



Corso SEO Completo

Lezione 1 - Introduzione, KW Research e Search Intent

Andrea Becchetti - Head of SEO @Studio Samo





Andrea Becchetti

10 anni di esperienza in ambito digital.

Sono a capo del team SEO di Studio Samo, dove mi occupo di migliorare strategie digitali, gestire e guidare il team nel raggiungimento degli obiettivi di progetto.

in [/andrea-becchetti-6936a857/](#)

1. Introduzione alla SEO: concetti fondamentali

1. Introduzione alla SEO: concetti fondamentali

Con l'acronimo SEO, dall'inglese *search engine optimization*, si identificano l'insieme di analisi e operazioni mirate a favorire la **corretta indicizzazione** dei contenuti in un motore di ricerca e il **miglioramento del ranking** dei contenuti in correlazione alle query di ricerca effettuate dagli utenti nel suddetto indice.

Con specifico riferimento a Google, le attività SEO hanno lo scopo di ottimizzare un sito web per favorire il corretto inserimento dei suoi contenuti nell'indice Google e potenziare l'autorevolezza dei contenuti in relazione ai **fattori di ranking** che determinano il posizionamento nelle SERP del motore di ricerca.

1. Introduzione alla SEO: lessico essenziale

- **Keywords** > forma più generica di parola chiave, generalmente identificata da un singolo termine
- **Query** > unione di più keyword, che forma un insieme di termini dotati di contesto
- **SERP** > pagine dei risultati di ricerca
- **Query box** > box di ricerca, in cui vengono inserite keyword e query
- **Crawler (o bot, o robot, o spider)** > software di scansione del web dei motori di ricerca
- **Indicizzazione** > procedimento di inserimento nell'indice dei contenuti
- **Ranking (o posizionamento)** > classificazione dei contenuti in relazione a un set di query
- **Fattori di ranking** > fattori che influenzano positivamente il ranking
- **Google Analytics** > sistema di analitica proprietario di Google
- **Google Search Console** > sistema di analisi dei siti web proprietario di Google

1. Introduzione alla SEO: Indexing e Ranking

Anche se spesso utilizzati impropriamente come sinonimi, i concetti di **Indexing** e **Ranking** hanno significati completamente differenti. Si parla di due diverse operazioni, effettuate in due intervalli di tempo specifici, che lasciano al SEO differenti margini di intervento e peculiari attività da compiere.

Si parla di:

- **Indexing:** con riferimento all'operazione di *indicizzazione* (letteralmente, *inserimento nell'indice*) di un contenuto, effettuata spontaneamente dal crawler di un motore di ricerca, salvo vincoli imposti dal webmaster
- **Ranking:** facendo riferimento letteralmente alla *classifica*, l'ordine di priorità dei risultati di ricerca in una SERP *in relazione* alla query digitata nella *query box*

1. Introduzione alla SEO: come funziona Google

PRIMA DELLA QUERY

1. **Scansione**: il **crawler** di Google scansiona il web, spostandosi tramite link, e scopre nuovi contenuti da scaricare e analizzare
2. **Parsing**: analisi del codice delle pagine scansionate
3. **Indicizzazione** del contenuto, tramite l'associazione con le query identificate e comprese al suo interno. Per ogni query, crea una lista di pagine dove queste vengono citate

DOPO LA QUERY

4. **Ranking**: ordinamento in base al **grado di corrispondenza tra query e pagine** (la parte più difficile di tutto il processo)
5. **Risposta** alle richieste dell'utente (creazione della **SERP**)

1. Introduzione alla SEO: cosa fa il SEO Specialist

Parlando di **Indexing**, il SEO può:

- **prevenire la messa in indice di determinati contenuti**, andando di fatto a selezionare quali documenti sono scansionabili da crawler e per quali la scansione e/o la messa in indice non dovrebbero essere effettuate;
- **organizzare i contenuti** per favorire una corretta indicizzazione lato crawler del motore di ricerca. Ciò significa rendere il più chiaro possibile *per quali query* devono andare in indice i contenuti che vengono resi disponibili nel processo di scansione e indicizzazione;
- **organizzare l'architettura dei contenuti**, in modo da rendere più agevole al crawler la scoperta e la scansione di tutti i nuovi contenuti, fino a dare priorità ad un contenuto rispetto a un altro.

1. Introduzione alla SEO: cosa fa il SEO Specialist

Passando al **Ranking**, il ruolo del SEO è quello di sfruttare i **fattori di Ranking** nel miglior modo possibile, per accrescere il *Trust* delle singole pagine e dell'intero sito agli occhi dell'algoritmo che genera la classifica dei risultati in SERP.

Parlando di **Ranking**, le attività vengono suddivisa generalmente in:

- **attività di OnPage**, che riguardano l'ottimizzazione dei singoli contenuti del sito web, tramite l'utilizzo dei testi, dei meta-tag e degli elementi presenti in una pagina web;
- **attività di OffPage (o OffSite) e Digital PR**, intese come tutta l'attività *esterna* al sito web, che prevede l'acquisizione di *citazioni* (link in ingresso da altri siti) o *menzioni* (diffusione del Brand, anche senza backlink), per aumentare l'autorevolezza del sito web, nella singole pagine e nella sua totalità.

1. Introduzione alla SEO: Keyword, Query e Intent

Fin dalla sua creazione, lo scopo finale di Google è comune a quello di qualsiasi motore di ricerca, web-based o offline: **fornire la miglior risposta possibile a una domanda.**

Il concetto di **domanda**, parlando di SEO, è può essere legato a tre macro-concetti:

1. **keyword:** la parola chiave per eccellenza, nella sua forma più generica.
 - > **ad esempio:** *Roma, Parigi, viaggio*
2. **query:** più keyword che, insieme, assumono significato e forniscono contesto.
 - > **ad esempio:** *cosa vedere a Roma, Parigi in 3 giorni*
3. **topic:** un argomento, definito tramite un insieme di intenzionalità di ricerca.
 - > **ad esempio: (visitare roma)** > *cosa vedere a Roma, cosa fare a Roma, luoghi da vedere a Roma*

1. Introduzione alla SEO: 1 keyword = 1 pagina

In origine, la SEO era orientata alla creazione di specifici contenuti per specifiche keyword / query: di qui, la classica e obsoleta regola aurea **"1 keyword / query = 1 pagina"**.

Ad esempio, era perfettamente normale creare due contenuti per due query come "luoghi da visitare a Roma" e "cose da visitare a Roma".

Il motivo è presto detto: agli albori della sua attività Google non era in grado di *comprendere* pienamente quale fosse l'obiettivo finale dell'utente nel digitare una specifica domanda.

Si basava, quindi, 'semplicemente' sulla ricorrenza dei termini individuati nei documenti e nella spinta che i link esterni fornivano ai documenti stessi, tramite le anchor text.

1. Introduzione alla SEO: 1 keyword = 1 pagina



Esempio di SERP del 2009 per la keyword "visibilità sito"

La keyword è presente in OGNI sito che ranka in prima pagina.

Non esisteva un concetto di **topic**, perché il motore di ricerca

non era in grado di comprendere il **contesto**.

1. Introduzione alla SEO: Knowledge Graph

Knowledge Graph (2012)

Il lancio del **knowledge graph** è stato probabilmente il primo, efficace tentativo di Google di avvicinare il proprio algoritmo di ricerca alla comprensioni non soltanto delle singole keyword o query digitate dagli utenti.

Come? Cercando di attribuire delle **proprietà** alle **entità** presenti nel mondo, e oggetto di ricerca degli utenti, e creando delle **relazioni** fra:

1. entità differenti;
2. proprietà identiche fra differenti entità.



Colosseo

Temporaneamente chiuso

4,7 ★★★★★ 243.472 recensioni Google

Anfiteatro a Roma

Il Colosseo, originariamente conosciuto come Amphitheatrum Flavianum o semplicemente come Amphitheatrum, è il più grande anfiteatro del mondo, situato nel centro della città di Roma.

Indirizzo: Piazza del Colosseo, 1, 00184 Roma RM

Costruzione iniziata: 70 dopo Cristo

Altitudine: 15,32 m s.l.m.

Patrimonio: Centro storico di Roma

Architetto: Vespasiano

Recensioni

Grande anfiteatro romano a 3 livelli con visite guidate, utilizzato anticamente per i giochi dei gladiatori. - Google

"Bellissimo atmosfera di altri tempi peccato che ogni metro un venditore abusivo."

"Super consigliato il biglietto salta fila con prenotazione su internet!"

"Arrivati all'ingresso bisogna armarsi di pazienza prima di poter entrare."

Ricerche correlate

Fontana di Trevi, Foro Romano, Pantheon, Torre di Pisa, Circo Massimo



Roma

Capitale dell'Italia

Roma, capitale dell'Italia, è una grande città cosmopolita con una storia artistica, architettonica e culturale che ha influenzato tutto il mondo e che risale a quasi 3000 anni fa. Le antiche rovine come il Foro e il Colosseo testimoniano la potenza dell'antico Impero romano. Nella Città del Vaticano, sede della Chiesa Cattolica, si trovano la Basilica di San Pietro e i Musei Vaticani, che ospitano capolavori come la Cappella Sistina affrescata da Michelangelo.

