a circa il 61.3% del totale dei siti web (fonte W3Techs.com).

Tutti i CMS moderni, da WordPress a Joomla o Drupal, da Prestashop a Magento o OpenCart utilizzano i linguaggi di programmazione PHP e Javascript per creare contenuti HTML.

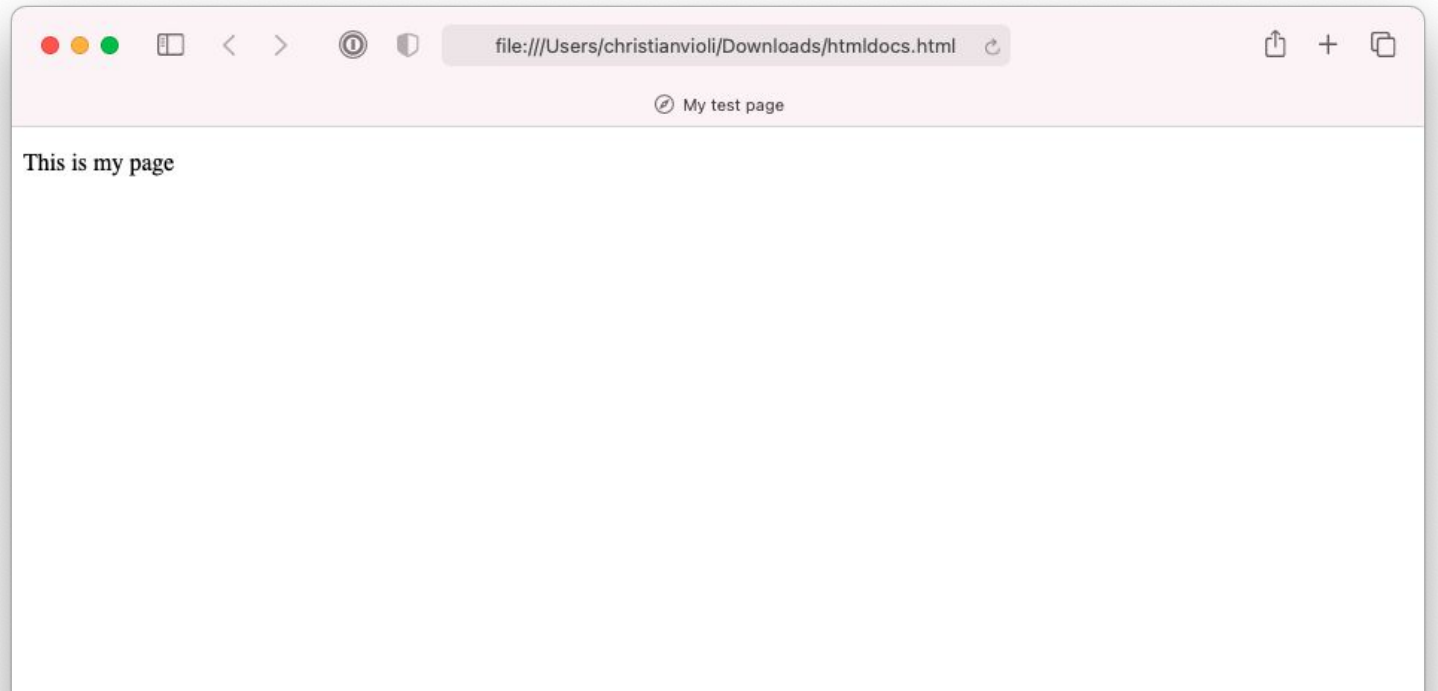
In qualità di SEO dovremmo essere in grado di capire (non necessariamente di intervenire) a cosa possono essere attribuite eventuali problematiche riscontrate.



2. Anatomia di un sito web – Documenti HTML

La struttura dei documenti HTML è piuttosto elementare e si concretizza in poche righe:

```
<!DOCTYPE html>  
<html>  
  <head>  
    <meta charset="utf-8">  
    <title>My test page</title>  
  </head>  
  <body>  
    <p>This is my page</p>  
  </body>  
</html>
```



2. Anatomia di un sito web – Documenti HTML

Le parti che compongono un documento HTML sono solamente 2: **head** (da non confondere con header) e **body**.

HEADER

L'elemento *header* funge da contenitore per tutto quello che deve essere compreso in una pagina HTML ma che non deve essere visibile come contenuto. Qui è dove dovranno essere inseriti, ad esempio, meta title e meta description, dichiarazioni di set di caratteri, tag canonical, tag hreflang, ecc.

BODY

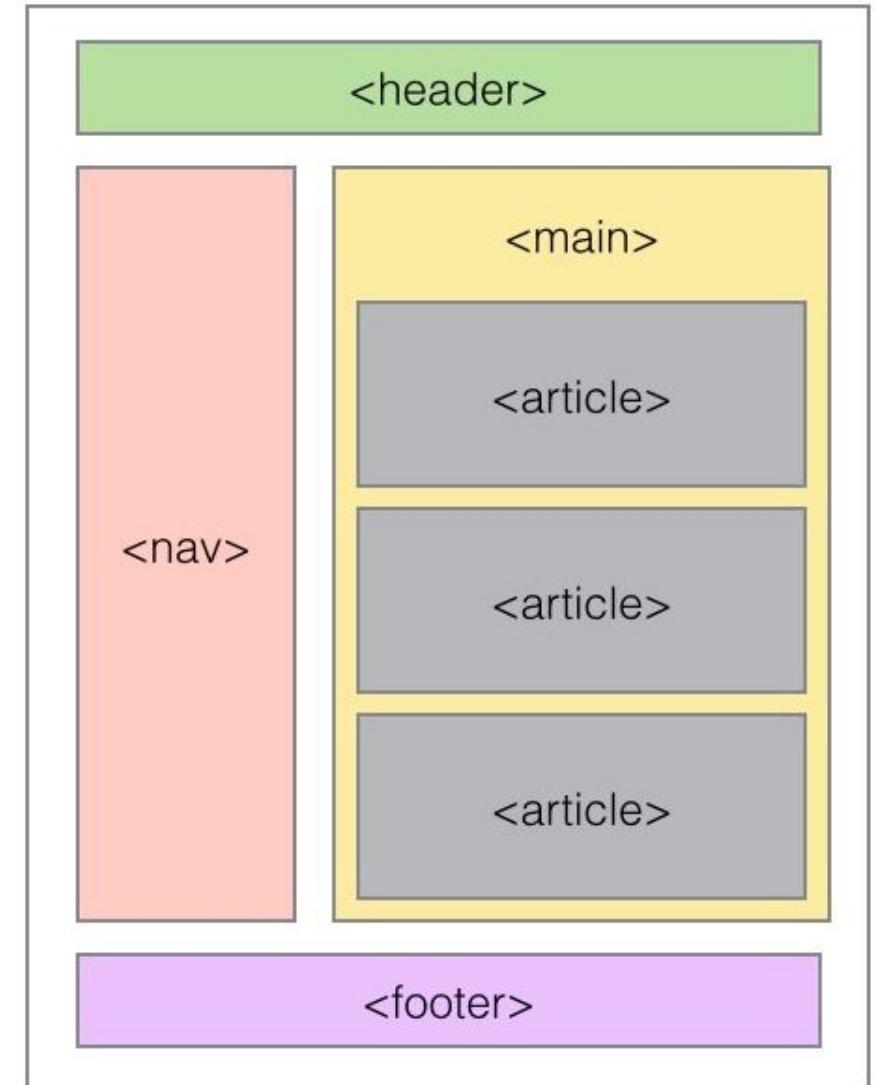
L'elemento *body* contiene tutto il contenuto che deve essere visualizzato nella pagina: testo, immagini, video, script o qualsiasi altra cosa.

2. Anatomia di un sito web – Documenti HTML

All'interno dell'elemento `body` vengono normalmente fatte ulteriori suddivisioni che portano ad un'organizzazione gerarchica della pagina.

Ciò che spesso si tende a confondere è l'elemento *head*, invisibile nella pagina pubblicata, con l'elemento *header*, sottinsieme dell'elemento *body*, che contrassegna una sezione del *body* contenente tutto ciò che rimane nella parte alta e visibile di intestazione di un sito.

Anche il contenitore denominato comunemente *footer* non è un macro elemento di un documento HTML bensì un elemento di sezione del *body* che identifica tutta la parte comune di chiusura di un sito web.

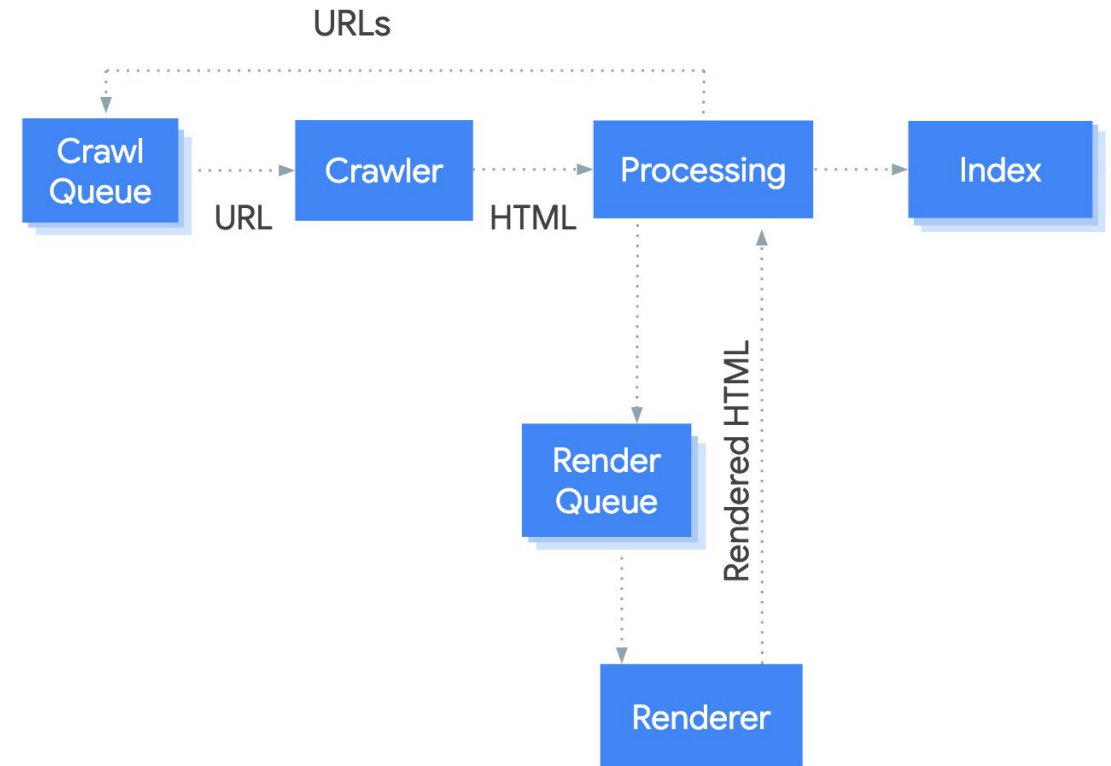


2. Anatomia di un sito web – Guardare un sito con gli occhi di Google

Così come è importante capire com'è strutturato il nostro sito web è altrettanto importante capire come i motori di ricerca recuperano e gestiscono le informazioni.

