



Corso SEO Completo

Lezione 5 – Ottimizzazioni tecniche OnPage + Tricks

Christian Violi – SEO Specialist @Studio Samo



1. Principali Elementi di SEO OnPage

1. Principali Elementi di SEO OnPage

- Snippet
- Meta Tag Title
- Meta Description
- Utilizzo degli heading tag ed elenchi puntati
- Utilizzo di e similari
- Utilizzo dei dati strutturati
- Ottimizzazione immagini
- Table of Content

1. Principali Elementi di SEO OnPage - Snippet

La costruzione di uno snippet ottimizzato è di fondamentale importanza nelle nostre attività OnPage. Per avere un riscontro visivo immediato di come il nostro snippet potrebbe apparire in serp possiamo utilizzare il tool online reso disponibile da Merkle presente all'indirizzo <https://technicalseo.com/tools/google-serp-simulator/>

The screenshot shows the Merkle Google SERP Simulator interface. The left sidebar contains navigation links: robots.txt Tester, Sitemap Generator, Fetch & Render, Pre-rendering Tester, Mobile SEO, International SEO, Schema Generator, SERP Simulator (highlighted), Local Search Tool, Docs, Blog, Podcast, Presentations, PWAMP (demo site), and Dark Mode. The main content area is titled "Google SERP Simulator (Snippet Preview)". It features a URL input field with "https://www.travel365.it/roma-itinerario-1-giorno.htm" and a "FETCH" button. The search query is "cosa vedere a roma in un giorno". The page title is "Cosa vedere a Roma in un giorno" (31 characters). The meta description is "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!" (136 / 157 characters). The device is set to "Mobile", and the description max length is "157". There are checkboxes for "Date", "Rating", and "Favicon" (checked). A preview of the search result snippet is shown on the right, including the title "Cosa vedere a Roma in un giorno" and the meta description. The footer includes "© 2020 Merkle Inc. | Cookies Settings" and "Developed by Max Pini".

1. Principali Elementi di SEO OnPage - Snippet

Attraverso il tool possiamo decidere se inserire le informazioni manualmente o se recuperarle da un URL pubblico; quest'ultima funzione risulta particolarmente utile nei casi in cui scegliamo di partire da un competitor ben posizionato per avere uno spunto su cui iniziare a lavorare.

Una volta inserite le informazioni (o recuperate automaticamente) sarà possibile modificare i testi per ottimizzarne la resa in SERP ed avere un'anteprima immediata comprensiva di rich snippet che potrebbero essere presenti (rating, data e favicon).

Il tool ci permette infine di valutare se il nostro Title e la nostra Description sono ottimizzati sia per la SERP desktop che quella mobile, permettendoci inoltre di scaricare un'immagine dell'anteprima.



The image shows a search engine snippet for a travel itinerary in Rome. The snippet is displayed in a light blue box with a white background. It includes the following information:

- URL: [Blogdiviaggi > visitare-roma-1-gi...](#)
- Title: [Cosa vedere a Roma in 1 giorno: itinerario di viaggio](#)
- Date: Nov 26, 2020
- Description: 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!
- Rating: 4.1 (848 reviews)

The snippet is shown in a desktop view on the left and a mobile view on the right. The mobile view shows the URL, title, rating, and description in a more compact format.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Snippet - WordPress

Una volta stabiliti quali saranno i Title e Description che intendiamo utilizzare possiamo procedere con l'inserimento delle informazioni sul sito web.

Queste informazioni vengono di norma gestite tramite i plugin SEO ma sono a volte presenti anche su temi grafici più strutturati. L'anteprima dello snippet è sempre presente anche nei plugin ma sarà da abilitare manualmente per tutti i contenuti che non fanno parte di estensioni note di WordPress (es. WooCommerce) o per le tassonomie personalizzate.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Snippet - WordPress

Le informazioni relative agli snippet sono sempre presenti per ciascun contenuto con box dedicati che ci mostrano anche un conteggio dello spazio mancante al taglio delle informazioni.

N.B.: si parla di «lunghezza» e non di numero di caratteri perché lo snippet viene conteggiato in pixels.

Può capitare che Title o Description scritti con lo stesso numero di caratteri vengano tagliati in maniera differente a causa dello spazio occupato dalle singole lettere.

È importante inoltre capire che Google può decidere autonomamente di cambiare le informazioni in SERP nonostante le nostre indicazioni.

Preview Snippet Editor

General Social

Preview

Cosa vedere a Roma in un Giorno
<https://www.studiosamodemo.it/academy/checkout/>
 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!

Title 31 / 60
 Cosa vedere a Roma in un Giorno
This is what will appear in the first line when this post shows up in the search results.

Permalink 47 / 75
 cosa-vedere-a-roma-1-giorno
This is the unique URL of this page, displayed below the post title in the search results.

Description 136 / 160
 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!
This is what will appear as the description when this post shows up in the search results.

Anteprima di Google

Anteprima come:
 Risultato per i dispositivi mobili Risultato per il desktop

<https://www.studiosamodemo.it/academy/uncategor...>
Cosa vedere a Roma in un giorno
 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!