Anno di fondazione: 21 aprile 753 avanti Cristo

Area: 1.285 km²

Meteo: 24 °C, vento O a 19 km/h, umidità 50%

Nome abitanti: romani o capitolini

Popolazione: 2,873 milioni (2017) ISTAT

Ora locale: domenica 17:06

Pianifica un viaggio

Guida turistica per: Roma

Prezzo medio hotel: 3 stelle 91 €, 5 stelle 252 €

1 h di volo, a partire da 211 €

Quartieri: Trastevere, EUR, Quartiere XVII Trieste, Fidene, ALTRO

Ricerche correlate

Milano, Italia, Venezia, Parigi, Firenze

1. Introduzione alla SEO: Hummingbird

Hummingbird (2013)

Hummingbird è stato definito, a suo tempo, come il *nuovo algoritmo di ricerca generale* di Google*, operativo già dalla seconda metà del 2013.

Lo scopo principale di Hummingbird era potenziare la capacità del motore di ricerca di ***comprendere le intenzioni di ricerca*** degli utenti.

Fornire, quindi, non risposte legate *alle keyword o alle query in sé*, quanto cercare di identificare correttamente ***l'obiettivo dell'utente*** nel digitare una determinata query nella query box e fornire risultati più rilevanti.

Fonte: MOZ

<https://moz.com/learn/seo/google-hummingbird>

1. Introduzione alla SEO: Rank Brain

Rank Brain (2015)

*“RankBrain uses artificial intelligence to embed vast amounts of written language into mathematical entities — called vectors — that the computer can understand. If RankBrain sees a word or phrase it isn't familiar with, the machine can make a guess as to what words or phrases might have a similar meaning and filter the result accordingly, making it more effective at handling never-before-seen search queries.” **

Esemplificando, il nodo cruciale di Rank Brain pare essere quello di *utilizzare varianti sinonimiche*, già note e **contestualizzate** dal motore di ricerca, per incrementare la qualità dei risultati del motore di ricerca.

***Fonti:**

Bill Slawsky su **Go Fish Digital**:

<https://gofishdigital.com/investigating-google-rankbrain-and-query-term-substitutions/>

Da **Google Patents**:

<https://patents.google.com/patent/US9104750>

1. Introduzione alla SEO: BERT

BERT (2019)

*"Il nome BERT è un acronimo e sta per Bidirectional Encoder Representations from Transformers. Si tratta di una Intelligenza Artificiale sviluppata da Google come mezzo per aiutare le macchine a capire il linguaggio naturale in un modo più simile a quello in cui le persone comprendono il linguaggio."**

*"BERT è usato principalmente per fornire risultati migliori per le query usando la sua comprensione delle sfumature del linguaggio per fornire risultati più utili."**

*Fonti:

Wordlift: <https://wordlift.io/blog/it/vocabolario/bert/>

1. Introduzione alla SEO: altri update

Oltretutto, Google rilascia costantemente aggiornamenti sul suo motore di ricerca; alcuni vengono annunciati e riconosciuti ufficialmente, altri risultano ancora ad oggi marcati come *unconfirmed*.



Per una lista completa degli update di Google, da **MOZ**:
<https://moz.com/google-algorithm-change>

1. Introduzione alla SEO: 1 Intent = 1 contenuto

La comprensione del significato delle parole e, soprattutto, la sempre maggiore **comprensione del contesto** in cui le parole sono inserite nel linguaggio naturale, hanno portato e portano le SERP a modellarsi in modi sempre più precisi per rispondere in maniera puntuale alle domande degli utenti.

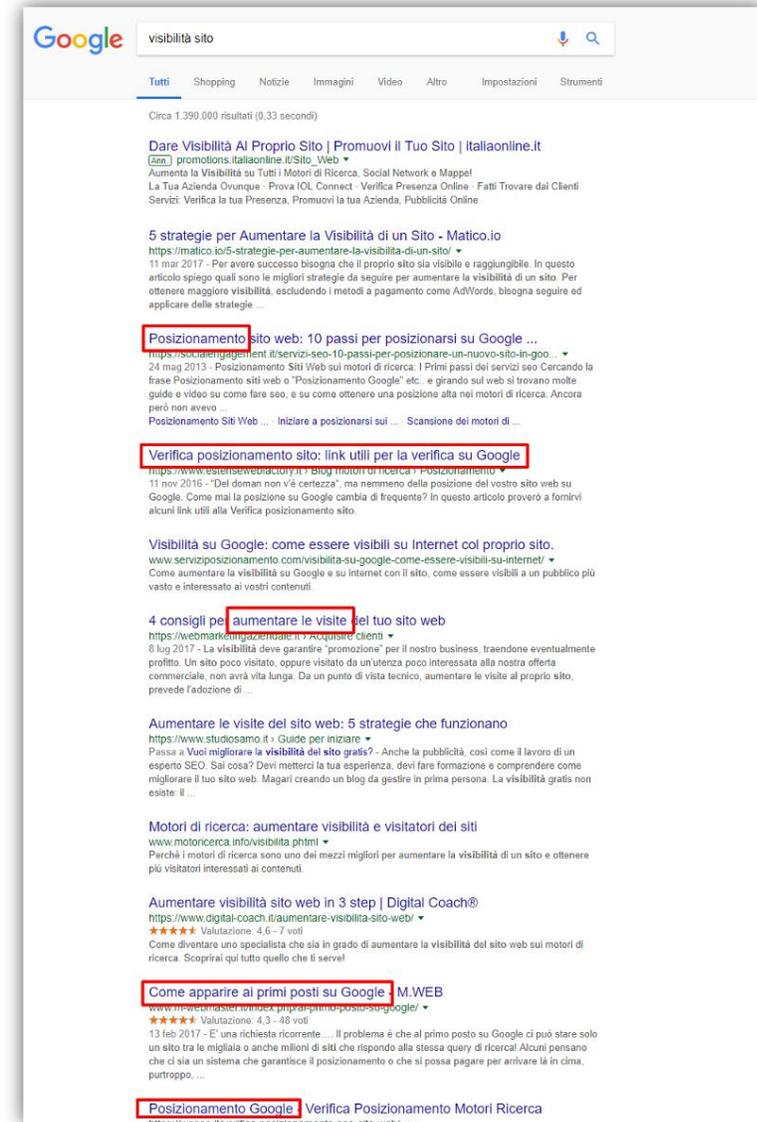
Con l'introduzione del **Search Intent**, la regola aurea è radicalmente cambiata in "1 Intent = 1 contenuto", laddove il **Search Intent** è *l'insieme di query che rispondono a una determinata intenzione di ricerca da parte degli utenti.*

1. Introduzione alla SEO: 1 topic = 1 contenuto

Esempio di SERP del 2019 per la keyword "visibilità sito"

La keyword NON è più presente in OGNI sito che ranka in prima pagina.

Differenti **query** conducono ora alla stessa intenzione di ricerca.



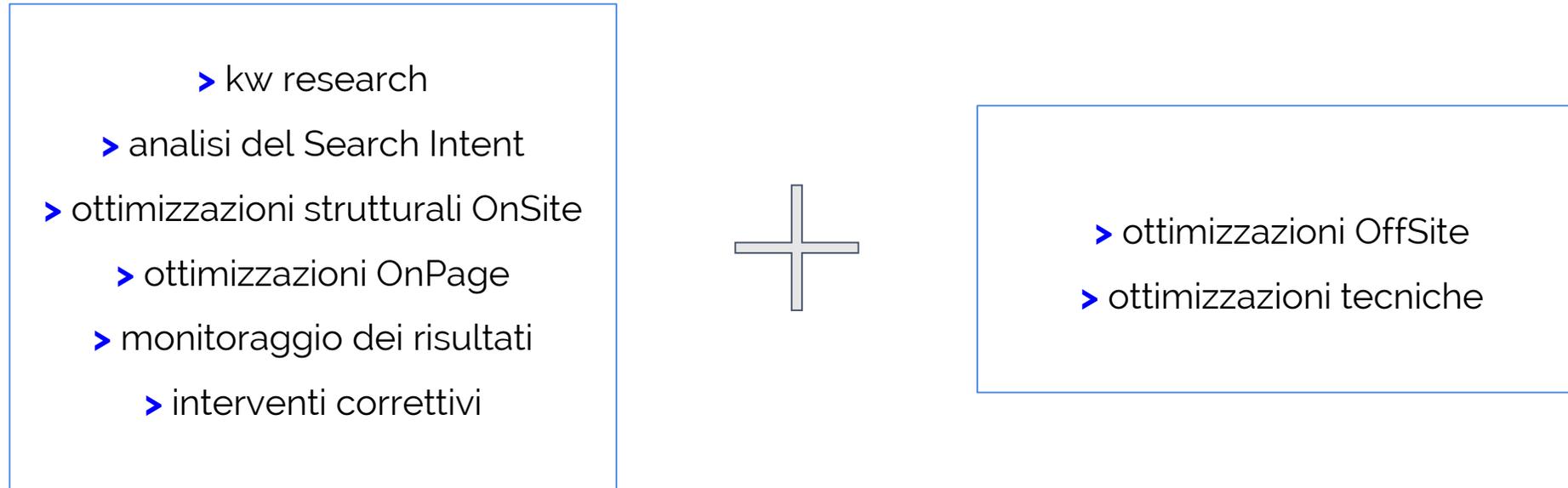
1. Introduzione alla SEO: obiettivi della SEO

Il rapporto che si genera fra **keyword**, **query** e **intent** permette oggi ai SEO di lavorare sia sui processi di **Indexing** che sui processi di **Ranking** in maniera molto più accurata.