Come Google stesso [ci spiega](#) le fasi con cui gli algoritmi lavorano sono sostanzialmente 3: la scansione di un sito web (*crawling*), l'indicizzazione (*indexing*) e la pubblicazione sul motore di ricerca secondo un criterio di pertinenza (*ranking*).

È importante però notare che questo è vero solo parzialmente perché il processo si applica principalmente a documenti html «classici». Come spiegato in una [differente guida ufficiale](#) infatti le fasi sono in realtà 4: la scansione (*crawling*), l'elaborazione dei contenuti (*rendering*), l'indicizzazione (*indexing*) e la pubblicazione sul motore (*ranking*).



2. Anatomia di un sito web – Guardare un sito con gli occhi di Google

Perché è utile sapere tutto questo?

Dobbiamo sempre tenere a mente che applicativi web, come per esempio javascript che non vengono renderizzati lato server o contenuti iniettati tramite gestori di tag (es. Google Tag Manager) che non lavorano lato server, potrebbero non essere processati correttamente da Google.

Nella peggiore delle ipotesi Google potrebbe non essere in grado di interpretare affatto i contenuti o non seguire i link, come spiegato nella guida <https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/links-crawlable>

3. Principali Elementi di SEO OnSite

3. OnSite

OnSite = strutturare

fornire la miglior struttura possibile al motore di ricerca e all'utente; assicurarsi che ogni pagina sia al posto giusto



Decidere quali pagine escludere o includere, quali linkare *et similia*

3. Principali Elementi di SEO OnSite

- PERMALINK
- CANONICAL
- GESTIONE DELLE PAGINE DINAMICHE
- BREADCRUMBS
- SITEMAP
- NOINDEX, NOFOLLOW

3. Principali Elementi di SEO OnSite - Permalink

Esempio su un prodotto:

POSSIBILITÀ 1:

Prodotto: Racchetta Head X

URL: sito.it/racchette-tennis/racchette-head/racchetta-X

Breadcrumbs: Home > Racchette da Tennis > Racchette
Head > X

POSSIBILITÀ 2:

Prodotto: Racchetta Head X

URL: sito.it/racchetta-X

Breadcrumbs: Home > Racchette da Tennis > Racchette
Head > X

Esempio su un articolo:

POSSIBILITÀ 1:

Post: Come scrivere un title efficace

URL: blog.it/seo/come-scrivere-title-efficace

Breadcrumbs: Blog > SEO > Come scrivere un title
efficace

POSSIBILITÀ 2:

Post: Come scrivere un title efficace

URL: blog.it/come-scrivere-title-efficace

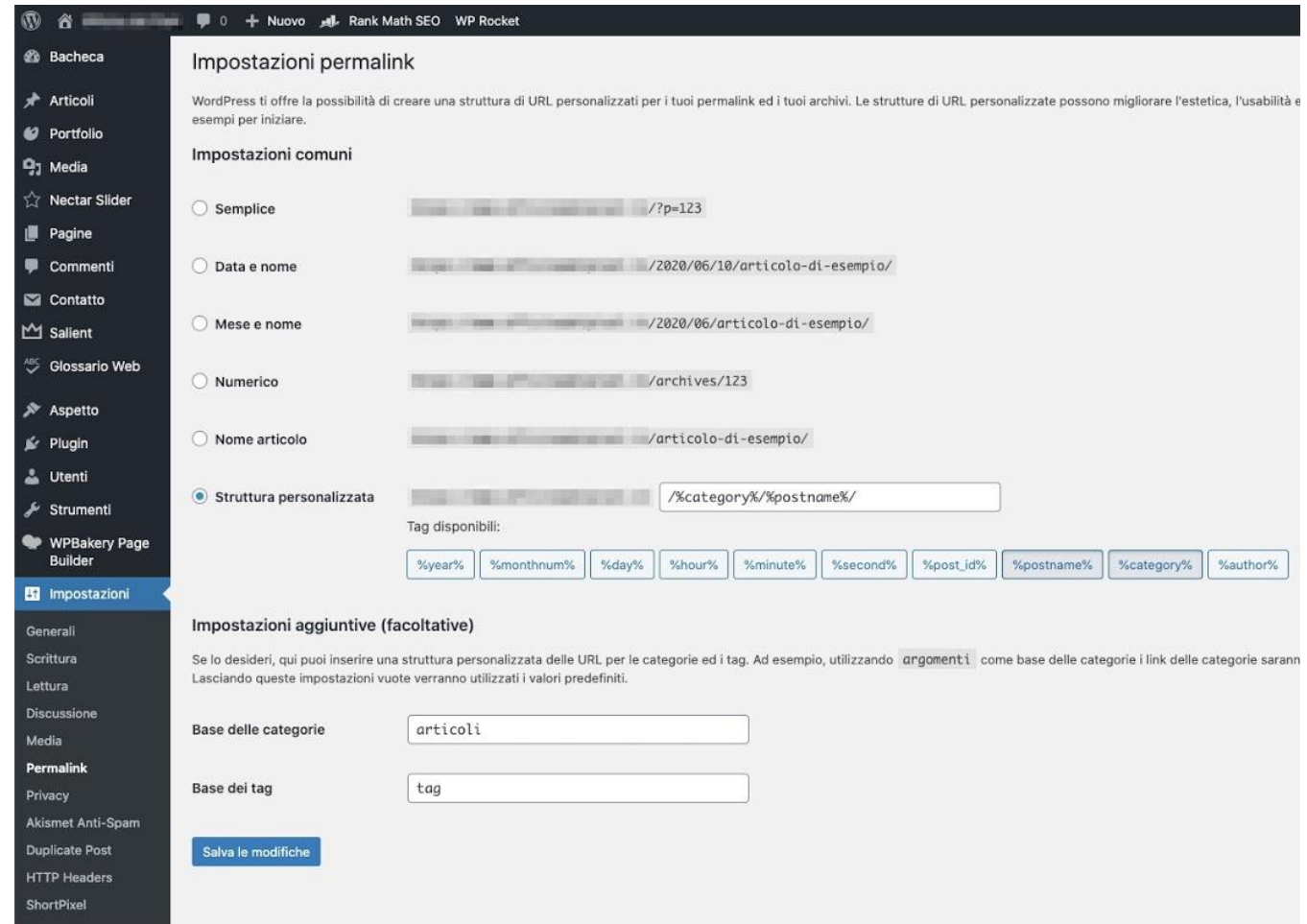
Breadcrumbs: Blog > SEO > Come scrivere un title
efficace

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - WordPress

Ottimizzare i permalink su **WordPress**:

partendo dalla configurazione nativa di WordPress, senza utilizzare alcuna estensione aggiuntiva, è possibile ottimizzare i permalink secondo le proprie esigenze, partendo da template predefiniti fino ad arrivare ad una struttura completamente personalizzata.

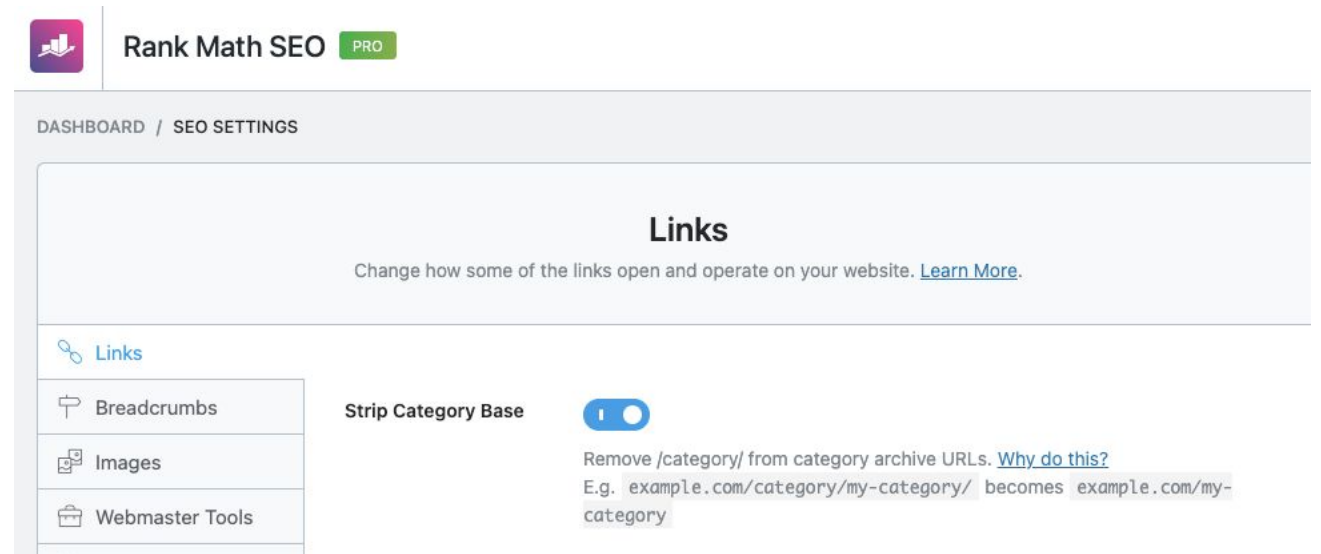
N.B.: modificare questi parametri su siti già pubblicati ed indicizzati potrebbe portare grandissimi cali di traffico a meno che non vengano effettuati redirect 301 dalle vecchie alle nuove URL