Modifica snippet

Titolo SEO Inserisci una variabile
 Cosa vedere a Roma in un giorno

Slug
 roma-itinerario-1-giorno

Meta descrizione Inserisci una variabile
 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!

Chiudi editor snippet

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Snippet - PrestaShop

A partire dalle release più recenti PrestaShop è in grado di gestire le informazioni dello snippet senza l'ausilio di alcun modulo esterno.

All'interno delle pagine di modifica di ciascun tipo di contenuto (prodotti, categorie, pagine statiche, ecc.) sono presenti i campi per poter inserire il Title e la Description divisi per lingua e comprensivi di un box di anteprima dello snippet in SERP

Ottimizzazione (SEO)

Aumenta il tuo punteggio e come la pagina del tuo prodotto apparirà nei risultati dei motori di ricerca.

Ecco un'anteprima del risultato del tuo motore di ricerca, giocaci!

Customizable mug
<http://www.studiosamodemo.it/hi-net/it/home-accessories/19-customizable-mug.html> ▼
Customize your mug with the text of your choice. A mood, a message, a quote... It's up to you! Maximum number of characters: ---

Meta titolo [?](#)

Per avere un titolo diverso dal nome del prodotto, inseriscilo qui.

Utilizzati 0 caratteri su 70 (raccomandato)

Meta descrizione [?](#)

Per avere nelle pagine dei risultati della ricerca una descrizione diversa da quella del riepilogo del tuo prodotto, scrivila qui.

Utilizzati 0 caratteri su 160 (raccomandato)

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Snippet - Magento

Analogamente a quanto presente in PrestaShop anche Magento è in grado di gestire le informazioni per i motori di ricerca nella sezione dedicata di ciascuna tipologia di contenuto.

All'interno della tab «*Ottimizzazione motori di ricerca*» sarà infatti possibile gestire meta Title e meta Description ma senza avere la possibilità di vedere lo snippet in anteprima simulata della SERP.

Ottimizzazione motori di ricerca

https://www.casaarredostudio.it/sgabello-zen

Sgabello modello Big Ben con struttura in metallo verniciato alluminio, disponibile laccato bianco o cromato, un design accattivante, semplice ed elegante, come...

Titolo Meta
[vista negozio]

Note: Switch to a store view level to see the "meta_title" attribute generated by MageWorx templates.

Meta Keywords
[vista negozio]

sgabello Zamagna, sgabello metallo, sgabello interno, sgabello soggiorno, sgabello cucina

Note: Switch to a store view level to see the "meta_keyword" attribute generated by MageWorx templates.

Meta Description
[vista negozio]

Sgabello modello Big Ben con struttura in metallo verniciato alluminio, disponibile laccato bianco o cromato, un design accattivante, semplice ed elegante, come solo Zamagna riesce a concepire

Note: Switch to a store view level to see the "meta_description" attribute generated by MageWorx templates.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – tag HTML

Cosa sono i tag HTML?

Quando si parla di tag HTML si intendono semplicemente delle etichette (tag) che dichiarano in maniera semantica la costruzione del DOM (Document Object Model); in pratica si tratta di istruzioni con varie finalità che, riunite sotto una struttura ad albero, partecipano alla costruzione di una pagina web.

Il DOM è lo standard utilizzato dal W3C. - https://it.wikipedia.org/wiki/Document_Object_Model

Per l'ottimizzazione On Page si usano principalmente TAG di formattazione del testo che possano rendere più leggibile un contenuto.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – tag HTML

INTESTAZIONI PAGINA

<h1> </h1> ... <h6> </h6>

PARAGRAFO

<p> </p>

A CAPO

LINEA ORIZZONTALE

<hr>

GRASSETTO

1. Principali Elementi di SEO OnPage – tag HTML

SPAZIO

CITAZIONE BREVE

<cite> </cite>

ACRONIMO

<acronym> </acronym>

TESTO GRANDE

<big> </big>

TESTO CANCELLATO

Per approfondire: <https://guide.dev2web.org/tutti-i-tag-html/>

LINK

<a href>

TABELLA

<table></table>

Intestazione tabella

<thead> </thead>

Corpo tabella

<tbody> </tbody>

Riga della tabella

<tr> </tr>

Cella

<td> </td>

Intestazione cella

<th> </th>

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Elenchi Puntati

Dovendo compilare manualmente un elenco puntato basterà utilizzare questa semplicissima sintassi:

Lista NON ordinata

```
<ul> </ul>
```

Lista Ordinata

```
<ol> </ol>
```

Oggetto della lista (comune per ul e ol)

```
<li> </li>
```

Con il primo tag definiamo i confini delle liste mentre con il tag definiamo la singola voce di lista. Di seguito un esempio del risultato finale

```
<ul>  
  <li>valore 1</li>  
  <li>valore 2</li>  
  <li>valore 3</li>  
</ul>
```

...ed otterremo questo

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Dati Strutturati - WordPress

La gestione dei dati strutturati su WordPress è affidata per tradizione ai plugin ma potrebbe essere integrata anche all'interno del tema grafico.