- Lato **Indexing**: identificando le intenzioni di ricerca degli utenti che possono generare dei **punti di accesso organici** nel proprio sito web, per fornire la miglior struttura possibile al motore di ricerca e agli utenti, ed evitare cannibalizzazioni e contrasti fra contenuti interni.
 - *andare in indice con le query giuste nei contenuti corretti*
- Lato **Ranking**: creando la consapevolezza su quante e quali query attaccare per ogni singolo contenuto, per moltiplicare la quantità di traffico *in target* ricevuto.
 - *rankare con tutte le query destinate a uno specifico contenuto*

1. Introduzione alla SEO: workflow essenziale

La SEO si presenta quindi come una *roadmap* di attività a carattere ciclico e ricorrente, che possono essere schematicamente sintetizzate come segue:



2. KW Research: trovare Parole e Frasi

2. KW Research: cos'è

La **KW research** (o **Query research**) è l'attività che permette di identificare le parole (keyword) o le frasi (query) attraverso cui gli utenti cercano informazioni sui motori di ricerca.

É un'attività:

1. **preliminare**: perché *dovrebbe* essere svolta *prima* di ogni altra attività operativa;
2. **strategica**: perché contribuisce a definire gli obiettivi di posizionamento dei contenuti del sito web;
3. **quantitativa**: perché fornisce i volumi di ricerca legati alle keyword e alle query identificate;
4. **ciclica**: perché i volumi di ricerca cambiano costantemente.

2. KW Research: a cosa serve

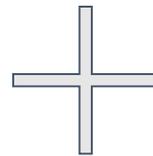
La **KW research** influenza **tutte** le attività SEO operative:

- **OnSite:** contribuisce a identificare i termini principali secondo cui strutturare le tassonomie del sito web;
- **OnPage:** contribuisce a identificare il set di parole o frasi per cui ottimizzare i singoli contenuti del sito web;
- **OffSite:** definisce le *anchor text* dei backlink da acquisire.

2. KW Research: strumenti utili

PER TROVARE I VOLUMI DI RICERCA

- > KW Planner (Google Ads)
 - > SEOZoom
 - > Ubersuggest
 - > Answer The Public
 - > SEMRush
- > Google Search Console
 - > SERP



PER RACCOGLIERE I DATI

- > XMind (o analogo strumento di *mindmapping*)
 - > Excel / Numbers
 - > Word / Pages / Txt

2. KW Research: step

Si può suddividere la KW Research per **step**:

1. identificazione logica dei punti di partenza
2. interrogazione di un software di KW Research
3. interrogazione delle SERP
4. utilizzo dei vocabolari
5. utilizzo della Search Console (per siti online con uno storico)

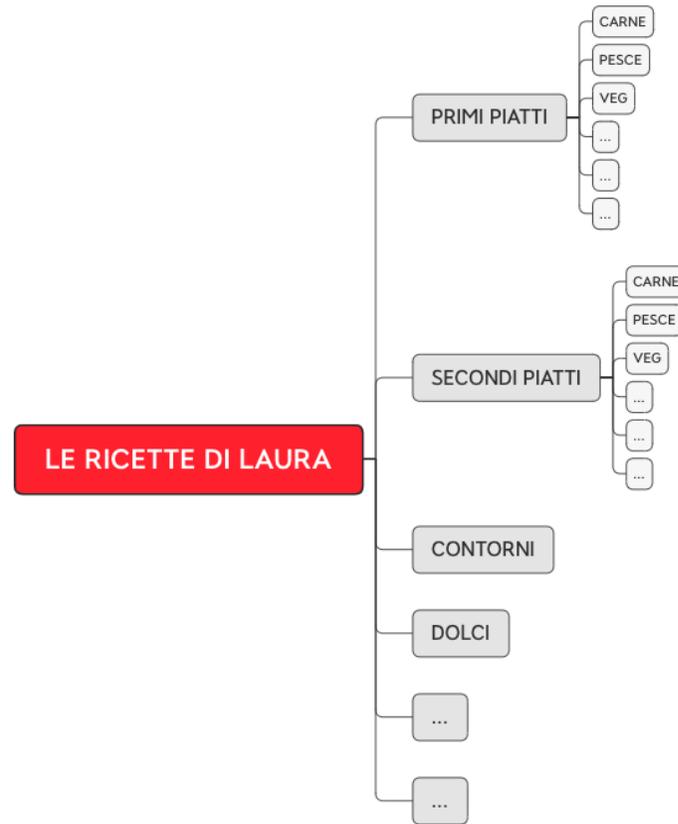
2. KW Research: Step 1 - punti di partenza

Per praticità la KW research si inizia generalmente dal termine più generico possibile, addentrandosi via via nelle specificità suggerite dalle differenti combinazioni di keyword in query particolari.

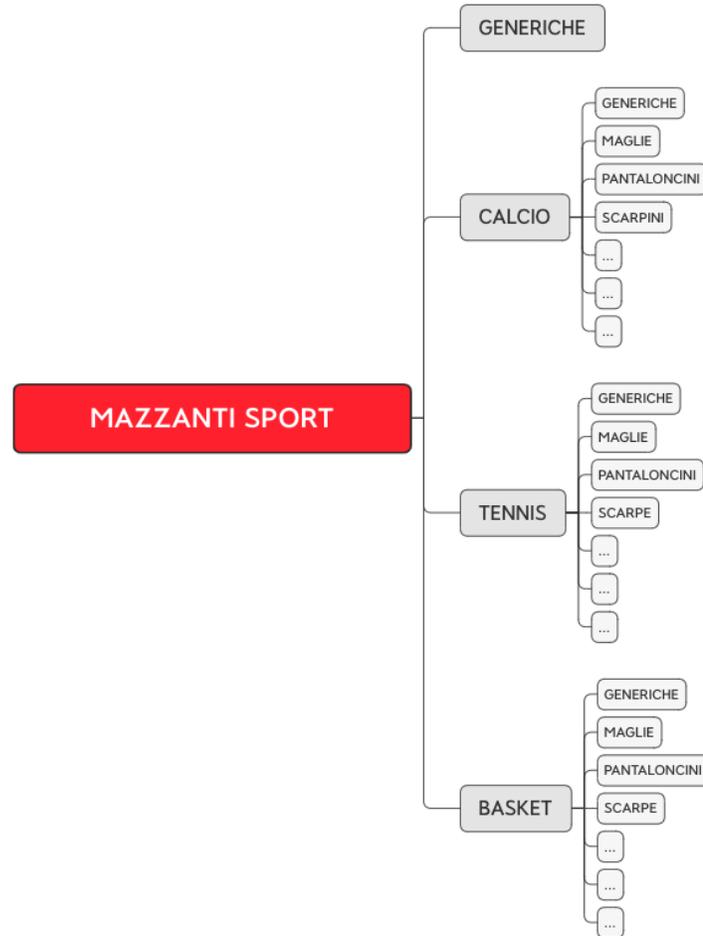
Ad esempio:

- **nel caso di blog:** macroargomenti o nicchie
- **ecommerce:** macrocategorie merceologiche, brand o genere
- **lead:** macrocategorie o servizi, geolocalizzati o meno

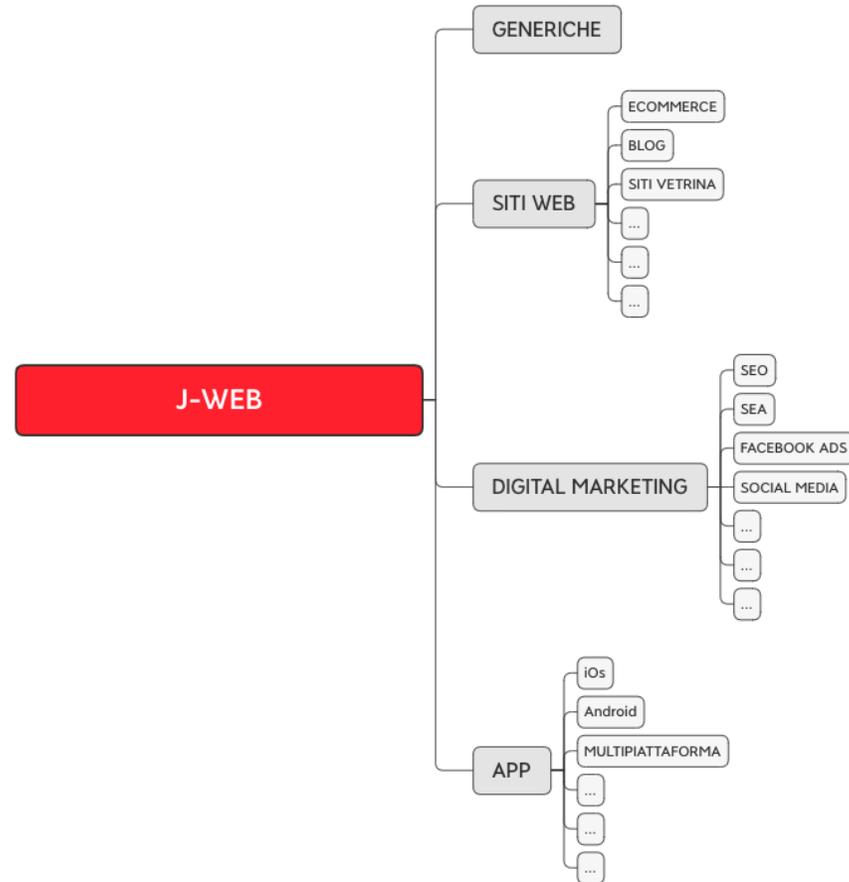
2. KW Research: Step 1 - Blog



2. KW Research: Step 1 - eCommerce



2. KW Research: Step 1 - Lead



2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

La scelta del software da cui estrapolare i volumi di ricerca di keyword e query è influenzato dal budget investito nel progetto.