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - Wordpress

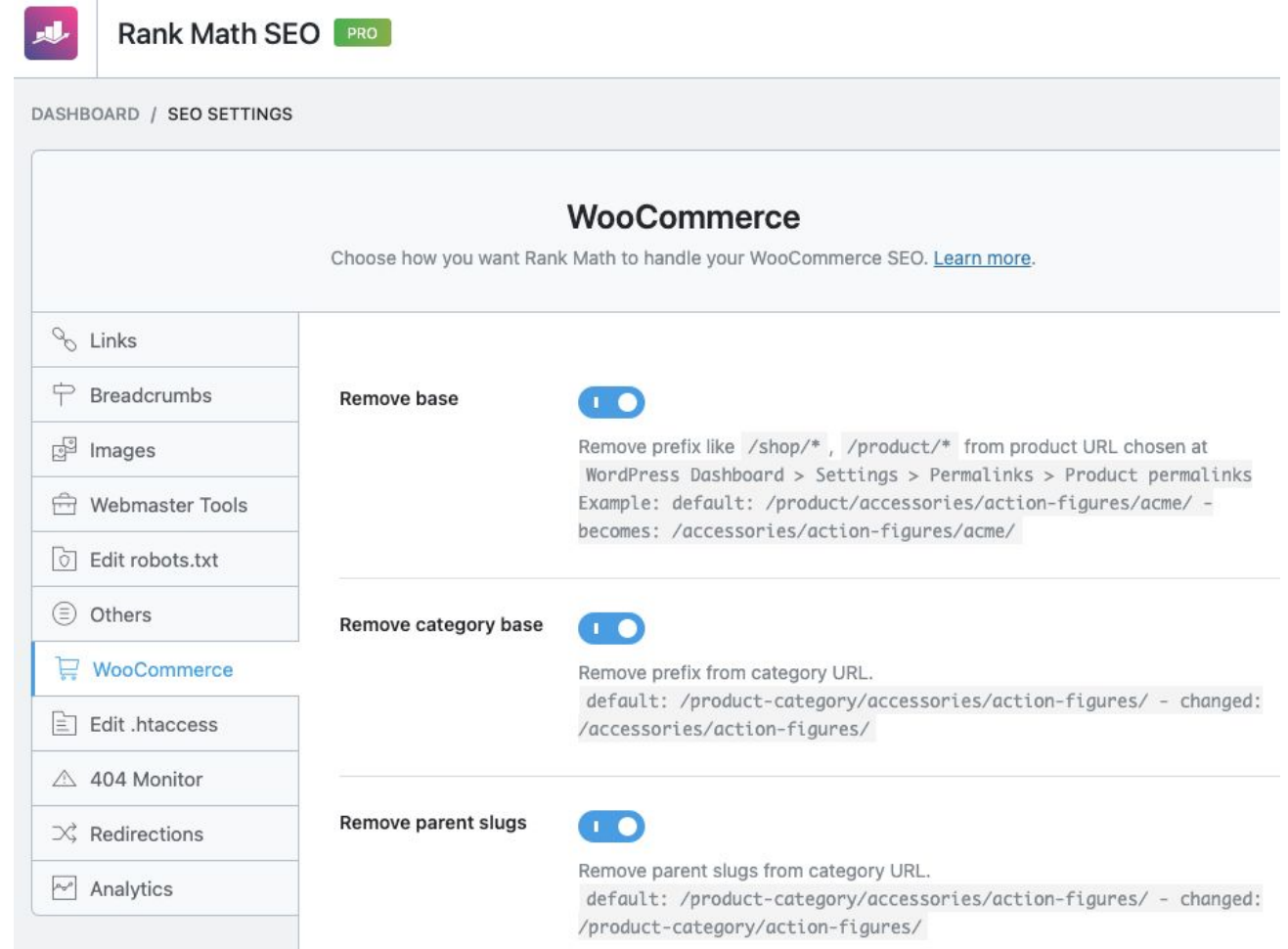
Ottimizzare maggiormente? I plugin SEO ci aiutano a sveltire le operazioni velocizzando anche i tempi.

Rank Math ad esempio permette di rimuovere la categoria base degli articoli di blog...



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - Wordpress

...o gestire gli slug (porzioni di URL che seguono il dominio) del proprio e-commerce basato su WooCommerce



The screenshot shows the Rank Math SEO PRO interface. At the top, there's a navigation bar with "Rank Math SEO" and a "PRO" badge. Below it, the breadcrumb "DASHBOARD / SEO SETTINGS" is visible. The main content area is titled "WooCommerce" and includes a sub-header: "Choose how you want Rank Math to handle your WooCommerce SEO. [Learn more.](#)"

On the left side, there's a sidebar menu with the following items: Links, Breadcrumbs, Images, Webmaster Tools, Edit robots.txt, Others, **WooCommerce** (highlighted), Edit .htaccess, 404 Monitor, Redirections, and Analytics.

The main content area contains three settings, each with a toggle switch and a description:

- Remove base**: . Remove prefix like `/shop/*`, `/product/*` from product URL chosen at WordPress Dashboard > Settings > Permalinks > Product permalinks. Example: default: `/product/accessories/action-figures/acme/` - becomes: `/accessories/action-figures/acme/`
- Remove category base**: . Remove prefix from category URL. default: `/product-category/accessories/action-figures/` - changed: `/accessories/action-figures/`
- Remove parent slugs**: . Remove parent slugs from category URL. default: `/product-category/accessories/action-figures/` - changed: `/product-category/action-figures/`

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - Wordpress

Il plugin **Yoast** non consente la gestione degli slug; possiamo utilizzare il plugin **Permalink Manager** in sostituzione ed ottimizzare ancora più nel dettaglio ciascun URL o massivamente definendo strutture di permalink personalizzate.



A screenshot of the Permalink Manager settings page in WordPress. The interface includes tabs for 'URI editor', 'Tools', 'Permastructures', and 'Settings'. There are buttons for 'Upgrade to PRO' and 'Debug'. The main content area is titled 'Instructions' and contains text about applying settings to new posts and terms. Below this is a section for 'Permastructure tags' with a list of allowed tags. The 'Post types' section shows settings for 'Articoli', 'Pagine', and 'Layout Personalizzati', each with a text input field and a 'Show additional settings' button. The 'Taxonomies' section has a note that its functionality is only available in the Pro version. A 'Save permastructures' button is at the bottom.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - PrestaShop

Ottimizzare i permalink di PrestaShop è semplicissimo e non richiede l'utilizzo di alcun modulo esterno: l'intera struttura di permalink può essere definita all'interno della pagina «Traffico & SEO» presente nella sezione «Parametri Negozio» all'interno del blocco *CONFIGURA*.

Contrariamente a quanto avviene con WordPress, dove la gestione dei permalink è unificata, la prima operazione necessaria è sempre quella di abilitare gli URL friendly.



Impostazione URL

Friendly url ?	<input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> SI
URL accentati ?	<input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> SI
Redirect all'URL canonico	302 Spostato temporaneamente (Raccomandato finchè imposti lo shop) ?
Disattiva l'opzione MultiViews di Apache ?	<input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> SI
Disattiva il modulo mod_security di Apache ?	<input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> SI

Salva

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - PrestaShop

Successivamente sarà possibile personalizzare i permalink sulla base di tag dinamici inseriti tra parentesi graffe, come ad es. {category}, che permettono di richiamare porzioni di informazioni recuperate da brands, id prodotto, categorie, ecc.

Queste informazioni raggruppate contribuiranno alla costruzione del permalink di ciascun contenuto.

Essendo le possibilità di personalizzazione dei permalink molto ampie è presente una legenda sotto ad ogni tipologia che indica quali tags dinamici sono utilizzabili per quello specifico ramo.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - PrestaShop

Schema degli URL



Questa sezione ti abilita a cambiare il modello predefinito dei tuoi links. Al fine di utilizzare questa funzionalità, deve essere abilitata l'opzione "URL Comprensibili" di PrestaShop, e il modulo Apache della riscrittura delle URL (mod_rewrite) deve essere attivato sul server.

Ci sono diverse parole chiave disponibili per ciascun percorso elencato qui sotto; si noti che le parole chiave con * sono obbligatorie!

Per aggiungere una parola chiave alla URL, usa la sintassi {keyword}. Se la parola chiave non è vuota, puoi aggiungere del testo prima o dopo di essa con la sintassi {prepend:keyword:append}.

Per esempio {-hey::meta_title} aggiungerà "-hey-my-title" nella URL se è impostato il meta titolo.

Percorso ai prodotti

Parole chiave: id*, id_product_attribute*, rewrite*, ean13, category, categories, reference, meta_keywords, meta_title, manufacturer, supplier, price, tags

Percorso alla categoria

Parole chiave: id*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Indirizza alla categoria che ha l'attributo "filtro selezionato" per il modulo di "Navigazione a strati" (blocklayered)

Parole chiave: id*, selected_filters*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Percorso al fornitore

Parole chiave: id*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Percorso alla marca

Parole chiave: id*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Percorso pagina

Parole chiave: id*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Percorso pagina categoria

Parole chiave: id*, rewrite, meta_keywords, meta_title

Percorso ai moduli

Parole chiave: module*, controller*

Salva

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - PrestaShop

In aggiunta alla strutturazione generale è inoltre possibile personalizzare titoli e URL delle singole pagine generate sia dall'installazione di PrestaShop che dai moduli utilizzati

SEO & URLs (32) ⚙

Azioni massive ▼

Seleziona tutto

	Id ▲	Pagina	Titolo della Pagina	Friendly url	Azioni
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Cerca
<input type="checkbox"/>	1	pagenotfound	errore 404	pagina-non-trovata	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	2	best-sales	Più venduti	piu-venduti	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	3	contact	Contattaci	contattaci	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	4	index			✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	5	manufacturer	Brands	brands	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	6	new-products	Nuovi prodotti	nuovi-prodotti	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	7	password	Hai dimenticato la password	recupero-password	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	8	prices-drop	Offerte	offerte	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	9	sitemap	Mappa del sito	Mappa del sito	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	10	supplier	Fornitori	fornitori	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	11	address	Indirizzo	indirizzo	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	12	addresses	indirizzi	indirizzi	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	13	authentication	Entra	login	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	14	cart	Carrello	carrello	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	15	discount	Sconto	buoni-sconto	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	16	history	Storico ordini	cronologia-ordini	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	17	identity	Dati personali	dati-personali	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	18	my-account	Il mio account	account	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	19	order-follow	Segui l'ordine	segui-ordine	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	20	order-slip	Nota di credito	buono-ordine	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	21	order	Ordine	ordine	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	22	search	Cerca	ricerca	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	23	stores	Negozi	negozi	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	24	guest-tracking	Tracciatura ospite	tracciatura-ospite	✎ ⋮
<input type="checkbox"/>	25	order-confirmation	Conferma ordine	conferma-ordine	✎ ⋮

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - PrestaShop

N.B.: l'unico aspetto non gestibile direttamente da PrestaShop è la presenza dell'identificativo (ID), obbligatorio come parametro nella costruzione dei permalink di pagine prodotto, categoria, fornitore, brand e filtro.

Malgrado questo aspetto **non abbia alcun impatto** puramente legato alla SEO potrebbe essere utile rimuovere l'id per facilitare l'accesso agli utenti che accedono alle pagine senza conoscere quale sia l'ID relativo o non da ricerca organica.

Per poter rimuovere l'ID esistono numerosi moduli in vendita sia sul marketplace ufficiale che presso altre fonti. Uno di questi è il modulo Modulo Advanced SEO Friendly URLs che offre diverse funzionalità tra cui la rimozione degli ID negli URL



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - Magento

In maniera analoga ai CMS già visti in precedenza anche Magento 2 offre una gestione piuttosto completa dei permalink che ci permette di costruire la struttura personalizzata necessaria in maniera semplice, attraverso la configurazione di menu a tendina e l'utilizzo di tags dinamici.

Le funzionalità di configurazione permalink sono accessibili dalla voce «Configurazione» presente all'interno della sezione «Impostazioni» nel blocco «Negozzi».

Una volta dentro basterà navigare nella tab denominata «Catalogo» e troveremo diverse possibilità di customizzazione.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Permalink - Magento

Ottimizzazione motori di ricerca



Termini di ricerca popolari [vista negozio] Attiva Utilizzare il valore di sistema

Suffisso URL prodotto [vista negozio] .html Utilizzare il valore di sistema

È necessario aggiornare la cache.

Suffisso URL categoria [vista negozio] .html Utilizzare il valore di sistema

È necessario aggiornare la cache.

Usa il percorso categoria per le URL prodotto [vista negozio] Sì Utilizzare il valore di sistema

Creare redirect permanenti per gli URL, se la URL key viene cambiata [vista negozio] No Utilizzare il valore di sistema

Generate "category/product" URL Rewrites [globale] Sì Utilizzare il valore di sistema

Warning! Turning this option off will result in permanent removal of category/product URL rewrites without an ability to restore them.