Normalmente tutti i plugin SEO gestiscono anche l'inserimento di dati strutturati massivi a seconda delle specifiche tassonomie ed è inoltre sempre possibile aggiungere manualmente un dato strutturato specifico all'interno di pagine ed articoli.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Dati Strutturati - WordPress

This screenshot shows the RankMath settings for a single page. On the left is a sidebar menu with categories like 'Misc Pages', 'Post Types', 'Articoli', 'Pagine', 'Attachments', 'Portfolio', 'Glossario Web', 'Post', 'Categorie', 'Tag', 'Portfolio', 'Project Categories', 'Project Attributes', 'Schema_event_post', 'Categorie', 'Tag', 'Schema_video_post', 'Categorie', 'Tag', 'Glossary', and 'Categorie'. The main area is titled 'Single Pagina Description' and contains a 'Single Pagina Description' field with a dropdown menu set to '%excerpt%'. Below this is an 'EXAMPLE' text block. The 'Schema Type' section has a dropdown menu set to 'None (Click here to set one)'. The 'Pagina Robots Meta' section has a dropdown menu set to 'Article'. The 'Link Suggestions' section has a toggle switch for 'Add SEO Meta Box' which is turned on.



This screenshot shows the RankMath Schema settings. The 'Schema Type' is set to 'Product'. The 'Review Location' is set to 'Custom (use shortcode)'. The 'Shortcode' field contains '[rank_math_rich_snippet]'. The 'Headline' is set to '%seo_title%'. The 'Description' is set to '%seo_description%'. There are also empty input fields for 'Product SKU', 'Product Brand', and 'Product Currency'.

Yoast SEO

This screenshot shows the Yoast SEO settings. At the top are tabs for 'SEO', 'Readability', 'Schema', and 'Social'. The main content area is titled 'Yoast SEO automatically describes your pages using schema.org'. Below this is a section 'What type of page or content is this?' with two dropdown menus: 'Page type' set to 'Default for Posts (Web Page)' and 'Article type' set to 'Default for Posts (Article)'. At the bottom, there is a link to 'Search Appearance Settings'.



This screenshot shows the Yoast Schema settings. At the top are tabs for 'Title', 'Page', 'Separator', and 'Site title'. The 'Meta description' field contains the text 'Modify your meta description by editing it right here'. Below this is a section 'Schema settings' with three dropdown menus: 'Default Page type' set to 'Pagina web (default)', 'Default Article type' set to 'Articolo (default)', and 'Default Article type' set to 'Articolo (default)'. There is also an 'Insert variable' button.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Dati Strutturati – PrestaShop

Differentemente da quanto accade su WordPress, i dati strutturati su PrestaShop vengono solitamente gestiti dal tema grafico che si fa carico di fornire le informazioni nel formato Microdata; esistono tuttavia dei moduli dedicati che possono ovviare ai temi che non considerano questa funzionalità (**n.b.:** la scelta del tema grafico deve sempre essere fatta con molta attenzione perché impatta fortemente tutte le attività, SEO ma non solo, che faremo sul sito).

Alcuni moduli e temi prevedono inoltre l'implementazione dei dati strutturati attraverso il formato JSON-LD, consigliato da Google.

A titolo di esempio possiamo segnalare il modulo [Google Rich Cards LD+JSON, Structured Data + Twitter](#) presente sul marketplace ufficiale di PrestaShop che, oltre all'aggiunta dei principali dati strutturati per e-commerce, offre la possibilità di gestire hreflang e Twitter cards

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Dati Strutturati – Magento

Magento non differisce molto da PrestaShop sul fronte implementazione dati strutturati: i dati vengono di norma inclusi nel tema grafico ma possono essere gestiti anche da moduli esterni.

Qualora il tema non supporti i dati strutturati possiamo considerare l'utilizzo di un modulo SEO che sia simile a quelli per WordPress e copra diversi aspetti di ottimizzazione come, ad esempio, il modulo SEO Suite Ultimate Extension for Magento 2 di Mageworx che, nella moltitudine delle sue funzionalità, è in grado di gestire anche i dati strutturati.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Ottimizzazione delle immagini - WordPress

Ottimizzare le immagini su WordPress è un'operazione semplicissima ed è possibile sia in fase di upload della singola immagine che in fase di editing di Pagine ed Articoli o ancora, in alternativa, accedendo alla cartella "Media".

N.B.: mentre l'attributo ALT dell'immagine può essere modificato in qualsiasi momento il nome del file deve essere ottimizzato prima del caricamento.

Dettagli allegato

Nome file: candy.png
Tipo di file: image/png
Caricato il: 28 Maggio 2020
Dimensione del file: 244 KB
Dimensioni: 1000 per 743 pixel

Testo alternativo

Descrivi lo scopo dell'immagine. Lascia vuoto se l'immagine è puramente decorativa.