É consigliabile utilizzare uno strumento che fornisca non soltanto i volumi di ricerca dei termini inseriti, ma che sia in grado anche di *suggerire* dei termini **correlati per pertinenza**, ovvero termini che si trovino in un rapporto di continuità con il topic identificato dal software per il termine digitato.

Esempi di strumenti simili sono il **Keyword Planner di Google Ads**, la **Suite SEOZoom** e **Ubersuggest**.

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

<input type="checkbox"/> Parola chiave (per pertinenza) ↓	Media ricerche mensili	Concorrenza	Quota impressioni annuncio	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)	Stato account
Parole chiave che hai fornito						
<input type="checkbox"/> ricette primi piatti	22.200	Bassa	–	0,11 €	0,42 €	
Idee per le parole chiave						
<input type="checkbox"/> primi piatti	60.500	Bassa	–	0,12 €	0,57 €	
<input type="checkbox"/> primi piatti veloci	27.100	Bassa	–	0,14 €	0,53 €	
<input type="checkbox"/> risotti	74.000	Bassa	–	0,03 €	0,22 €	
<input type="checkbox"/> primi piatti estivi	9.900	Bassa	–	0,15 €	0,50 €	
<input type="checkbox"/> primi di pesce	12.100	Bassa	–	0,20 €	0,40 €	
<input type="checkbox"/> primi piatti sfiziosi	9.900	Bassa	–	0,12 €	0,35 €	
<input type="checkbox"/> primo piatto	4.400	Bassa	–	0,13 €	0,60 €	
<input type="checkbox"/> pasta gorgonzola	2.400	Bassa	–	0,10 €	0,20 €	
<input type="checkbox"/> penne	8.100	Bassa	–	0,05 €	0,31 €	
<input type="checkbox"/> primi piatti natalizi	2.900	Bassa	–	–	–	

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

<input type="checkbox"/> Parola chiave (per pertinenza) ↓	Media ricerche mensili	Concorrenza	Quota impressioni annuncio	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)	Stato account
Parole chiave che hai fornito						
<input type="checkbox"/> scarpe da tennis	8.100	Alta	–	0,09 €	0,30 €	
Idee per le parole chiave						
<input type="checkbox"/> scarpe tennis	3.600	Alta	–	0,12 €	0,44 €	
<input type="checkbox"/> scarpe tennis uomo	2.400	Alta	–	0,10 €	0,44 €	
<input type="checkbox"/> scarpe da tennis nike	1.600	Alta	–	0,15 €	0,38 €	
<input type="checkbox"/> scarpe da tennis adidas	1.000	Alta	–	0,08 €	0,40 €	
<input type="checkbox"/> scarpe tennis nike	880	Alta	–	0,09 €	0,31 €	
<input type="checkbox"/> scarpe tennis donna	1.600	Alta	–	0,09 €	0,33 €	
<input type="checkbox"/> scarpe padel	1.900	Alta	–	0,09 €	0,27 €	
<input type="checkbox"/> scarpe da tennis donna	1.600	Alta	–	0,10 €	0,29 €	
<input type="checkbox"/> scarpe da tennis uomo	1.300	Alta	–	0,09 €	0,42 €	
<input type="checkbox"/> scarpe tennis adidas	480	Alta	–	0,09 €	0,37 €	

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

<input type="checkbox"/> Parola chiave (per pertinenza) ↓	Media ricerche mensili	Concorrenza	Quota impressioni annuncio	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)	Stato account
Parole chiave che hai fornito						
<input type="checkbox"/> creazione siti web	1.900	Bassa	–	1,51 €	4,58 €	
Idee per le parole chiave						
<input type="checkbox"/> realizzazione siti web	4.400	Bassa	–	1,88 €	4,55 €	
<input type="checkbox"/> creare sito web	2.900	Alta	–	0,87 €	3,46 €	
<input type="checkbox"/> realizzazione siti internet	1.600	Bassa	–	1,92 €	4,16 €	
<input type="checkbox"/> crea sito web	2.400	Alta	–	1,41 €	4,49 €	
<input type="checkbox"/> creare sito internet	720	Media	–	1,10 €	3,46 €	
<input type="checkbox"/> realizzazione siti web professionali	720	Bassa	–	1,82 €	4,43 €	
<input type="checkbox"/> creare siti web	880	Alta	–	0,84 €	2,75 €	
<input type="checkbox"/> sviluppo siti web	1.300	Bassa	–	1,25 €	4,16 €	
<input type="checkbox"/> crea sito web gratis	880	Alta	–	0,96 €	5,01 €	
<input type="checkbox"/> realizzazione sito web	1.300	Bassa	–	1,97 €	5,06 €	

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

Inserisci keyword ed eventuali filtri

* Inserisci le parole filtro separate da virgola

Keyword ricette primi piatti

* Contiene

* Non Contiene

Cerca Q

Mostra filtri ▾

Keyword Infinity

? Informational Keyword

Keyword Graph

Knowledge Search

Gruppi

Keyword totali: 1.736

Keyword	Num. key	Volume totale	
tutte le keyword	1.736	64.180	
primi	1.735	64.180	⊖
piatti	1.735	64.180	⊖
ricette	1.735	64.170	⊖
veloci	196	6.690	⊖
con	343	4.900	⊖
bimby	84	3.200	⊖
estivi	52	1.690	⊖
pasta	46	1.680	⊖
per	96	1.610	⊖
pesce	62	1.390	⊖
zafferano	43	1.360	⊖
giallo	35	1.230	⊖
semplici	27	1.200	⊖
facili	35	1.170	⊖

1 2 3 ... > >> 15 righe

1 - 15 di 57

Keyword

Keyword	Vol	Concorrenza	CPC Medio		
ricette primi piatti	22.200	0.64	€ 0,32		⊞
ricette primi piatti veloci	2.400	0.54	€ 0,25		⊞
ricette i primi piatti	1.900	0.64	€ 0,21		⊞
ricette bimby primi piatti	1.600	0.22	€ 0,10		⊞
ricette di primi piatti	1.600	0.71	€ 0,20		⊞
primi piatti ricette	1.300	0.46	€ 0,13		⊞
ricette veloci primi piatti	1.000	0.43	€ 0,21		⊞
ricette primi piatti pasta	880	0.57	€ 0,23		⊞
ricette primi piatti estivi	880	0.24	€ 0,15		⊞
ricette primi piatti pesce	590	0.40	€ 0,08		⊞
ricette giallo zafferano primi piatti	480	0.26	€ 0,13		⊞
cotto e mangiato ricette primi piatti	480	0.34	€ 0,28		⊞
ricette per primi piatti	480	0.68	€ 0,17		⊞
ricette primi piatti bimby	480	0.16	€ 0,17		⊞
ricette primi piatti semplici	480	0.43	€ 0,17		⊞
ricette estive primi piatti	480	0.19	€ 0,02		⊞
ricette primi piatti al forno	390	0.17	€ 0,27		⊞

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

seozoom®

inserire una keyword, un dominio o una url Tipo Ricerca Analizza

Database Attiva Operatore Cronologia Eventi 51 Key Preferite 0 Progetti Jacopo

Keyword Infinity

Inserisci keyword ed eventuali filtri * Inserisci le parole filtro separate da virgola

Keyword scarpe da tennis * Contiene * Non Contiene Cerca Q Mostra filtri

Keyword Infinity Informational Keyword Transactional Keyword **Keyword Graph** Knowledge Search

Gruppi Keyword totali: 1.062

Keyword	Num. key	Volume totale
tutte le keyword	1.062	17.310
scarpe	1.061	17.310
tennis	1.061	17.310
nike	76	1.660
adidas	33	1.180
uomo	88	1.000
con	42	820
asics	21	610
2019	16	510
migliori	30	320
per	53	300
bianche	24	280
terra	26	270
lotto	11	250
rossa	19	250

15 righe 1 - 15 di 31

Keyword

Keyword	Vol	Concorrenza	CPC Medio
scarpe da tennis	3.600	1.00	€ 0,57
scarpe da tennis donne	1.600	1.00	€ 0,33
scarpe da tennis nike	880	1.00	€ 0,67
scarpe da tennis adidas	590	1.00	€ 0,49
il computer con le scarpe da tennis	390	0.04	€ 0
scarpe da tennis asics	390	1.00	€ 0,50
scarpe da tennis donna	390	1.00	€ 0,53
scarpe da tennis uomo	320	1.00	€ 0,54
scarpe da tennis 2016	260	0.38	€ 0
scarpe da tennis lotto	170	1.00	€ 0,31
scarpe da tennis nike 2019	140	1.00	€ 0,27
scarpe da tennis con zeppa	110	0.99	€ 0,45
scarpe da tennis alte	110	1.00	€ 0,67
scarpe da tennis decathlon	110	0.66	€ 0,29
scarpe da tennis terra rossa	110	1.00	€ 0,46
scarpe da tennis 2018	110	1.00	€ 0,50

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

Keyword Infinity

Inserisci keyword ed eventuali filtri

* Inserisci le parole filtro separate da virgola

Keyword creazione siti web

+ Contiene

+ Non Contiene

Cerca Q

Mostra filtri

Keyword Infinity Informational Keyword Transactional Keyword Keyword Graph Knowledge Search