Separatore titolo pagina [vista negozio] -0 Utilizzare il valore di sistema

Utilizza il Meta Tag Link canonico per le categorie [vista negozio] Sì Utilizzare il valore di sistema

Utilizza il Meta Tag Link canonico per i prodotti [vista negozio] Sì Utilizzare il valore di sistema

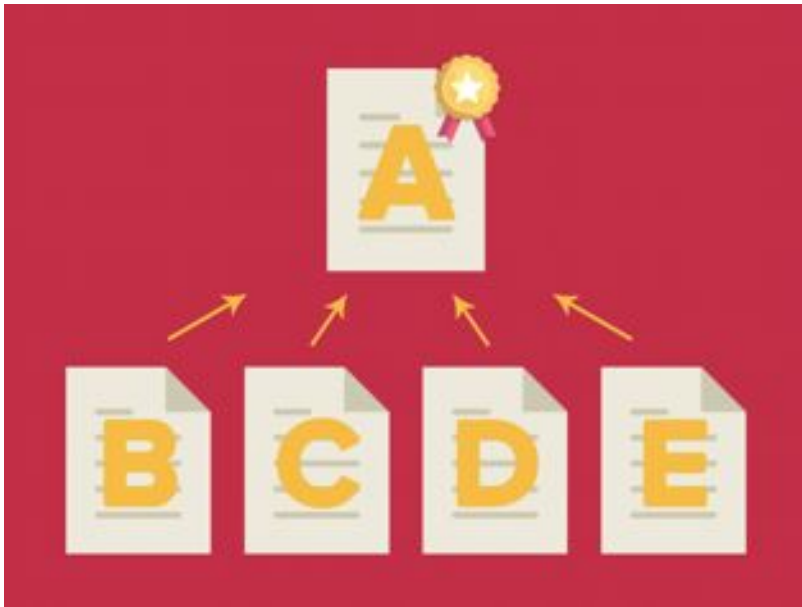
3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical e pagine dinamiche

FACCIAMO UN RIPASSO:

Il tag Canonical è probabilmente una delle più importanti indicazioni da fornire al motore di ricerca.

Il suo scopo è di segnalare al motore di ricerca la versione "ufficiale" di una pagina laddove, per qualsivoglia motivo, la stessa pagina abbia più copie differenti sul sito.

Non è **sempre** giusto che crawler e utente tengano in considerazione la stessa cosa!



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical - WordPress

La gestione dei tag canonical è agevolata dai principali plugin SEO presenti nella directory ufficiale di WordPress o nei marketplace.

Prendendo ad esempio *Yoast* e *Rank Math* le funzionalità sono pressoché identiche in entrambi i plugin: vengono impostate le regole di default al momento dell'installazione che sono sempre possibile personalizzabili per ciascuna URL.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical - WordPress



Rank Math SEO

General Advanced Schema Social

Robots Meta

Index [?](#) No Index [?](#)
 No Follow [?](#) No Archive [?](#)
 No Image Index [?](#) No Snippet [?](#)

Custom values for robots meta tag.

Advanced Robots Meta

Snippet [?](#) Video Preview [?](#) Image Preview [?](#)

-1 -1 Large

Canonical URL

The canonical URL informs search crawlers which page is the main page if you have double content.

Breadcrumb Title

Breadcrumb Title to use for this post

Redirection

Edit redirection for the URL of this post. Publish or update the post to save the redirection.



na **Aggiorna** 9 / 100

Rank Math

Advanced

Robots Meta

Index [?](#) No Index [?](#)
 Nofollow [?](#) No Archive [?](#)
 No Image Index [?](#) No Snippet [?](#)

Advanced Robots Meta

Max Snippet [?](#) -1
 Max Video Preview [?](#) -1
 Max Image Preview [?](#) Large

Canonical URL [?](#)

Breadcrumb

Redirect



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical - WordPress



● Analisi SEO

+ Aggiungi una frase chiave correlata

Contenuto Cornerstone (contenuto centrale)

Avanzate

Consenti ai motori di ricerca di mostrare Pagina nei risultati delle ricerche?


Si (impostazione corrente predefinita p

I motori di ricerca dovrebbero seguire i link su questo Pagina?

Yes No

Meta Robots avanzate

Canonical URL



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical - PrestaShop

Nonostante le continue richieste da parte della community di PrestaShop, sempre molto attiva e in costante crescita, non esiste ad oggi la possibilità di gestire i tag canonical nativamente.

È necessario quindi utilizzare un modulo aggiuntivo che ci permetta non solo di impostare un tag canonical per collegare pagine diverse ma anche di settare automaticamente tag canonical autoreferenziali per proteggere le pagine da problematiche di contenuto duplicato proveniente dall'interno del sito.

Anche in questo caso esistono diversi moduli che vanno valutati secondo le proprie esigenze; ai fini didattici segnaliamo uno dei più utilizzato con un buon consenso da parte degli utenti:

<https://addons.prestashop.com/it/url-redirect/21749-url-canonicali-per-evitare-duplicati-contenuti-seo.html>

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Canonical - Magento

Contrariamente ai suoi «colleghi» sopracitati Magento offre una gestione dei tag canonical, seppure essenziale, ma nativa, che non necessita di moduli aggiuntivi.

Sia all'interno della configurazione generale che nei singoli prodotti o categorie è infatti presente la possibilità di gestire i tag canonici inserendo gli url verso cui devono puntare.

Ottimizzazione motori di ricerca

Termini di ricerca popolari <small>[vista negozio]</small>	Attiva	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Suffisso URL prodotto <small>[vista negozio]</small>	.html	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
È necessario aggiornare la cache.		
Suffisso URL categoria <small>[vista negozio]</small>	.html	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
È necessario aggiornare la cache.		
Usa il percorso categoria per le URL prodotto <small>[vista negozio]</small>	Sì	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Creare redirect permanenti per gli URL, se la URL key viene cambiata <small>[vista negozio]</small>	No	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Generate "category/product" URL Rewrites <small>[globale]</small>	Sì	<input checked="" type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Warning! Turning this option off will result in permanent removal of category/product URL rewrites without an ability to restore them.		
Separatore titolo pagina <small>[vista negozio]</small>	-0	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Utilizza il Meta Tag Link canonico per le categorie <small>[vista negozio]</small>	Sì	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema
Utilizza il Meta Tag Link canonico per i prodotti <small>[vista negozio]</small>	Sì	<input type="checkbox"/> Utilizzare il valore di sistema

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Breadcrumbs - Wordpress

Come visto nelle lezioni precedenti i breadcrumbs sono fondamentali in un sito web e definiscono la vera struttura del sito stesso.

La gestione dei breadcrumbs nei siti WordPress è spesso delegata al tema grafico scelto ma, qualora non fosse presente, è sempre possibile usufruire delle funzionalità offerte dai plugin SEO che, oltre a generare i percorsi breadcrumbs tradizionali, ci permettono la personalizzazione delle ancore ed includono i dati strutturati, preziosi per il motore di ricerca.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Breadcrumbs - Wordpress

Continuando con i plugin Yoast e Rank Math a titolo di esempio vediamo come sia possibile personalizzare massivamente la gestione dei breadcrumbs in fase di setup iniziale.

A livello di singolo contenuto (pagina, articolo o tassonomia personalizzata) è possibile gestire l'ancora che viene mostrata nel percorso del breadcrumbs.

N.B.: una volta attivate le funzionalità di generazione dei breadcrumbs nessuno di questi plugin provvede automaticamente alla pubblicazione sul sito web: ciò che viene generato in automatico è lo script JSON-LD reattivo al dato strutturato «*breadcrumbs*» che viene inviato al motore di ricerca.

Per poter pubblicare i breadcrumbs sul sito è normalmente necessaria una modifica ai files del tema grafico o l'utilizzo di uno shortcut

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Breadcrumbs - Wordpress

Aspetto della ricerca - Yoast SEO

Generale | Tipi di contenuto | Media | Tassonomie | Archivi | **Breadcrumbs** | RSS

Impostazioni dei Breadcrumbs

Abilita i Breadcrumbs

Abilitato | Disabilitato

Separatore tra i breadcrumbs »

Testo del link per la Home Page Home

Prefisso per il percorso dei Breadcrumbs

Prefisso per gli archivi dei Breadcrumbs Archivi per

Prefisso nel breadcrumbs delle pagina di ricerca Hai cercato

Breadcrumb per la pagina 404 Errore 404: Pagina non trovata

Evidenzia in grassetto l'ultima pagina

Grassetto | **Standard**

Tassonomia da mostrare nei breadcrumbs per i post type

Articoli (post) Nessuno

Portfolio (avada_portfolio) Nessuno

Domande Frequenti (avada_faq) Nessuno

Salva le modifiche



Presentazioni Elastiche (themefusion_elastic) Nessuno

Diapositive Fusion (slide) Nessuno

Fusion Templates (fusion_template) Nessuno

Archivio dei post type da mostrare nei breadcrumbs per le tassonomie

Categoria (category) Nessuno

Tag (post_tag) Nessuno

Formato (post_format) Nessuno

Section Category (fusion_tb_category) Nessuno

Categorie (schema_event_post_cat) Nessuno

Tag (schema_event_post_tag) Nessuno

Categorie (schema_video_post_cat) Nessuno

Tag (schema_video_post_tag) Nessuno

Categorie Portfolio (portfolio_category) Nessuno

Portfolio Skills (portfolio_skills) Nessuno

Portfolio Tags (portfolio_tags) Nessuno

FAQ Categories (faq_category) Nessuno

Gruppo (themefusion_es_groups) Nessuno

Slider Fusion (slide-page) Nessuno

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Breadcrumbs - Wordpress

Breadcrumbs

Here you can set up the breadcrumbs function. [Learn more.](#)

- Links
- Breadcrumbs
- Images
- Webmaster Tools
- Edit robots.txt
- Others
- Edit .htaccess
- 404 Monitor
- Search Console
- Redirections

Use the following code in your theme template files to display breadcrumbs:

```
<?php if (function_exists('rank_math_the_breadcrumbs')) rank_math_the_breadcrumbs(); ?>
>
OR
[rank_math_breadcrumb]
```

Enable breadcrumbs function

Turning off breadcrumbs will hide breadcrumbs inserted in template files too.

Separator Character

-
-
-
»
|
.

Separator character or string that appears between breadcrumb items.

Show Homepage Link

Display homepage breadcrumb in trail.

Homepage label

Home

Label used for homepage link (first item) in breadcrumbs.

Homepage Link

[Redacted]

Link to use for homepage (first item) in breadcrumbs.



Prefix Breadcrumb

Prefix for the breadcrumb path.

Archive Format

Archivi per

Format the label used for archive pages.

Search Results Format

Hai cercato

Format the label used for search results pages.

404 label

Errore 404: Pagina non trovata

Label used for 404 error item in breadcrumbs.

Hide Post Title

Hide Post title from Breadcrumb.

Show Category(s)

If category is a child category, show all ancestor categories.