Titolo

Didascalia

Descrizione

Caricato da admin

Copia il link

I campi obbligatori sono contrassegnati *

UAE - Custom Link

UAE - Categories (Ex: Cat1, Cat2)

Exclude this image from sitemap

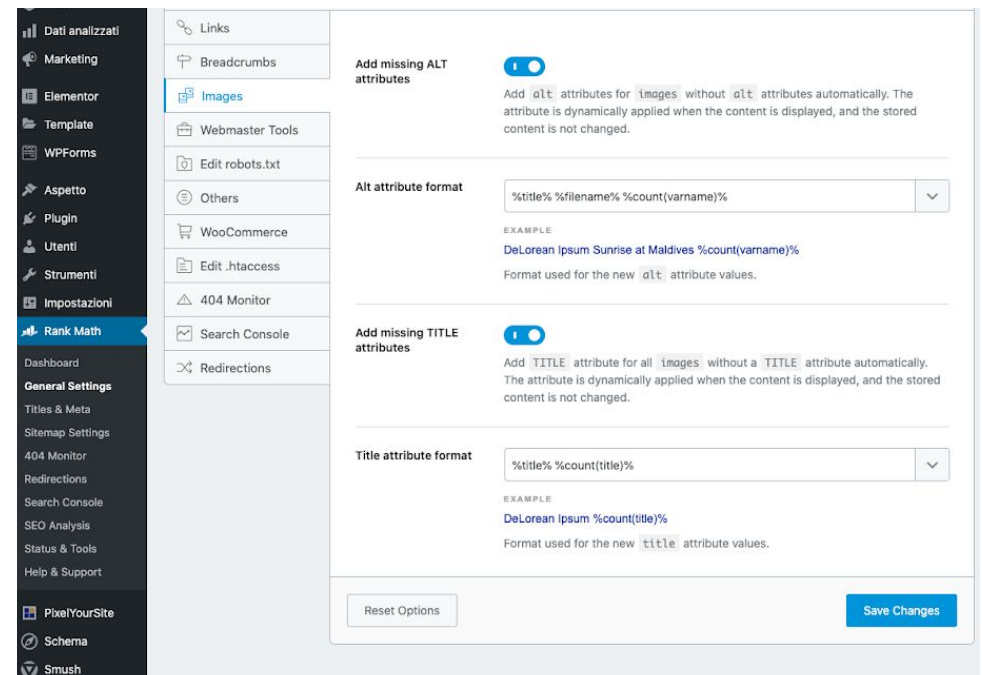
Smush Already optimized

Vedi pagina allegata | Modifica i dettagli associativi | Elimina definitivamente

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Ottimizzazione delle immagini - WordPress

Malgrado l'ottimizzazione manuale sia sempre più performante esiste inoltre la possibilità di ottimizzare automaticamente title ed alt delle immagini tramite vari plugin. Chi usa Rank Math troverà un'apposita funzione di inserimento automatizzato (e personalizzato) di title e alt.

In alternativa è sempre possibile installare plugin ad hoc come, ad esempio BIALTY



The screenshot shows the Rank Math plugin settings for image optimization. The left sidebar lists various settings, with 'Rank Math' selected. The main content area is divided into two sections: 'Add missing ALT attributes' and 'Add missing TITLE attributes'. Both sections have a toggle switch turned on. The 'Add missing ALT attributes' section includes a dropdown for 'Alt attribute format' with the value '%title% %filename% %count(varname)%' and an example: 'DeLorean Ipsum Sunrise at Maldives %count(varname)%'. The 'Add missing TITLE attributes' section includes a dropdown for 'Title attribute format' with the value '%title% %count(title)%' and an example: 'DeLorean Ipsum %count(title)%'. At the bottom, there are 'Reset Options' and 'Save Changes' buttons.

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Ottimizzazione delle immagini

– PrestaShop

Normalmente l'ottimizzazione delle immagini all'interno delle piattaforme di e-commerce viene automatizzata da regole che attribuiscono alle singole immagini il nome del prodotto o varianti come, ad esempio, nome + categoria.

Per essere in grado di personalizzare l'attributo alt esistono moduli ad hoc come:

- Modulo SEO Alt Image Tags
- Modulo Immagini SEO (ufficiale PrestaShop)

Entrambi i moduli permettono di generare automaticamente gli attributi alt secondo regole specifiche che vengono stabilite dagli amministratori.

N.B.: occorre sempre verificare che questa funzionalità sia effettivamente necessaria e non sia già presente in altri moduli installati o nel tema grafico

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Ottimizzazione delle immagini – Magento

Così come per PrestaShop anche Magento necessita di moduli aggiuntivi per poter personalizzare l'attributo alt delle immagini.

Tra i moduli presenti sul mercato possiamo citare:

- Magento 2 Image Alt Tags
- SEO Meta Templates che offre diversi templates per personalizzare meta informazioni tra cui l'attributo alt delle immagini

N.B.: anche in questo caso occorre verificare che questa funzionalità sia effettivamente necessaria e non sia già presente in altri moduli installati o nel tema grafico

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Table of content

Non avendo applicazioni nell'ambito degli e-commerce vedremo i principali plugin per poter gestire una table of contents unicamente su WordPress.