Gruppi

Keyword totali: 748

Keyword	Num. key	Volume totale	
tutte le keyword	748	5.230	
creazione	740	5.230	-
siti	748	5.230	-
web	743	5.230	-
torino	43	340	-
roma	11	330	-
gratis	23	270	-
software	36	220	-
milano	15	140	-
professionali	11	110	-
padova	10	80	-
corso	25	70	-
per	46	60	-
programmi	11	50	-
responsive	13	40	-

15 righe 1 - 15 di 17

Keyword

Keyword	Vol	Concorrenza	CPC Medio		
creazione siti web	1.600	0.75	€ 4,27		
creazione siti web torino	320	0.37	€ 3,14		
creazione siti web roma	320	0.52	€ 3,76		
costi creazione siti web	140	0.81	€ 2,68		
software creazione siti web	110	0.49	€ 2,38		
creazione siti web milano	110	0.29	€ 4,27		
creazione siti web gratis	110	0.68	€ 2,82		
creazione siti web napoli	90	0.53	€ 3,39		
creazione siti web firenze	90	0.25	€ 4,84		
creazione siti web professionali	90	0.55	€ 4,76		
creazione siti web cagliari	70	0.56	€ 3,41		
creazione siti web padova	70	0.56	€ 2,80		
creazione siti web prezzi	70	0.68	€ 3,76		
creazione siti web nichelino	70	0	€ 0		
creazione siti web bergamo	50	0.50	€ 2,07		
creazione siti web online	50	0.64	€ 3,65		
creazione siti web modena	50	0.43	€ 4,28		
creazione siti web treviso	50	0.43	€ 2,33		

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

The screenshot shows the 'Ubersuggest' tool interface on the Neil Patel website. At the top, there is a navigation bar with the 'NEILPATEL' logo, a language dropdown set to 'IT', and menu items for 'Formazione SEO', 'Prezzi', 'Blog', 'Strumenti' (which is underlined), 'Servizi', and 'Contatti'. A 'Accedi con Google' button is also present. Below the navigation bar, a notification banner reads: 'Nuova funzionalità: inserisci il dominio di un competitor e ottieni idee migliori per le tue keyword'. The main heading is 'Ubersuggest' in a large, bold, black font. Below the heading, the text says: 'Vuoi più traffico? Ubersuggest ti aiuta a dominare la SEO. Per iniziare, non devi fare altro che digitare un dominio o una keyword.' At the bottom, there is a search input field with the placeholder text 'Inserisci un dominio o una keyword', a language dropdown set to 'Italiano / Italia', and a 'CERCA' button.

2. KW Research: Step 2 - strumenti di KW Research

The screenshot shows the homepage of AnswerThePublic.com. The browser's address bar displays 'answerthepublic.com'. The website's navigation bar includes a search icon, 'New Search', 'Help & advice', 'What's New', 'Sign in', and an 'Upgrade to Pro' button. The main content area features a large background image of a man's face. Below the image, the text reads 'Discover what people are asking about...'. A search input field contains the placeholder text 'e.g. chocolate'. Below the input field, there are two dropdown menus for selecting a country and language, currently set to 'Italy' and 'Italiano'. A yellow 'Search' button is positioned to the right of the input field.

2. KW Research: Step 3 - interrogazione delle SERP

Tramite le SERP Google fornisce esplicitamente tre tipologie di suggerimenti:

1. instant suggest, mentre si digita la query;
2. parole chiave correlate a fondo pagina;
3. parole chiave correlate ottenute entrando e uscendo da un risultato organico.

I suggerimenti offerti da Google sono fondamentali per acquisire informazioni su nuove query da prendere a riferimento per completare la KW Research.

2. KW Research: Step 3 - interrogazione delle SERP



www.giallozafferano.it > ricette-cat > Primi

Primi piatti - Le ricette di GialloZafferano

Ricette primi piatti: leggi consigli, ingredienti, tempi e modalità di preparazione dei nostri gustosissimi primi piatti sfiziosi al forno, facili e veloci.

[Primi piatti sfiziosi](#) · [Primi piatti veloci](#) · [Primi piatti al forno](#) · [Primi piatti freddi](#)

Ricerche correlate

- [ricette primi piatti veloci e leggeri](#)
- [secondi piatti](#)
- [giallo zafferano ultime ricette](#)
- [condimento per rigatoni](#)
- [cookaround](#)
- [primi piatti al forno](#)

Ricerche correlate a ricette primi piatti

[ricette primi piatti veloci e leggeri](#)

[ricette primi piatti sfiziosi](#)

[ricette primi piatti pasta](#)

[ricette primi piatti gustosi](#)

[ricette: primi piatti giallo zafferano](#)

[ricette della nonna primi piatti](#)

[cotto e mangiato ricette primi piatti](#)

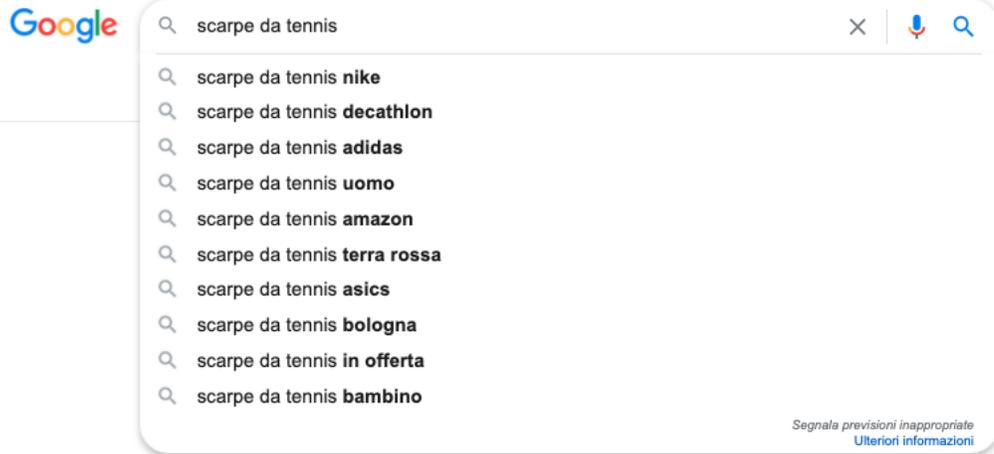
[primi piatti particolari](#)



1 2 3 4 5 6

Avanti

2. KW Research: Step 3 - interrogazione delle SERP



www.mistertennis.com > Home > Scarpe ▾

Scarpe da Tennis Uomo | Vendita Online | MisterTennis.com

Scarpe da tennis uomo: tanti i modelli sempre disponibili. Compra online nel mega store del tennis le tue nuove scarpe da uomo e scendi in campo.

[Asics](#) · [Babolat](#) · [Nike](#) · [Adidas](#)

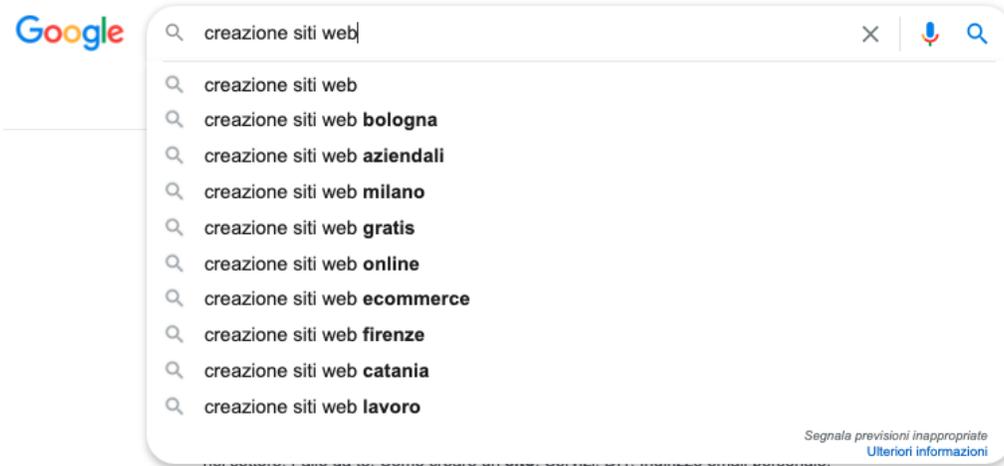
Ricerche correlate

- [scarpe da tennis terra rossa](#)
- [scarpe da tennis asics](#)
- [scarpe da tennis decathlon](#)
- [scarpe da tennis adidas](#)
- [scarpe da tennis nike](#)
- [scarpe tennis migliori](#)

Ricerche correlate

- [scarpe tennis **donne**](#)
- [scarpe da tennis **asics**](#)
- [scarpe da tennis **terra rossa**](#)
- [scarpe da tennis **amazon**](#)
- [scarpe da tennis **nike**](#)
- [scarpe da tennis **adidas**](#)
- [scarpe da tennis **decathlon**](#)
- [scarpe da tennis **zalando**](#)

2. KW Research: Step 3 - interrogazione delle SERP



www.quolab.it > realizzazione-siti-web-bologna ▾

Realizzazione Siti Web e E-Commerce | Web Agency Bologna ...