Hide Taxonomy Name

Hide Taxonomy Name from Breadcrumb.

Reset Options

Save Changes

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Breadcrumbs – PrestaShop e Magento

Sia su PrestaShop che su Magento la pubblicazione del breadcrumbs è legata al tema grafico ma pressoché sempre presente.

Malgrado non ci siano particolari differenze tra i due si può notare che, mentre su PrestaShop non esiste alcuna configurazione possibile, su Magento è possibile decidere se mostrare o meno i breadcrumbs all'interno delle pagine CMS navigando all'interno della tab «Generale» all'interno della configurazione negozio.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap

Le *sitemap*, letteralmente mappe del sito, sono files contenenti informazioni sui contenuti di un sito web e sulla loro correlazione. I motori di ricerca utilizzano questi files per scansionare in maniera più efficiente i contenuti ed ottenere indicazioni direttamente dal proprietario del sito in merito a data di aggiornamento, frequenza di modifica, varianti in lingua ed altro.

Esistono vari formati per la gestione delle sitemap ma quello normalmente più utilizzato è il formato XML. È importante notare che le sitemap possono riguardare singole tipologie di contenuti (video, immagini o news) e possono essere divise per siti di grandi dimensioni, raggruppandole sotto una pagina sitemap di indice.

Altro aspetto fondamentale da tenere in considerazione è la dimensione della sitemap: a prescindere dal formato scelto la sitemap non compressa **non potrà superare i 50 MB e le 50.000 URL**.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap – WordPress

La generazione delle sitemap su WordPress è affidata ai plugin SEO che, tra le varie caratteristiche, permettono di generare sitemap personalizzate sulla base delle proprie esigenze. Oltre a ciò i plugin normalmente effettuano un cosiddetto «ping» ai motori di ricerca, ovvero segnalano al motore la presenza di un aggiornamento in sitemap.

Prendendo Yoast e Rank Math a campione possiamo notare che Yoast non offra la possibilità di personalizzare alcun parametro nella creazione di sitemap mentre Rank Math permetta una personalizzazione capillare.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap – WordPress

Your sitemap index can be found here:

Links Per Sitemap
Max number of links on each sitemap page.

Images in Sitemaps
Include reference to images from the post content in sitemaps. This helps search engines index the important images on your pages.

Include Featured Images
Include the Featured Image too, even if it does not appear directly in the post content.

Exclude Posts
Enter post IDs of posts you want to exclude from the sitemap, separated by commas. This option **applies** to all posts types including posts, pages, and custom post types.

Exclude Terms
Add term IDs, separated by comma. This option is applied for all taxonomies.

Ping Search Engines
Automatically notify Google & Bing when a sitemap gets updated.



Bacheca
Avada
Fusion Builder
Slider Fusion

Articoli
Media
Link
Pagine
Commenti 5
Portfolio
Domande Frequenti
Contatto 1
Aspetto
Plugin 2
Utenti
Strumenti
Impostazioni
Meow Apps

SEO

Generale
Aspetto della ricerca
Social
Strumenti
Premium

Generale - Yoast SEO

Bacheca **Funzionalità** Strumenti per

Funzionalità

Yoast SEO ha molte caratteristiche. Qui sotto, puoi clic sul punto interrogativo, potrai avere più informa

Analisi SEO ?
 On Off

Analisi leggibilità ?
 On Off

Contenuto Cornerstone (contenuto centrale) ?
 On Off

Contatore di link nei testi ?
 On Off

Sitemaps XML ?
 On Off

Integrazione con Ryte ?
 On Off

Menu della barra di amministrazione ?
 On Off

Sicurezza: nessuna impostazione avanzata per l'

On Off

REST API: head endpoint ?



3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap – PrestaShop

A partire dalla release 1.7.5 PrestaShop ha incluso gratuitamente il modulo per la generazione delle sitemap, precedentemente a pagamento.

Per configurare le sitemap generate basterà quindi andare alla voce di menu «*moduli*» presente nel blocco «*Migliora*» e cercare il modulo «*Google Sitemap*». Qui sarà possibile includere o escludere porzioni di sito dalla sitemap, includere o meno le immagini e definire la frequenza di aggiornamento.

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap – PrestaShop

Pannello di controllo

VENDI

- 🏠 Ordini
- 📅 Catalogo
- 👤 Clienti
- 💬 Servizio clienti
- 📊 Statistiche

MIGLIORA

🔧 Moduli

- Module Manager
- Catalogo Moduli

🖥 Design

- 📦 Spedizione
- 💰 Pagamento
- 🌐 Internazionale
- 🎯 Advertising

CONFIGURA

- ⚙ Parametri Negozio
- 🔧 Parametri Avanzati

Moduli / gsitemap / Configura

Configura

Google sitemap

LE TUE SITEMAPS

Questo negozio non ha ancora una sitemap.

CONFIGURA LA TUA SITEMAP

Verranno generate diverse mappe del sito, in base alla configurazione del server e al numero dei prodotti attivati nel catalogo.

Quanto spesso aggiorni il tuo negozio?

ogni settimana

Spunta questa casella se vuoi controllare la presenza di file immagine sul server.

Indica le pagine che non vuoi includere nelle tue sitemaps:

Seleziona tutti

<input type="checkbox"/> Indirizzo [address]	<input type="checkbox"/> Indirizzi [addresses]	<input type="checkbox"/> Entra [authentication]
<input type="checkbox"/> Più venduti [best-sales]	<input type="checkbox"/> Carrello [cart]	<input type="checkbox"/> Contattaci [contact]
<input type="checkbox"/> Sconto [discount]	<input type="checkbox"/> Tracciatura ospite [guest-tracking]	<input type="checkbox"/> Storico ordini [history]
<input type="checkbox"/> Dati personali [identity]	<input type="checkbox"/> Brands [manufacturer]	<input type="checkbox"/> [module-ps_checkpayment-payment]
<input type="checkbox"/> [module-ps_checkpayment-validation]	<input type="checkbox"/> [module-ps_emailsubscription-subscription]	<input type="checkbox"/> [module-ps_emailsubscription-verification]
<input type="checkbox"/> [module-ps_shoppingcart-ajax]	<input type="checkbox"/> [module-ps_wirepayment-payment]	<input type="checkbox"/> [module-ps_wirepayment-validation]
<input type="checkbox"/> Il mio account [my-account]	<input type="checkbox"/> Nuovi prodotti [new-products]	<input type="checkbox"/> Ordine [order]
<input type="checkbox"/> Conferma ordine [order-confirmation]	<input type="checkbox"/> Segui l'ordine [order-follow]	<input type="checkbox"/> Nota di credito [order-slip]
<input type="checkbox"/> errore 404 [pagenotfound]	<input type="checkbox"/> Hai dimenticato la password [password]	<input type="checkbox"/> Offerte [prices-drop]

3. Principali Elementi di SEO OnSite – Sitemap – Magento

Anche Magento offre una funzionalità nativa di generazione delle sitemap simile a quella di PrestaShop.

Per attivare la generazione di sitemap sarà sufficiente navigare nella voce di menu denominata «Marketing» e successivamente scegliere la voce «Site Map» dalla sezione «Ricerca & SEO»

Site Map

Search [Reset Filter](#) 1 records found

20 per page 1 of 1

ID	Filename	Path	Link for Google	Last Generated	Store View	Action
1	sitemap.xml	/	https://docsdemo.corp.magento.com/ce22/sitemap.xml	Feb 27, 2018, 10:52:05 AM	Main Website Main Website Store Default Store View	Generate

Copyright © 2018 Magento Commerce Inc. All rights reserved. Magento ver. 2.2.3 [Report an Issue](#)

3. Principali Elementi di SEO OnSite - Meta tag robots - WordPress

La gestione del meta tag robots su WordPress è semplicissima e normalmente delegata ai plugin SEO.

A prescindere dall'interfaccia specifica del singolo plugin le funzionalità sono sempre presenti di default su Pagine e Articoli mentre sono solitamente da attivare per tassonomie personalizzate o altre tipologie di contenuti.



Rank Math SEO

General Advanced Schema Social

Robots Meta

Index No Index
 No Follow No Archive
 No Image Index No Snippet

Custom values for robots meta tag.

Advanced Robots Meta

Snippet Video Preview Image Preview

Canonical URL

The canonical URL informs search crawlers which page is the main page if you have double content.

Breadcrumb Title

Breadcrumb Title to use for this post

Redirection

Edit redirection for the URL of this post. Publish or update the post to save the redirection.

na Aggiorna 9 / 100

Rank Math

Advanced

Robots Meta

Index No Index
 Nofollow No Archive
 No Image Index No Snippet

Advanced Robots Meta

Max Snippet
 Max Video Preview
 Max Image Preview

Canonical URL

Breadcrumb Title

Redirect



Analisi SEO

+ Aggiungi una frase chiave correlata

Contenuto Cornerstone (contenuto centrale)

Avanzate

Consenti ai motori di ricerca di mostrare Pagina nei risultati delle ricerche?

Si (impostazione corrente predefinita p)

I motori di ricerca dovrebbero seguire i link su questo Pagina?

Yes No

Meta Robots avanzate

Canonical URL

3. Principali Elementi di SEO OnSite - Meta tag robots - PrestaShop

Prestashop non gestisce direttamente la possibilità di inserire il meta tag robots personalizzato direttamente da backoffice pertanto, a meno che non si voglia intervenire manualmente, è necessario installare un modulo esterno come, ad esempio, il MODULO SEO NOINDEX,FOLLOW presente sul marketplace ufficiale che permette la gestione capillare di tutte le tipologie di pagine

Configure
SEO NOindex,follow

Back Translate Check update Manage ho

Category Pages 10	INDEXATION		FOLLOW	
Home (2)	YES	NO	YES	NO
Women (3)	YES	NO	YES	NO
Tops (4)	YES	NO	YES	NO
T-shirts (5)	YES	NO	YES	NO
Tops (6)	YES	NO	YES	NO
Blouses (7)	YES	NO	YES	NO
Dresses (8)	YES	NO	YES	NO
Casual Dresses (9)	YES	NO	YES	NO
Evening Dresses (10)	YES	NO	YES	NO
Summer Dresses (11)	YES	NO	YES	NO

Product Pages 7	INDEXATION		FOLLOW	
Blouse (2)	YES	NO	YES	NO
Faded Short Sleeves T-shirt (1)	YES	NO	YES	NO
Printed Chiffon Dress (7)	YES	NO	YES	NO
Printed Dress (3)	YES	NO	YES	NO
Printed Dress (4)	YES	NO	YES	NO
Printed Summer Dress (5)	YES	NO	YES	NO
Printed Summer Dress (6)	YES	NO	YES	NO

Modules and Services / noindexfollow / Configure

Configure
SEO NOindex,follow

Back Translate Check update Manage ho

Settings successfully saved.

Settings successfully saved.