La gestione delle TOC è demandata, come spesso accade, ai plugin nel 99% delle casistiche. All'interno del marketplace ufficiale di Google, e non solo, esistono numerose estensioni che possono farsi carico di creare automaticamente un indice dei contenuti linkando i singoli paragrafi.

I principali plugin sono:

- Table of Contents Plus – plugin storico, forse il più usato in assoluto, il cui sviluppatore però ha ripreso ad aggiornare solo di recente per renderlo compatibile con le ultime versioni di WordPress.
- Easy Table of Contents – plugin ricco di funzionalità in grado di lavorare con i principali builder visuali.
- LuckyWP Table of Contents – forse il più ricco e completo dei 3 offre molteplici caratteristiche per la personalizzazione stilistica

1. Principali Elementi di SEO OnPage – Table of content

The image displays three screenshots of the LuckyWP Table of Contents plugin settings interface, showing different tabs: General, Appearance, and Misc.

General Tab:

- Minimal Count of Headers: 2 (If the count of headers in the post is less, then table of contents is not displayed.)
- Depth: 6
- Hierarchical View: Enable
- Numeration: Decimal numbers (nested)
- Numeration Suffix: } (The symbol will be added after numeration. For example, 1.3.)
- Header:
 - Title: Contents
 - Toggle Show/Hide: Enable
 - Label Show: show
 - Label Hide: hide
 - By default, items of contents will be hidden
- Behavior:
 - Smooth Scroll: Enable
 - Scroll Offset Top: 24 px

Appearance Tab:

- Width: Auto
- Float: None
- Title Font Size: Default
- Title Font Weight: Bold
- Items Font Size: Custom Value 90 %
- Color Scheme: Light Colors
- Override Color Scheme Colors:
 - Background Color: Select Color
 - Border Color: Select Color
 - Title Color: Select Color
 - Link Color: Select Color
 - Hover Link Color: Select Color
 - Visited Link Color: Select Color

Misc. Tab:

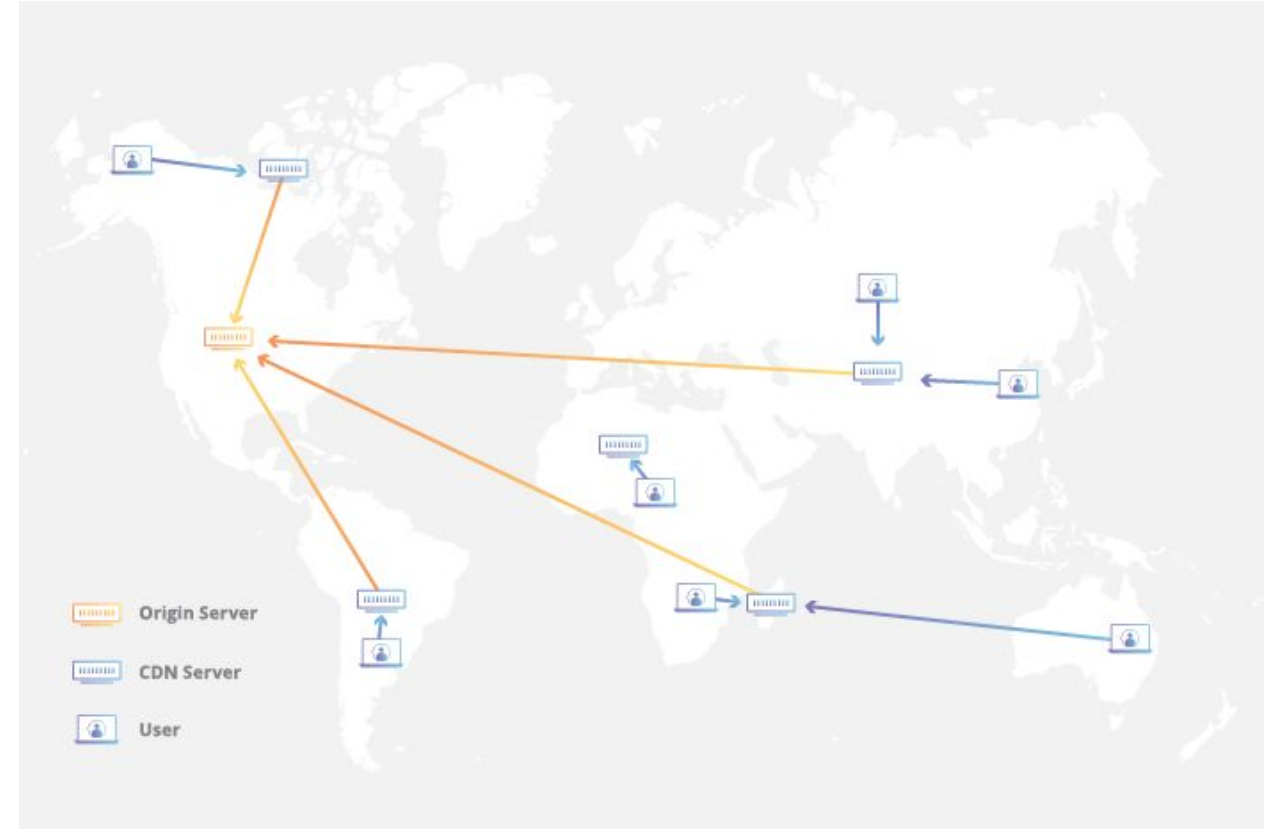
- Skip Headings:
 - By Level: H1 H2 H3 H4 H5 H6
 - By Text: More*
 - Specify headings (one per line) to be excluded from the table of contents. Use an asterisk * as a wildcard to match any text.
- Hash:
 - Hash Format: As heading without transliterate (#Example_Heading_Text)
 - Convert to lowercase
 - Replace underscores with dashes
- SEO:
 - Wrap table of contents with <!--noindex--> tag
 - Use rel="nofollow" for links
- Other Settings:
 - Show Panel "Table of Contents" in Post Types: Post Page Media
 - List Markup Tags: OULI
 - Additional CSS Class(es):
 - Separate multiple classes with spaces.