Web. QuoLAB si occupa di **Realizzazione** Siti internet a Bologna e sviluppa **siti web** per piccole e medie imprese, professionisti e associazioni,

Ricerche correlate

- agenzie web bologna
- blog web agency
- web agency bologna lavora con noi
- web designer bologna
- ideabit
- realizzazione siti web professionali

Ricerche correlate a creazione siti web

creazione siti web bologna

creare un sito web professionale

creare un sito web da zero

programma per creare siti web gratis in italiano

creare sito web gratis per sempre

wix sito web

come fare un sito internet da soli gratis

agenzie web bologna

2. KW Research: Step 4 - vocabolari

Utilizzare *vocabolari online* di vario genere, è possibile farsi un'idea della vastità dell'argomento, e trovare nuove semplici keyword da poter integrare nella propria mappa iniziale.

Alcuni esempi:

- [Sinonimi e Contrari - Virgilio.it](http://www.virgilio.it/sinonimi)
- [Dizionario dei sinonimi e dei contrari - Corriere.it](http://www.corriere.it/dizionario-sinonimi)
- [La cultura Italiana - Sinonimi - Treccani.it](http://www.treccani.it/sinonimi)

2. KW Research: Step 5 - utilizzo della Search Console

Se correttamente installata sul sito, la Search Console fornisce delle indicazioni importantissime sulle query che hanno generato **clic** e **impression** per le pagine di un sito web.

Si parla di:

1. **clic**: quando, per una query, una pagina di un sito compare in una SERP Google e viene effettivamente cliccata dall'utente;
2. **impression**: la semplice visualizzazione di un risultato nella SERP, anche in una pagina dei risultati di ricerca *diversa* dalla prima.

2. KW Research: Step 5 - utilizzo della Search Console

QUERY	PAGINE	PAESI	DISPOSITIVI	ASPETTO NELLA RICERCA
				 
Query				↓ Clic Impressioni
				236.436 345.825
				5.193 7.780
				4.198 61.277
				3.662 30.152
				2.937 4.636

Le query che hanno generato clic e impression per le pagine di un sito web sono riportate nella sezione **PRESTAZIONI/PERFORMANCE** della Search Console Google.

2. KW Research: cluster di query

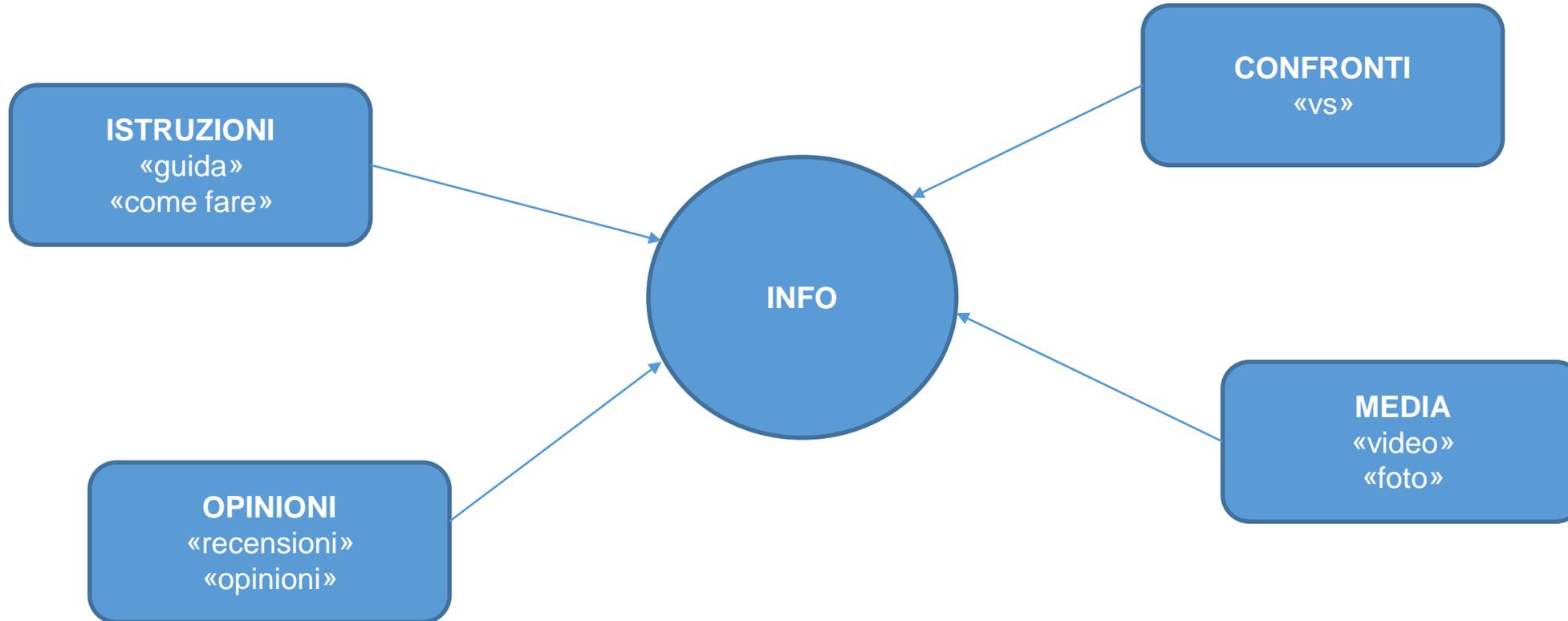
Ci avete fatto caso?

Esistono dei *cluster* di parole chiave che, indipendentemente dalla necessità del presente, si presentano con una frequenza più o meno costante.

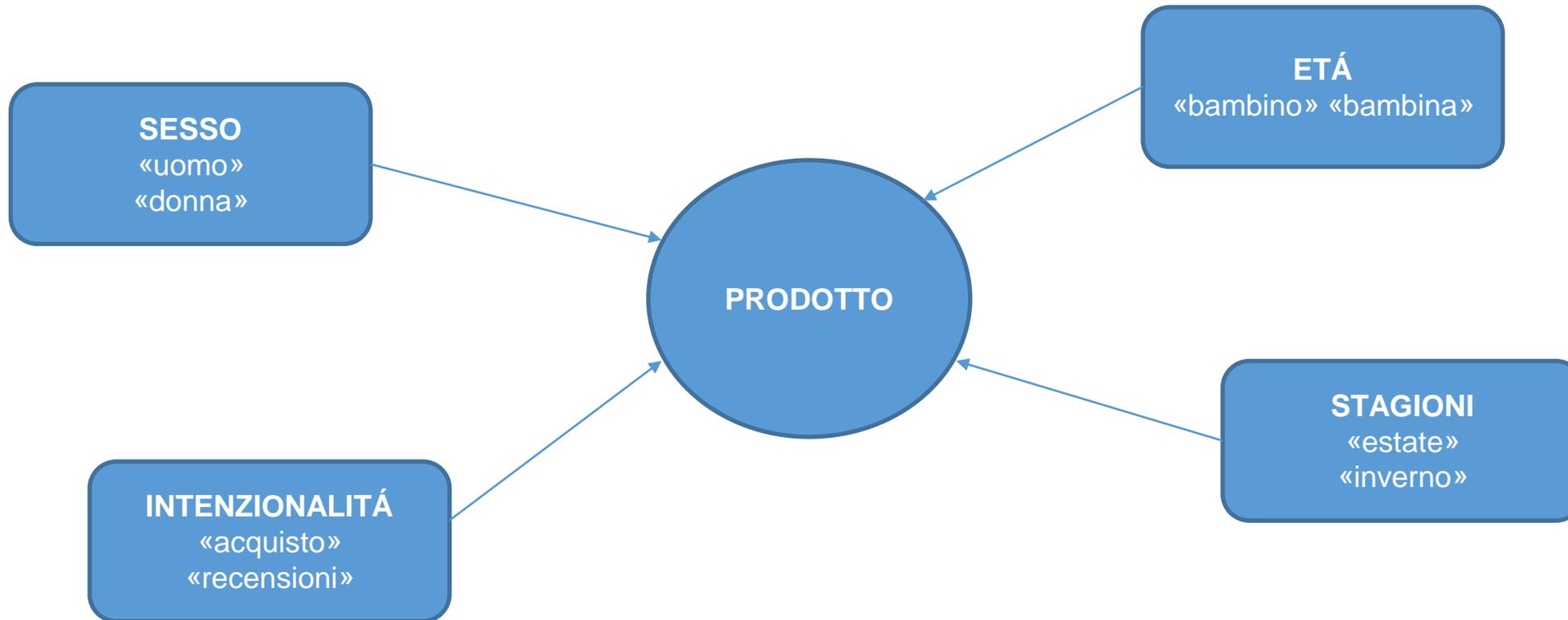
Si riflettono nelle **necessità primarie** degli utenti che approcciano la ricerca di un'informazione, un servizio o un prodotto.

Generalmente, **diventano più specifiche** man mano che l'istruzione del cliente su quello che sta cercando si fa più **approfondita**.