Add Canonical URL YES NO

Avoid duplicate content on pages like Categories, New Products, Top Sellers, Price Drops, Manufacturers, Suppliers with paginated URLs like (?p=1,2,3) or (?page=1,page=2)

Languages 2	INDEXATION		FOLLOW	
English (English)	YES	NO	YES	NO
Français (French)	YES	NO	YES	NO

CMS Category Pages 4	INDEXATION <input type="checkbox"/>		FOLLOW <input type="checkbox"/>	
Home	YES	NO	YES	NO
Shop Blog	YES	NO	YES	NO
Shop info	YES	NO	YES	NO
Shop terms	YES	NO	YES	NO

CMS Pages 5	INDEXATION <input type="checkbox"/>		FOLLOW <input type="checkbox"/>	
Delivery	YES	NO	YES	NO
Legal Notice	YES	NO	YES	NO
Terms and conditions of use	YES	NO	YES	NO
About us	YES	NO	YES	NO
Secure payment	YES	NO	YES	NO

Manufacturers 1	INDEXATION <input type="checkbox"/>		FOLLOW <input type="checkbox"/>	
Fashion Manufacturer	YES	NO	YES	NO

Suppliers 1	INDEXATION <input type="checkbox"/>		FOLLOW <input type="checkbox"/>	

3. Principali Elementi di SEO OnSite - Meta tag robots - Magento

Anche Magento non gestisce nativamente specifiche istruzioni del meta tag robots ed è necessario un modulo esterno come, ad esempio, il modulo [NOINDEX NOFOLLOW TAG](#) disponibile sul marketplace ufficiale

Index Follow For Custom URL

Custom URL
[store view]

URL	Follow Value	Index Value	Enable	Action
<input type="text" value="http://demo.cssf"/>	No Foll <input type="button" value="v"/>	Index <input type="button" value="v"/>	Yes <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="trash"/>
<input type="text" value="http://demo.cssf"/>	Follow <input type="button" value="v"/>	No Inc <input type="button" value="v"/>	Yes <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="trash"/>
<input type="button" value="Add New"/>				

The screenshot shows the Magento Admin interface with a sidebar on the left containing navigation icons for Dashboard, Sales, Catalog, Customers, Marketing, Content, Reports, and Stores. The main content area is titled 'About us' and includes sections for 'Design', 'Custom Design Update', and 'Index Follow'. Under the 'Index Follow' section, there are three configuration options:

- Enable Index Follow: Yes
- Follow Value: No Follow
- Index Value: No Index

4. Performances

4. Performances

La velocità di caricamento del sito è per Google, a tutti gli effetti, un fattore di ranking sin dal 2018 (fonte Google).

Avere un sito web veloce significa non solo posizionarsi meglio in SERP ma offrire un'esperienza migliore agli utenti.

Nel corso del 2020 Google ha inoltre introdotto una serie di valori di misurazione che dichiaratamente diventeranno un fattore di ranking nel corso del 2021: i Core Web Vitals.

L'introduzione di questi parametri è indice dell'importanza che Google stabilisce nelle prestazioni dei siti e, ancor di più, nell'esperienza globale di navigazione utente. Essendo inoltre un fattore di ranking diretto i valori di Core Web Vitals impatteranno, seppur non possiamo stimare in quale misura, sul posizionamento dei siti web.

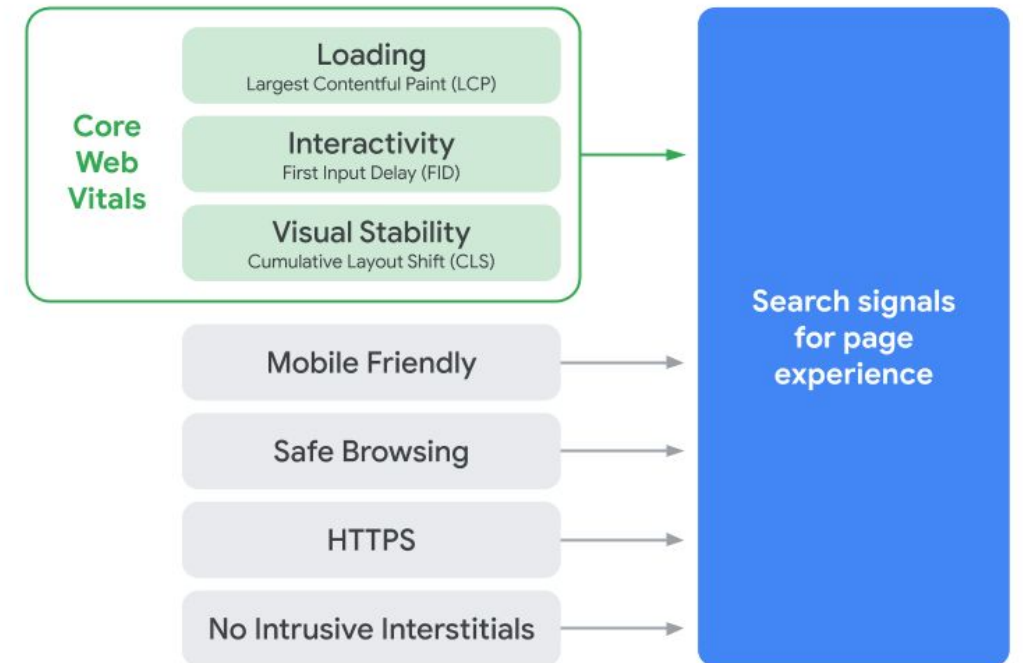
4. Performances

I fattori di misurazione introdotti da Google sono 3:

- **LCP** (Largest Contentful Paint)
- **FID** (First Input Delay)
- **CLS** (Cumulative Layout Shift)

e vanno ad aggiungersi a tutti gli altri segnali che Google considera per determinare le prestazioni dei siti web:

- First Contentful Paint
- Speed Index
- Total Blocking Time
- Time to Interactive



questo valore misura il tempo di rendering del contenuto testuale o dell'immagine più grande all'interno del viewport (ovvero la porzione di sito web visibile agli utenti). Secondo le stime di Google il rendering di questo contenuto deve avvenire entro 2,5 secondi dall'inizio del caricamento

LCP

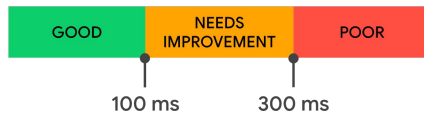
Largest Contentful Paint



4. Performances

FID

First Input Delay



Il First Input Delay misura il tempo di interazione con il sito, ovvero dopo quanto tempo l'utente è in grado di interagire in qualche modo con il sito. Google stima 100 millisecondi come un buon tempo di prima interazione.

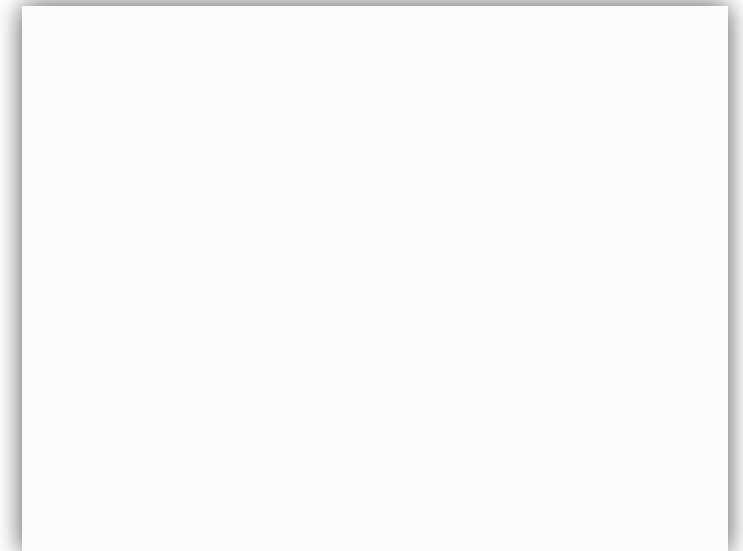
CLS

Cumulative Layout Shift



Il Cumulative Layout Shift misura lo spostamento dei contenuti all'interno della pagina per determinare la possibilità di interazioni errate (es. click involontari su bottoni).

Un chiaro esempio viene fornito da Google stesso



4. Performances

A prescindere dalla piattaforma utilizzata i passi fondamentali per ottimizzare le performance sono di norma:

- ottimizzare le immagini
- utilizzare un sistema di lazy loading
- installare un sistema di caching
- minimizzare HTML, CSS e JS ove possibile

- unire CSS e JS dove possibile e se conveniente
- posticipare il caricamento dei file JS quando non necessari
- ottimizzare le risorse esterne

4. Performances – Testare le performance

Il primo passo per capire dove poter intervenire è quello di testare il proprio sito web per individuare le potenziali criticità.

È buona norma testare il sito con diverse piattaforme in modo da ottenere un risultato attendibile; oltre a questo non tutte le piattaforme forniscono la stessa tipologia di informazioni pertanto un'analisi parziale risulterebbe non essere attendibile

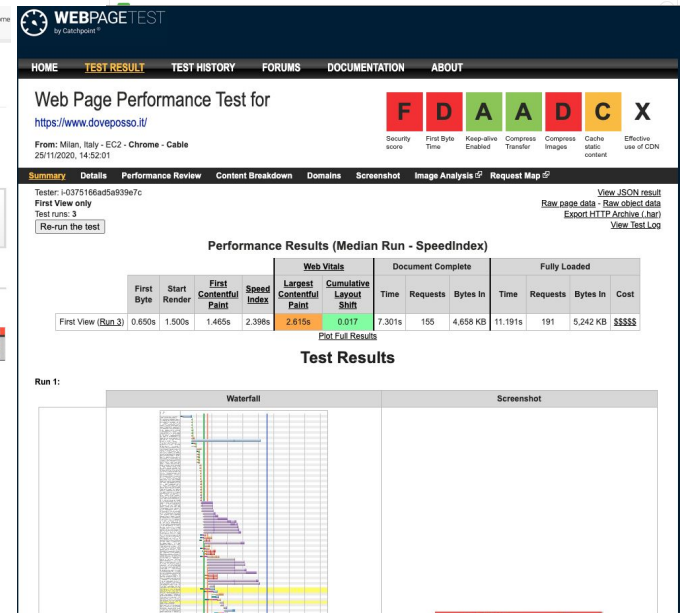
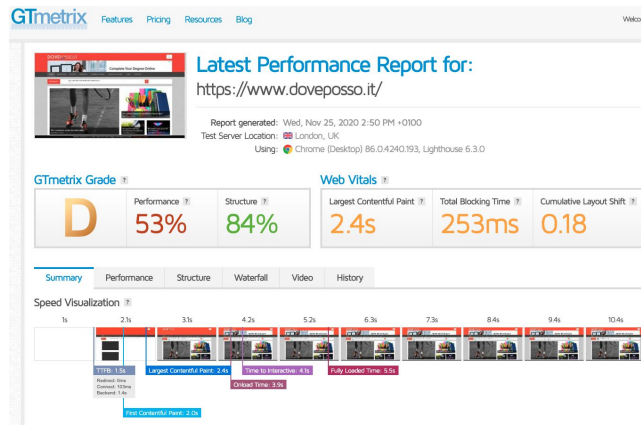
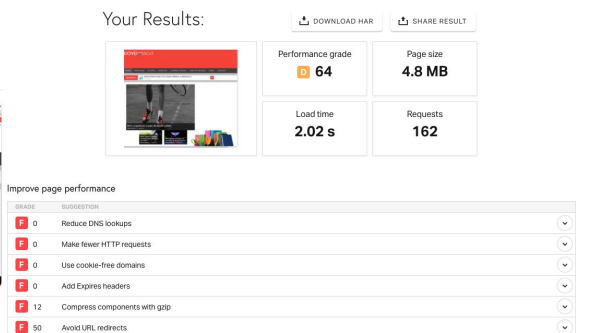
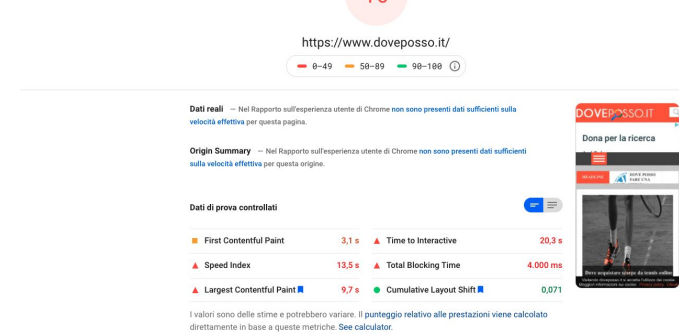
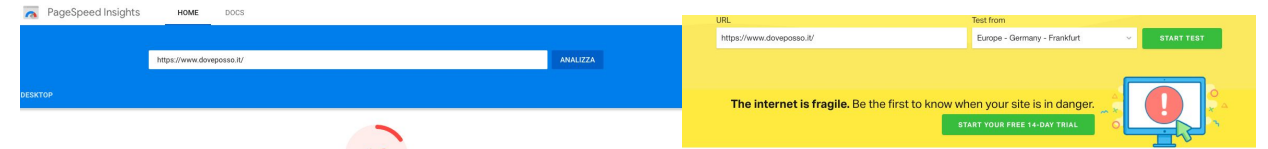
Esistono numerosi tools online per poter testare le performance di una pagina web, i principali sono:

- [Google Pagespeed Insights](#)
- [GTmetrix](#)
- [Pingdom Tools](#)
- [Webpagetest](#)

4. Performances – Testare le performance

Da un confronto appare subito evidente che lo stesso sito, testato tramite strumenti differenti, restituisce risultati molto diversi tra loro.

Volendo compiacere Google per ottenere un ranking migliore utilizzeremo Pagespeed Insights come piattaforma predefinita ma confronteremo i parametri con gli altri tools per capirne la validità



4. Performances – Ottimizzare le immagini

Ottimizzare le immagini è un passo **fondamentale** per mantenere un buono stato di salute del sito web.

Le immagini sono tra le principali cause di un lungo tempo di caricamento delle pagine, ottimizzarle non significa solamente ridurre le dimensioni in termini di KB (o ancora peggio MB) ma anche modificarne la risoluzione ed il formato affinché sia il più leggero possibile senza dover rinunciare alla qualità.

JPEG, PNG e GIF sono formati tradizionali che possono essere migliorati tramite la compressione; fornire le immagini anche nei formati WebP, Jpeg 2000 o Jpeg XR potrebbe portare un vantaggio tangibile in termini di prestazioni di caricamento.

4. Performances – Ottimizzare le immagini - WordPress

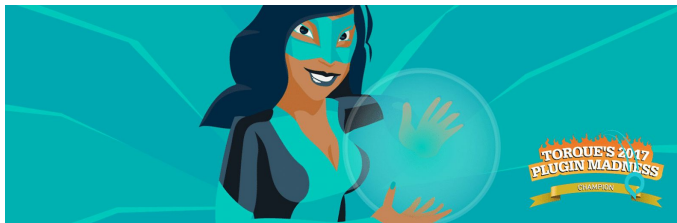
Come sempre accade con WordPress esistono molteplici plugin che ci permettono di comprimere le immagini e renderle più fruibili per gli utenti. Tra quelli disponibili ne prenderemo in considerazione 3:




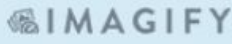

SHORTPIXEL



IMAGIFY



SMUSH

	 WP SMUSH	 IMAGIFY	 SHORTPIXEL
Plugin version	FREE	FREE	FREE
Lossless Compression	Yes	Yes	Yes
Lossy Compression	No	Yes	Yes
Convert to WebP	No	No	Yes
Resize images	Yes	Yes	Yes
Montly free quota	50 images	25 MB	100 images
Max file size	1 MB	2 MB	Unlimited
Keeps original	Yes	Yes	Yes
Convert PNG to JPG	Yes	Yes	Yes
Bulk-optimize old images	No	Yes	Yes
Keep/remove EXIF* Data	Yes	Yes	Yes
Rating on WordPress.org	4.8	4.7	4.7
Plugin page	WP Smush	Imagify	ShortPixel

4. Performances – Ottimizzare le immagini - WordPress

Questi plugin si fanno carico di comprimere la dimensione del file, tenere monitorate tutte le nuove immagini, comprimere al momento del caricamento ed eventualmente ridimensionare in massa le immagini secondo criteri specifici.

Oltre a questo i plugin sopra citati convertono le immagini nel formato WebP fornendo quest'ultima versione solamente ai browser che lo supportano e, in alcuni casi, si integrano con servizi di CDN che alleggeriscono l'operatività del server fornendo le immagini già ottimizzate da una rete distribuita di contenuti.

N.B.: alcuni sistemi, come ad esempio ShortPixel, sono trasversali ovvero si tratta di servizi che possono essere utilizzati sempre, a prescindere dal CMS utilizzato o dalla tipologia di sito web a cui è destinato.

4. Performances – Ottimizzare le immagini - PrestaShop

Per via della natura degli e-commerce fortemente legata alle immagini PrestaShop, già tra le sue funzionalità native, fornisce la possibilità di ottimizzare le immagini.

Navigando infatti alla voce di menu «*Impostazioni immagine*», presente sotto la sezione «*design*» all'interno del blocco «*Migliora*», troveremo infatti la possibilità di definire vari parametri come la percentuale di compressione, il formato da utilizzare, la possibilità di generare o meno immagini ad alta risoluzione e altro.

Per avere un livello di ottimizzazione superiore sarà però necessario installare moduli esterni che si occupino anche della conversione verso un formato moderno e di servire le immagini con un sistema di lazy loading.

Tra i tanti moduli presenti nel marketplace segnaliamo a titolo di esempio il modulo denominato MODULO IMAGE: WEBP, COMPRESS, ZOOM, LAZY LOAD, ALT&MORE

Da segnalare inoltre che alcuni moduli di caching gestiscono che l'ottimizzazione delle immagini.

4. Performances – Ottimizzare le immagini - Magento

Sul fronte dell'ottimizzazione immagini va segnalato che Magento non presenta particolari features degne di nota: è possibile impostare a qualità della compressione delle immagini in percentuale e dei parametri di lunghezza e larghezza massima oltre i quali le immagini verranno automaticamente ridimensionate.

Tutto è demandato a moduli di terza parte che, pertanto, sono strettamente necessari.

Tra i tanti presenti nel marketplace citiamo [WebP Optimized Images](#) e [Image Optimizer](#) che si occupano rispettivamente della conversione e della compressione delle immagini.

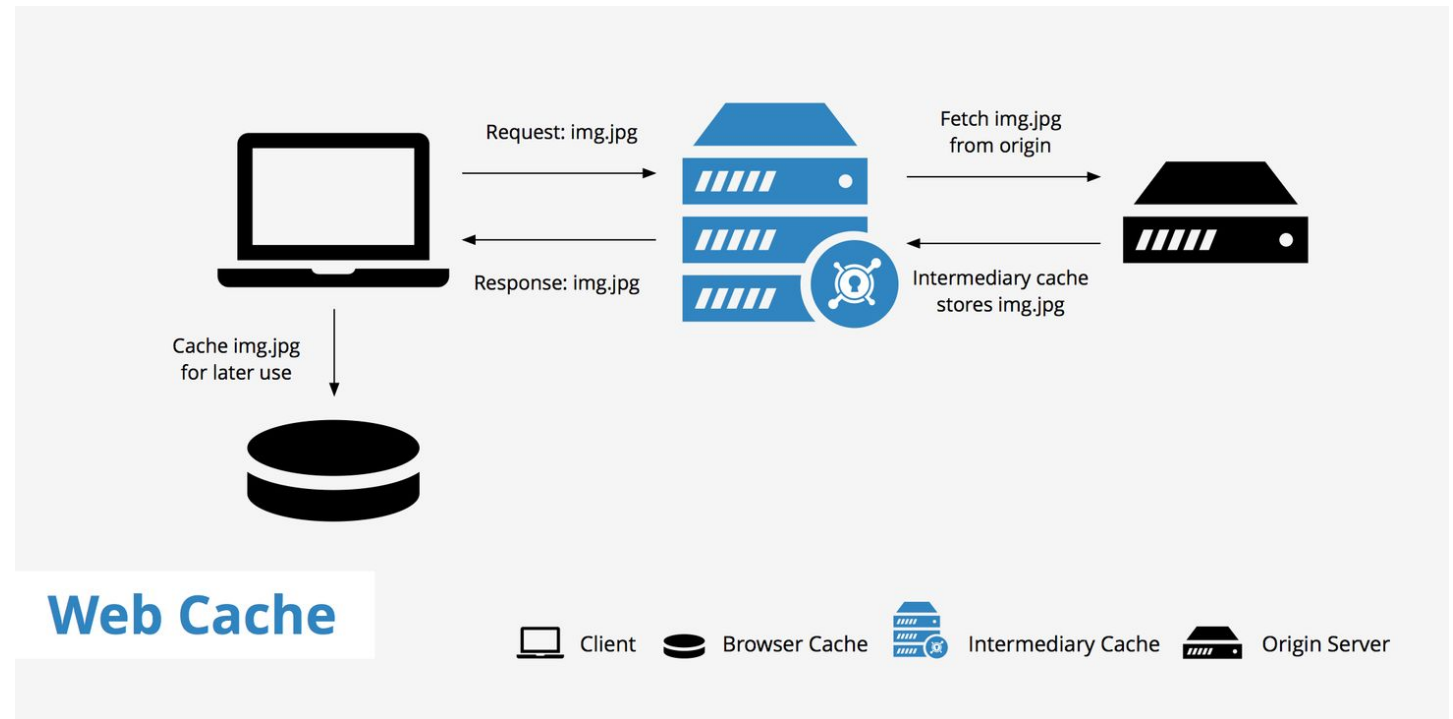
4. Performances – Sistemi di caching

Partiamo con il definire cos'è un sistema di caching e a cosa ci serve:

la cache è un sistema di accumulo di una parte dei contenuti atto a servire più velocemente le informazioni e quindi velocizzare il caricamento per l'utente finale.

Esistono vari sistemi di caching e si differenziano principalmente per lo strumento utilizzato per immagazzinare le informazioni (hard disk, RAM, database, ecc) e per la destinazione delle informazioni (livello server e livello client).

È possibile utilizzare più di un sistema di caching contemporaneamente.