2. Ottimizzazioni aggiuntive – CDN

Acronimo di Content Delivery Network le CDN sono una rete distribuita di server che aiuta a diminuire il tempo di risposta e caricamento di un sito web riducendo la distanza fisica tra l'utente ed il server.

All'interno della CDN il sito viene duplicato su ciascun server della rete ed il contenuto viene servito a ciascun utente dal server più vicino.

L'utilizzo di una CDN può contribuire a migliorare sensibilmente i tempi di caricamento e contemporaneamente funge da filtro sul traffico aumentando la sicurezza del sito



2. Ottimizzazioni aggiuntive – CDN

I costi delle CDN sono molto variabili e spesso la differenza del costo viene determinata da un set di servizi complementari offerti dal fornitore. Questi sono i principali:

CLOUDFLARE - freemium

FASTLY - premium

KeyCDN - premium

StackPath (MaxCDN) - premium

Akamai - premium

Amazon CloudFront - freemium

Microsoft Azure CDN - premium

WordPress.com (JetPack Photon) - free

2. Ottimizzazioni aggiuntive – AMP

AMP (Accelerated Mobile Pages) è un framework annunciato da Google nel 2015 per la creazione di pagine web pensate prima di tutto per l'utente.

Il progetto nasce inizialmente con la collaborazione dei principali publisher mondiali (come Twitter, Pinterest, WordPress.com, LinkedIn e altri) per competere con Facebook ed i suoi Instant Articles; nel tempo si è evoluto in quella che attualmente è la OpenJS Foundation di cui fanno parte Google, IBM, Microsoft ma anche GoDaddy, Netflix, Groupon e molti altri big player del web.

In considerazione dei suoi fondatori il progetto AMP nasce espressamente per i publisher e si rivolge alle testate online per la pubblicazione di news e di blog post su dispositivi mobili.

Attraverso l'architettura AMP siamo in grado di creare pagine web dal caricamento pressoché istantaneo ma non solo: oggi è possibile utilizzare AMP anche per email, ads e stories inoltre il framework si è arricchito nel tempo di funzionalità, permettendoci di utilizzare contenuti video, gestire parti di e-commerce e molto altro.

2. Ottimizzazioni aggiuntive – AMP - WordPress

Esistono svariati plugin che permettono di aggiungere una versione AMP al nostro sito. Questi sono i principali:

- AMP - Plugin ufficiale di Automattic e Google - Le funzionalità sono basilari ma la compatibilità è molto buona
- AMPforWP - Plugin AMP più utilizzato - Uno dei primi plugin nati per creare una versione amp del sito. Ricco di funzionalità anche nella versione free; nella versione premium supporta gran parte delle principali estensioni e temi in circolazione (Woocommerce, Elementor, Divi, AAWP, Ninja Forms, CF7, WPML, ecc.).
ATTN: va monitorato spesso, soprattutto durante gli aggiornamenti frequenti.
- AMPWP - Un buon compromesso tra il primo ed il secondo plugin, dispone di parecchie opzioni per la personalizzazione dei contenuti ed un'estensione premium per l'integrazione con CF7
- AMP on WordPress – weeblerAMP CE - Plugin più recente si propone come alternativa ad AMPforWP per completezza anche se al momento risulta essere ancora meno performante

2. Ottimizzazioni aggiuntive – AMP - PrestaShop

Per sua natura l'e-commerce non può essere completamente trasformato in AMP al 100%: malgrado le continue implementazioni ed aggiustamenti del framework ad oggi è possibile creare pagine di checkout e pagamento veramente molto (troppo) semplici che, nella maggior parte delle casistiche, viene ritenuta inadatta a causa della scarsa esperienza utente.

Ciò che però può essere presa in considerazione è una soluzione ibrida in cui si utilizzano pagine AMP per contenuti statici, pagine prodotto, categorie ed altri contenuti che subiscono minori variazioni mentre si continuano ad utilizzare le tradizionali versioni mobile del sito per checkout e carrello.