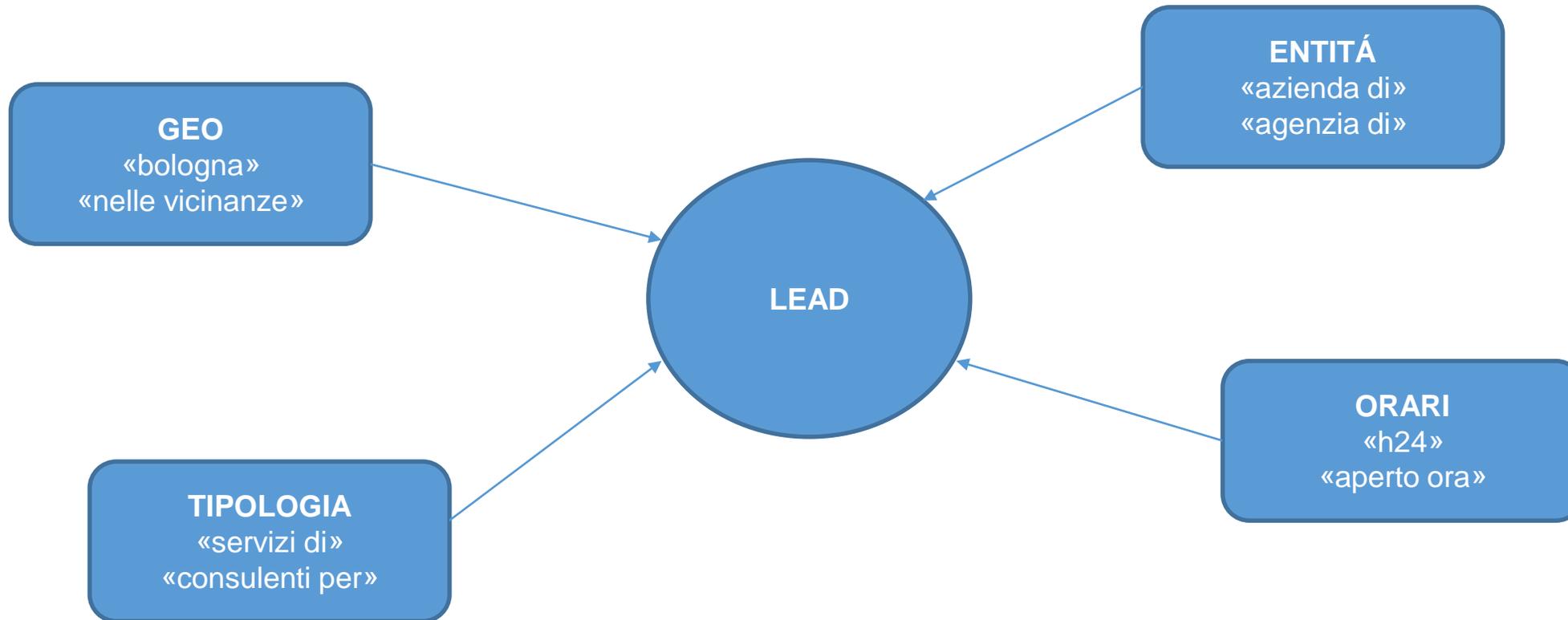
2. KW Research: cluster di query informazionali

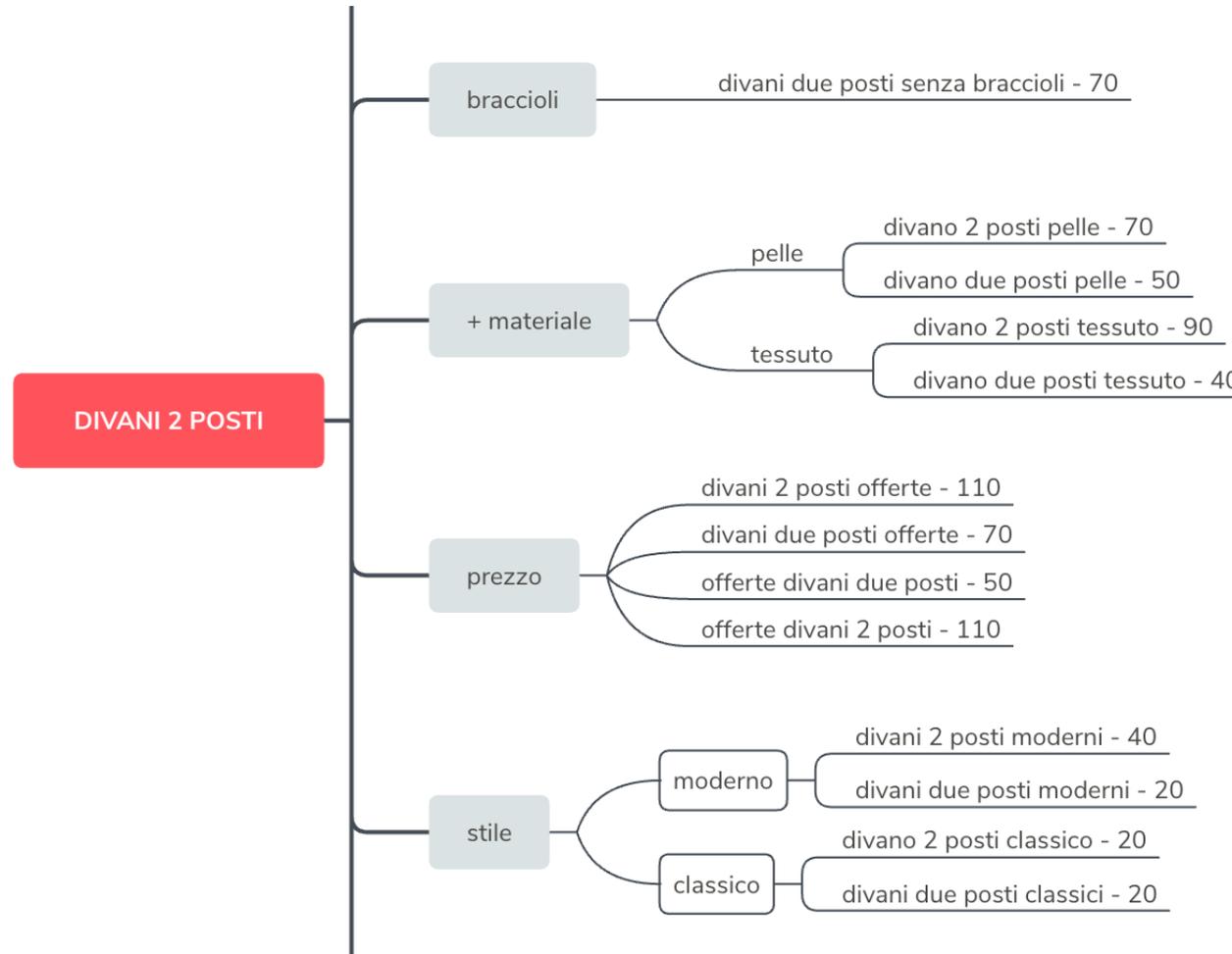


2. KW Research: cluster di query transazionali



2. KW Research: cluster di query lead





2. Riepilogando

- 1 fare mente locale sulle domande intorno alla domanda
- 2 sfruttare il planner di Google Ads, per valutare le correlate ordinate per pertinenza
- 3 interrogare le SERP e utilizzare tool SEO
- 4 sfruttare strumenti per identificare termini sinonimici
- 5 sfruttare la Search Console, se il sito è già online ed è disponibile
- 6 raccogliere i dati

3. SEARCH INTENT. Dalle Parole ai Concetti

3. SEARCH INTENT: micro e MACRO

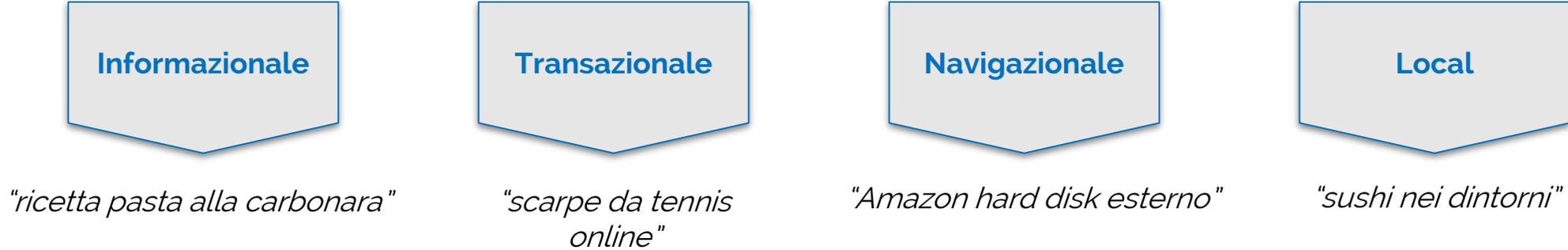
Parlando di **Search Intent**, o **intenzione di ricerca**, si fa riferimento all'obiettivo espresso dalla query di ricerca digitata dall'utente nel *query box*.

Comprendere correttamente il Search Intent fornisce due importanti indicatori su come svolgere il lavoro di ottimizzazione su un sito web:

1. **(Micro)** permette di identificare la migliore risposta a una determinata query.
> *cosa si aspetta un utente che effettua una determinata ricerca?*
1. **(MACRO)** permette di comprendere a quante query fa capo una singola necessità.
> *in quanti modi differenti gli utenti cercano la stessa cosa?*

3. SEARCH INTENT: micro

Si suddivide il Search Intent di una kw/query in quattro macro-categorie: **informazionale**, **transazionale**, **navigazionale** e **local**.



Ad ogni tipo di Search Intent corrisponde la presenza in SERP di determinati elementi.

3. SEARCH INTENT: micro - informativi

Google

Tutti Video Notizie Immagini Shopping Altro Impostazioni Strumenti

Circa 3.030.000 risultati (0,44 secondi)

Ricette



Spaghetti alla Carbonara

Ricette GialloZafferano
4,2 ★★★★★ (1274)
25 min



Spaghetti alla carbonara: la vera ricetta

La Cucina Italiana
4,2 ★★★★★ (111)
30 min



Spaghetti alla Carbonara: la Ricetta...