4. Performances – Sistemi di caching livello server

- **Cache PHP** - (questi sistemi di caching immagazzinano nella memoria principale le operazioni PHP basilari per far sì che non debbano essere ricomilate ogni volta. In aggiunta questi sistemi sono in grado di gestire la cache di oggetti (es. opzioni e transienti). Tra questi i principali sono APC, OpCache e Xcache
- **Redis** - sistema di caching per oggetti e database che utilizza la memoria principale del server per immagazzinare informazioni del database
- **Memcached** - sistema di caching per database che permette di memorizzare le query al database e ridurre considerevolmente il numero. Ottimo per applicazioni dinamiche come e-commerce e blog
- **Varnish** - sistema di caching che funge da reverse proxy immagazzinando le informazioni del sito al primo accesso.

4. Performances – Sistemi di caching livello client

- **Cache del browser** - tutte le informazioni principali vengono immagazzinate in locale nel browser dell'utente per accelerare caricamenti futuri
- **Plugin di cache** - a seconda del tipo di plugin forniscono uno o più tipi di contenuti in maniera accelerata precaricando le informazioni

Differenti tipologie di cache possono essere combinate per ottenere il risultato migliore.

N.B.: utilizzare molti servizi di caching non significa necessariamente avere sempre un risultato migliore quindi occorre testare accuratamente ogni volta che si effettua una modifica.

4. Performances – Sistemi di caching - WordPress

In una tipica installazione WordPress saranno presenti diversi plugin che, ciascuno a proprio modo, impatteranno i tempi di caricamento totale del sito.

Per cercare di arginare il problema esistono plugin di cache che sono in grado di gestire diversi aspetti connessi alle prestazioni: dalla minimizzazione e combinazione di CSS e JS al differimento e/o caricamento asincrono di JS che possono impedire il caricamento (Render-blocking Javascript), dalla compressione Gzip al pre-caricamento di risorse esterne.

Tra i più utilizzati troviamo:

- [WP Rocket](#)
- [Autoptimize](#)
- [WP Fastest Cache](#)
- [Cache Enabler](#)
- [W3 Total Cache](#)
- [Hummingbird](#)

4. Performances – Sistemi di caching - PrestaShop

PrestaShop è nativamente in grado di gestire alcuni livelli di caching. Tra le sue funzionalità troviamo infatti la possibilità di gestire cache PHP come Memcached, APC o Xcache, un compressore gzip, un combinatore di JS e CSS u gestore di CDN.

Queste funzionalità, già sufficientemente complete per una gestione di partenza, possono essere arricchite, oltre che a livello server, da moduli aggiuntivi che si fanno carico di aspetti aggiuntivi come ad esempio una gestione capillare della cache a livello browser o l'ottimizzazione del database.

The screenshot displays the 'Smarty' configuration page in PrestaShop, which is used for managing caching and optimization settings. The page is organized into several sections:

- Smarty:**
 - Compilazione del template: Never recompile template files (dropdown)
 - Cache: NO SI
 - Ottimizzazioni Multi-front: NO SI
 - Tipo di cache: File System (dropdown)
 - Pulisci la cache: Clear cache everytime something has been modified (dropdown)
- Modalità di debug:**
 - Disattiva moduli non nativi di PrestaShop: NO SI
 - Disattiva tutti gli override: NO SI
 - Modalità di debug: NO SI
- Caratteristiche opzionali:**
 - Alcune caratteristiche possono essere disattivate per aumentare le prestazioni. (info icon)
 - Combinazioni: NO SI
 - Non puoi impostare questo parametro su No quando le combinazioni sono già in uso per alcuni prodotti. (warning icon)
 - Funzioni: NO SI
 - Gruppo utenti: NO SI
- CCC (Combinazione, Compressione e Cache):**
 - CCC ti permette di ridurre il tempo di caricamento della tua pagina in Front Office. Con queste impostazioni aumenterai le prestazioni senza toccare il codice del tuo tema. Assicurati però che il tuo tema sia compatibile con PrestaShop 1.4+. Altrimenti, CCC causerà dei problemi. (info icon)
 - Smart cache per CSS: NO SI
 - Smart cache per JavaScript: NO SI
 - Ottimizzazione Apache: NO SI
- Server Media (utilizzato solo quando CCC è attivo):**
 - Devi inserire un altro dominio o sottodominio per usare il contenuto statico senza cookie. (info icon)
 - Server Media #1:
 - Server Media #2:
 - Server Media #3:
- Cache:**
 - Utilizza la cache: NO SI

4. Performances – Sistemi di caching - PrestaShop

Tra i moduli che possono essere utilizzati a questo scopo i più completi sono:

- Modulo Page Cache Ultimate – modulo che gestisce nel dettaglio l'immagazzinamento nella cache, sia a livello server tramite memcache che client, di tutte le singole porzioni di sito e identifica altri moduli che potrebbero compromettere le prestazioni
- Modulo Super Speed – modulo in grado di gestire molteplici aspetti legati alle prestazioni (ottimizzazione immagini, cache a livello server, minimizzazione, cache a livello client, compressione Gzip, ecc.)

4. Performances – Sistemi di caching - Magento

Così come PrestaShop anche Magento è dotato di un sistema di gestione della cache nativo.

Il gestore è accessibile tramite la voce di menu «*Gestione cache*» presente nella sezione «*Strumenti*» all'interno del blocco «*Sistema*» e comprende diverse tipologie di informazioni messe in cache che possono essere gestite singolarmente. Una volta installati moduli che prevedono lo svuotamento della cache troveremo a questo indirizzo anche la possibilità di effettuare un flush delle cache di questi ultimi.

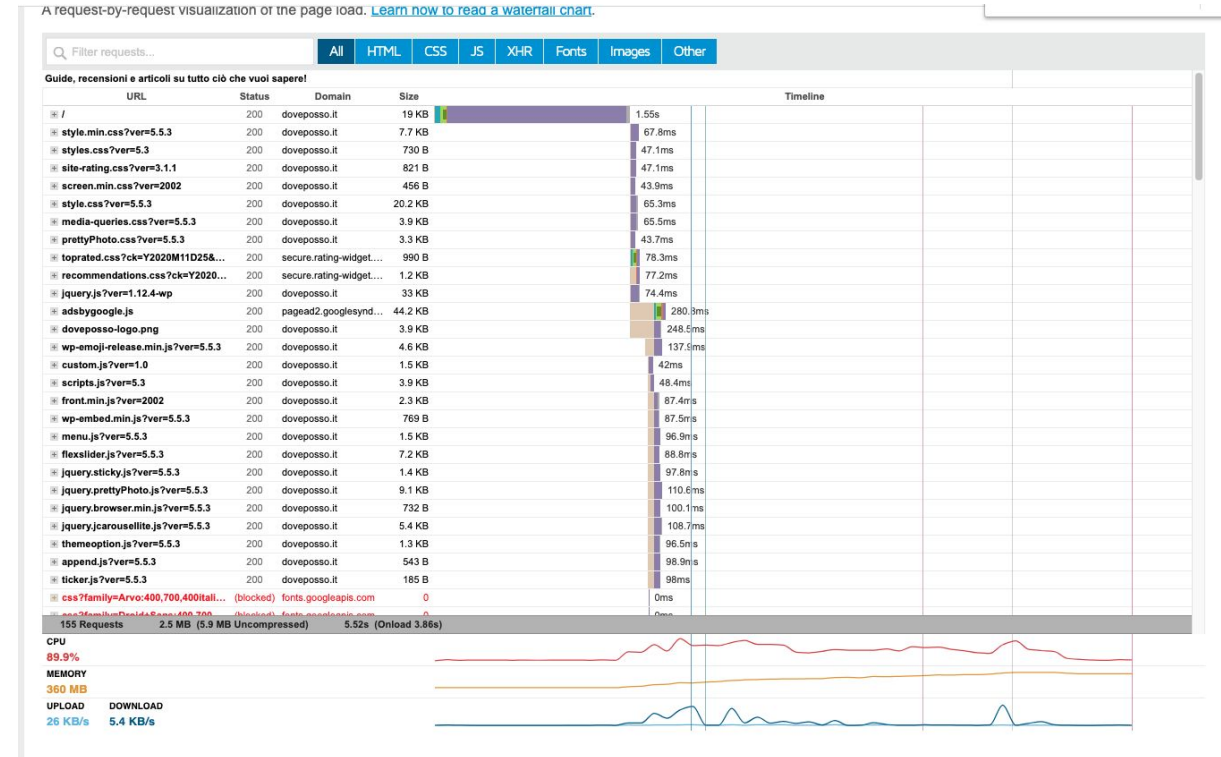
Di norma il gestore interno di cache, se abbinato ad un buon sistema di caching a livello server, è sufficiente per la gestione dell'e-commerce, senza che questo necessiti di moduli esterni.

4. Performances – Ottimizzazione risorse esterne

Qualsiasi sia la tipologia di sito da gestire ci saranno sempre risorse che vanno caricate esternamente: più il sito è complesso o più si fanno attività di marketing e maggiore sarà il tempo che il sito impiegherà a caricarsi dovendo attendere informazioni dall'esterno.

Malgrado non sia sempre possibile intervenire su queste risorse il nostro scopo dovrà sempre quello di ottimizzare al massimo tutto ciò che è possibile.

Attraverso le funzionalità cosiddette «Waterfall» di Gtmetrix o Pingdom ad esempio siamo in grado di determinare quale sia il tempo che ciascuna risorsa impiega per essere caricata e, conseguentemente, determinare se sia possibile ottimizzarla o meno.



4. Performances – Ottimizzazione risorse esterne – Immagini, Fonts, ecc.

Per poter velocizzare il caricamento di contenuti esterni come immagini, video, fonts o altro possiamo usare i comandi prefetch e prerender come segue:

- `<link rel="prefetch" href="/images/xxx.jpeg">` - con questo comando suggeriamo al browser che potrebbe essere necessaria una risorsa
- `<link rel="preload" href="/images/xxx.jpeg">` - in questo modo chiediamo al browser di scaricare la risorsa indicata non appena avrà finito di caricare la pagina corrente

Occorre valutare bene quale comando utilizzare per evitare di sovraccaricare il lavoro del browser e conseguentemente ottenere l'effetto opposto a quello voluto, ovvero rallentare il caricamento.

4. Performances – Ottimizzazione risorse esterne – DNS

Per poter velocizzare il caricamento di DNS esterni possiamo usare i comandi preconnect e dns-prefetch come segue:

- `<link rel="preconnect" href="https://esempio.com">` - in questo indichiamo al browser la nostra intenzione di stabilire una connessione con una risorsa esterna al nostro sito
- `<link rel="dns-prefetch" href="http://esempio.com">` - con questo comando diciamo al browser di risolvere un nome a dominio, ovvero di associare preventivamente il dominio all'indirizzo IP della macchina che lo ospita

Questi comandi non richiedono lo scaricamento di alcun contenuto da parte del browser ma anticipano solamente le destinazioni delle connessioni HTTP che verranno fatte.

N.B.: questi comandi vengano utilizzati per accelerare i caricamenti di pagina ma richiedono comunque risorse di CPU del server pertanto devono sempre essere testati preventivamente per capirne l'effettivo beneficio.



GRAZIE!