Per implementare in maniera semplice AMP all'interno dei nostri e-commerce PrestaShop possiamo utilizzare moduli come:

- Professional AMP Pages – forse il più completo attualmente presente sul marketplace
- Accelerated Mobile Pages (AMP) PRO – completo sia per funzionalità che per personalizzazioni

2. Ottimizzazioni aggiuntive – AMP - Magento

Anche in questo caso Magento necessita di moduli aggiuntivi per poter implementare le funzionalità offerte da AMP e tra i moduli presenti in rete possiamo segnalare:

- [Accelerated Mobile Pages \(AMP\) for Magento 2](#)
- [AMP for Magento 2](#)

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Facebook Instant Articles

Rilasciata nel 2016 in risposta ad AMP anche Facebook ha sviluppato una tecnologia proprietaria, espressamente pensata per i publisher, che permette il caricamento pressoché istantaneo dei contenuti ed una maggiore interattività dei contenuti.

Così come Google fa con AMP, attraverso Instant Articles le news nel feed di Facebook vengono servite direttamente dalla cache di Facebook, accelerando al massimo i tempi di caricamento; il formato a tutto schermo permette inoltre ai lettori di concentrarsi maggiormente sul contenuto.

Non ultima l'integrazione con l'Audience Network di Facebook permette una monetizzazione immediata gestita direttamente all'interno della piattaforma e nuovi spazi pubblicitari per i marketers.

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Facebook Instant Articles - WordPress

Anche per Facebook Instant Articles esistono molti plugin di vari sviluppatori. Questi sono i principali:

- Instant Articles for WP - Plugin ufficiale di Automattic e Facebook che permette, attraverso l'utilizzo di regole pre-impostate, di creare velocemente una versione Instant Articles dei post
- AMPforWP - Il plugin permette di gestire sia AMP che Instant Articles
- Instantify - Plugin in versione solo premium che permette la creazione automatica di PWA, AMP ed Instant Articles in un solo strumento

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Progressive Web App

Il termine Progressive Web App, coniato da Google, identifica una specifica tipologia di contenuto web che viene sviluppato e caricato come una normale pagina web ma si comporta come un'app per smartphones.

Contrariamente alle app tradizionali, le PWA sono estranee ai marketplace (es. Google Play o Apple Store) ma vengono salvate durante la navigazione: il termine “progressive” indica infatti l'immagazzinamento in locale delle informazioni (sul dispositivo dell'utente) solo nel momento in cui le pagine vengono navigate.

Le app, al contrario, devono essere scaricate integralmente per essere fruibili.

Attraverso la tecnologia PWA possiamo alleggerire l'utente ricorrente dal caricamento di tutte le parti strutturali del sito, concentrandosi unicamente sui nuovi contenuti. Se utilizzata in combinazione con AMP annulla quasi del tutto i tempi di caricamento.

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Progressive Web App - WordPress

Per integrare la tecnologia PWA all'interno del sito è possibile utilizzare uno dei tanti plugin presenti sui marketplace. Ecco i principali:

- PWA for WP & AMP - Plugin realizzato dallo stesso staff di AMPforWP, si integra sia con la versione web che con la versione AMP. Esiste in versione premium
- Super Progressive Web Apps - Il primo plugin nato per la creazione di PWA è, ad oggi, il più utilizzato ed uno dei più semplici
- Instantify - Plugin in versione solo premium che permette la creazione automatica di PWA, AMP ed Instant Articles in un solo strumento

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Progressive Web App - PrestaShop

Come sempre esistono molteplici moduli tra cui poter scegliere, sia nel marketplace che su siti terzi; tra questi segnaliamo:

- Modulo La PWA (Progressive Web App) di JMango360 – modulo gratuito presente nel marketplace ufficiale
- Modulo Advance PWA | Offline, Push Notification, App, Firebase – modulo che offre varie funzionalità tra cui la possibilità di inviare notifiche push

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Progressive Web App - Magento

Anche per l'implementazione delle PWA su Mangento possiamo segnalare:

- [Progressive Web Apps Magento 2 Extension](#)
- [Magento 2 Progressive Web Application \(PWA\)](#)

Sono inoltre disponibili sul mercato alcune soluzioni

Esiste infine la possibilità di sviluppare una soluzione completamente customizzata attraverso un set di strumenti forniti direttamente da Adobe e reperibili all'indirizzo <https://magento.github.io/pwa-studio/>

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Google News

Riuscire a pubblicare i propri contenuti su Google News può contribuire sensibilmente all'aumento del traffico e, conseguentemente, potrebbe influire nell'aumento del ranking e sulla notorietà del brand.

Google offre infatti molteplici posizionamenti oltre alla tradizionale sezione “news”; gli articoli vengono infatti pubblicati sia nella rete di ricerca in una sezione dedicata che nella sezione “per te” oltre che su Discover.

A partire dall'introduzione della nuova versione del Centro Publisher (2019) Google non richiede più agli editori di inviare il proprio sito o app all'analisi per la verifica dell'idoneità; quest'azione viene infatti costantemente ripetuta nel tempo da Google stesso pertanto agli editori spetta unicamente l'onere di produrre contenuti di qualità (https://support.google.com/news/publisher-center/answer/9607025?hl=it&ref_topic=9603441).

I requisiti fondamentali per la pubblicazione su Google News sono l'utilizzo della tecnologia AMP ed il rispetto delle norme relative ai contenuti.

2. Ottimizzazioni aggiuntive – Google News

Stando ai canali ufficiali di Google il ranking su Google News è determinato in base a questi fattori:

- Pertinenza dei contenuti
- Evidenza
- Autorevolezza
- Attualità
- Località
- Lingua

Il ranking nella scheda "Per te" è determinato inoltre da questi fattori:

- Interessi
- Usabilità

Malgrado l'iscrizione al Publisher Center non sia un requisito fondamentale è tuttavia consigliato per avere un maggiore controllo sui contenuti pubblicati, avere la possibilità di monetizzare attraverso i canali offerti dalla piattaforma e determinare quali contenuti sono idonei alla pubblicazione.

L'iscrizione ci permette anche di determinare in maniera l'impatto di Google News sul traffico del sito web.

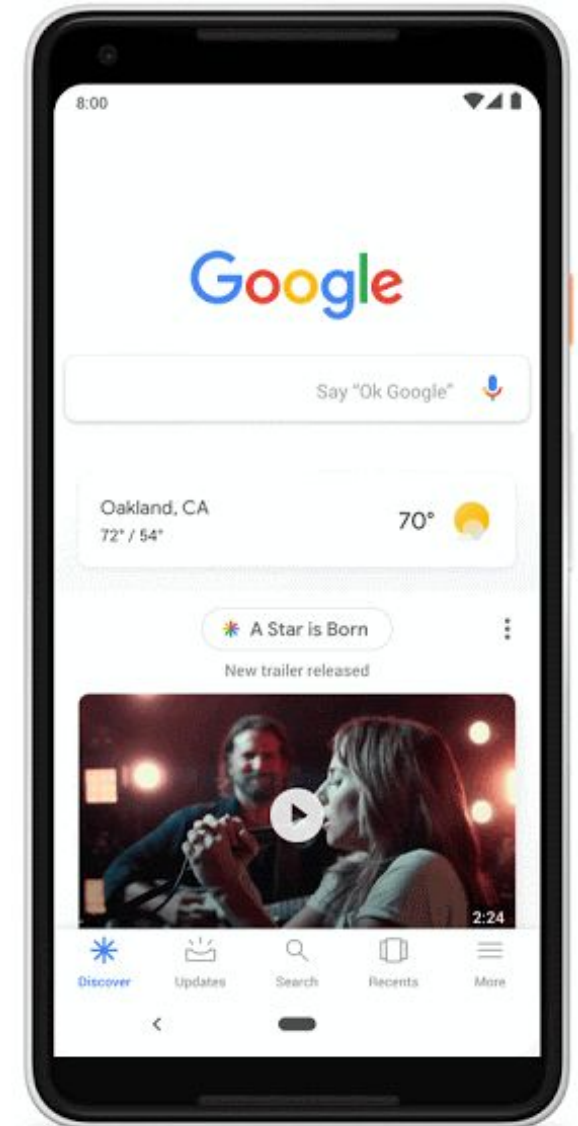
2. Ottimizzazioni aggiuntive – Google Discover

Prima di tutto capiamo cos'è Google Discover:

stando al [Webmaster Central Blog](#) di Google Discover è una funzionalità presente all'interno della rete di ricerca che Google ci offre per rimanere sempre aggiornati su tutto ciò che ci interessa.

“Discover include anche video, risultati sportivi, aggiornamenti sul mondo dell'intrattenimento (ad esempio, l'uscita di un nuovo film), valori azionari, informazioni relative ad eventi (come i candidati di importanti premi e riconoscimenti o i cantanti che parteciperanno a un imminente festival) e molto altro.”

Google Discover è presente **solo nei dispositivi mobili** ed è nativamente integrato all'interno di Android; per iOS è invece disponibile attraverso l'app “Google” o tramite browser. Per fornire un feed personalizzato a ciascun utente Google utilizza le interazioni degli utenti con i prodotti Google ma è anche possibile decidere autonomamente di seguire una fonte specifica.



2. Ottimizzazioni aggiuntive – Google Discover

Come per la rete di ricerca anche il ranking di Google Discover è basato su un algoritmo specifico che valuta la corrispondenza di un contenuto con uno o più interessi dell'utente. In pratica vale lo stesso concetto di autorevolezza di Google Search ma declinata agli interessi specifici di ciascun utente.

Per poter apparire in Discover le pagine dovranno inoltre essere conformi alle stesse regole applicate per Google News, le immagini dovranno essere di alta qualità e grande dimensione (Google stesso consiglia almeno 1200px di larghezza) ed è caldamente consigliato l'uso della tecnologia AMP.



GRAZIE!