Tavolartegusto
5,0 ★★★★★ (5)
15 min

Visualizza altre

ricette.giallozafferano.it > Spaghetti-alla-Carbonara

Ricetta Spaghetti alla Carbonara - La Ricetta di GialloZafferano

La ricetta degli spaghetti alla carbonara è tipica del Lazio ed è apprezzata in tutto il mondo grazie alla sua semplicità, facilità e bontà!
★★★★★ Valutazione: 4,2 · 1.274 voti · 25 min · 680 kcal

www.lacucinaitaliana.it > Ricette > Primi

Spaghetti alla carbonara: la ricetta originale passo dopo passo

Come realizzare una perfetta pasta alla carbonara: segui i nostri consigli e scopri la ricetta tradizionale, col guanciale, non con la pancetta!
★★★★★ Valutazione: 4,2 · 111 voti · 30 min

www.tavolartegusto.it > ... > Primi Piatti > Primi di Terra

Spaghetti alla Carbonara: la Ricetta originale passo passo ...

19 mag 2020 — Gli Spaghetti alla Carbonara sono un primo piatto della cucina romana. Scopri la Ricetta originale passo passo e segreti come fare la ...
★★★★★ Valutazione: 5 · 5 recensioni · 15 min

Video



Spaghetti alla Carbonara ricetta ORIGINALE

11:53



SPAGHETTI ALLA CARBONARA - ricetta originale - PASTA ...

11:56



CARBONARA PERFETTA: la ricetta di GialloZafferano

4:19

Google

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 116.000.000 risultati (0,96 secondi)

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

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

Cosa vedere a Roma, in Italia? Le 25 migliori cose da fare. Come visitare Roma in 1, 2, 3, 4 o 5 giorni, la mia guida con tutti i posti da visitare e luoghi di ...
★★★★★ Valutazione: 5 · 14 voti

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

Principali attrazioni per: Roma

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



Colosseo

4,7 ★★★★★ (250.025)
Celebre arena dei gladiatori romani



Basilica di San Pietro

4,8 ★★★★★ (117.479)
Più grande basilica cristiana al mondo



Pantheon

4,8 ★★★★★ (146.686)
Celebre chiesa romana con tombe storiche

Altre cose da fare




Roma
Capitale dell'Italia

Roma, capitale dell'Italia, è una grande città cosmopolita con una storia artistica, architettonica e culturale che ha influenzato tutto il mondo e che risale a quasi 3000 anni fa. Le antiche rovine come il Foro e il Colosseo testimoniano la potenza dell'antico Impero romano. Nella Città del Vaticano, sede della Chiesa Cattolica, si trovano la Basilica di San Pietro e i Musei Vaticani, che ospitano capolavori come la Cappella Sistina affrescata da Michelangelo.

Anno di fondazione: 21 aprile 753 avanti Cristo
Area: 1.285 km²
Meteo: 22 °C, vento 0 a 14 km/h, umidità 55%
Popolazione: 2,873 milioni (2017) ISTAT
Provincia: Lazio
Ora locale: venerdì 17:46

Elementi tipici da SERP informativa:

- > contenuti come guide, *how to*, tutorial
- > presenza di altri media (video, immagini)
- > presenza della sezione Google News
- > Knowledge Graph e *featured snippet*

3. SEARCH INTENT: micro - transazionali

Google

Tutti Shopping Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 19.300.000 risultati (0,58 secondi)

Annuncio · [www.tennis-point.it/](#) · 06 8997 1908
Scarpe da tennis moderne - Final Deals: Fino al 75%
 Ampia scelta di **scarpe da tennis** moderne a **Tennis-Point** a prezzi ragionevoli. Final Deals: Ordina ora & risparmia fino al 75 %. Solo per questo fine settimana! Acquisti Sicuri.

Final Deals: Fino al 75%
 Risparmia fino al -75%. Solo per questo fine settimana!

Abbigliamento da Tennis
 Abbigliamento da tennis funzionale e alla moda su Tennis Point!

Annuncio · [www.tenniswarehouse-europe.com/](#)
Scarpe Da Tennis - Scarpe da Tennis Uomo 2020
 Servizio clienti in Italiano attivo tutti i giorni, anche il sabato. Gli esperti. Grandi Marche...

Annuncio · [www.mistertennis.com/](#)
Scarpe da Tennis - Vendita online su MisterTennis.com
 Se parliamo di **scarpe da tennis** non c'è posto migliore che MisterTennis.com. Nel...

Annuncio · [www.nencinisport.it/](#) · 055 882 6000
Scarpe Tennis: Il Meglio Online con Sconti Fino a - 71% | Nencini...
 Acquista **Online** le **Scarpe** Esclusive su NenciniSport.it. Miglior Prezzo Sempre. Compra Ora!

[www.cisalfasport.it](#) > it-it > sport > tennis > scarpe
Scarpe da tennis online | Cisalfa Sport
 Scopri gli ultimi arrivi! **Scarpe da tennis online** delle migliori marche. Acquista su [cisalfasport.it](#), spedizione gratuita sopra 80€ e reso facile!

[www.mistertennis.com](#) > scarpe-tennis
Scarpe da Tennis - Vendita online su MisterTennis.com
 Scarpe da tennis : scopri la vasta offerta di modelli disponibili nel negozio per il tennis **online**. Scegli tra le scarpe dei campioni e le ultime novità. Reso sempre ...
 Uomo · Adidas · Donna · Bambini

[www.shopalike.it](#) > Calzature > Scarpe sportive
Scarpe da tennis | Online su ShopAlike
 Scarpe larghezza E bianche con stringhe da tennis per Donna adidas Torsion. 83,97 €* 119,95*. Scarpe nere da tennis per Uomo Diadora Speed Blushield.

[www.nencinisport.it](#) > SPORT > Tennis > Scarpe
Scarpe Tennis: Il Meglio Online con Sconti Fino a - 71 ...
 Lo store di Nencini Sport mette a tua disposizione un vasto assortimento di **scarpe da tennis** proposte a prezzi scontati fino al 50%. Realizzati dalle migliori ...
 Scarpe Tennis: Il Meglio ... - Scarpe Tennis Donna - Scarpe Tennis Uomo

Annunci - Guarda scarpe da te...

Nike Performance Court LITE 2... 38,45 € Zalando.it Spediz. gratuita Da Shoptail	Lotto - Space 400 cly - Performance... 48,00 € Lotto Sport Italia Spediz. gratuita Da Google	Babolat Pulsa EU 43 53,99 € Smashinn.com Da Google
Babolat Propulse All Court Bambini... 39,90 € MisterTennis.com ★★★★★ (8) Da Google	ASICS GEL-Domain 3 Uomo... 34,99 € scontosport.it Da Google	Lotto - Mirage 300 cly - Performance... 54,00 € Lotto Sport Italia Spediz. gratuita Da Google

Google

Tutti Shopping Immagini Notizie Maps Altro Impostazioni Strumenti

Circa 45.600.000 risultati (0,44 secondi)

VenditadimobiliOnline® | Grandi Offerte Saldi | Fino al 80% di Sconto
(Ann.) [www.venditadimobilionline.it/](#)
 Sorprenditi con le nuove idee. Divani, tavoli da salotto elevabili o poltrone relax. Tutti gli stili e modelli al miglior prezzo. Approfitta delle grandi offerte di mobili! Saldi Sconti fino al 80% Saldi Sconti fino al 70% Pagamenti sicuri al 100% Mobili al miglior prezzo. Tipi: Tavoli e Sedie, Divani.

Saldi Tavoli e sedie -50%
 Ampia selezione di set di tavoli e sedie

Saldi Illuminazione -50%
 Lampade da soffitto, piantane tavolo al miglior prezzo

Saldi Hartè | Liquidazione mobili | Sconti oltre il 60% | xpl.io
(Ann.) [harte.xpl.io/Hartè/Saldi](#)
 Qualità e design made in Italy. Cucine, soggiorni, camere, camerette e complementi in offerta speciale! Trasporto e montaggio. Mobili su misura. Miglior prezzo. Pronta consegna.

MobilClick: Vendita Mobili Online
<https://www.mobilclick.it/it/>
 Vendita di mobili online per tutte le esigenze: arredi di design, rustici e country. Scegli l'arredo per le zone giorno e notte, per la cucina e il bagno.
 Vendita Mobili Online - Vendita mobili online multiuso ... Condizioni di Vendita

home24: Mobili e arredamento online per la tua casa
<https://www.home24.it/>
 Acquistare mobili e complementi online: sicuro e conveniente su home24.it. ✓Spedizione e reso gratuiti ✓Diritto di recesso entro 30 giorni ✓Alta qualità.
 Mobili - Mobili Lavabo - Mobili da giardino - Mobili lounge

Youredo | Shop mobili e arredamento on line
<https://www.youredo.it/>
 Youredo è lo shop online per comprare mobili e arredamento in offerta per la tua casa, l'ufficio e il ... La vetrina di mobili e arredamento in vendita on-line ...

Venditadimobilionline: Arredare casa con mobili on line economici ...
<https://www.venditadimobilionline.it/>
 Arredare la tua casa con mobili on line è davvero facile! In Venditadimobilionline ti offriamo una grande selezione di divani moderni, tavoli e sedie di design.

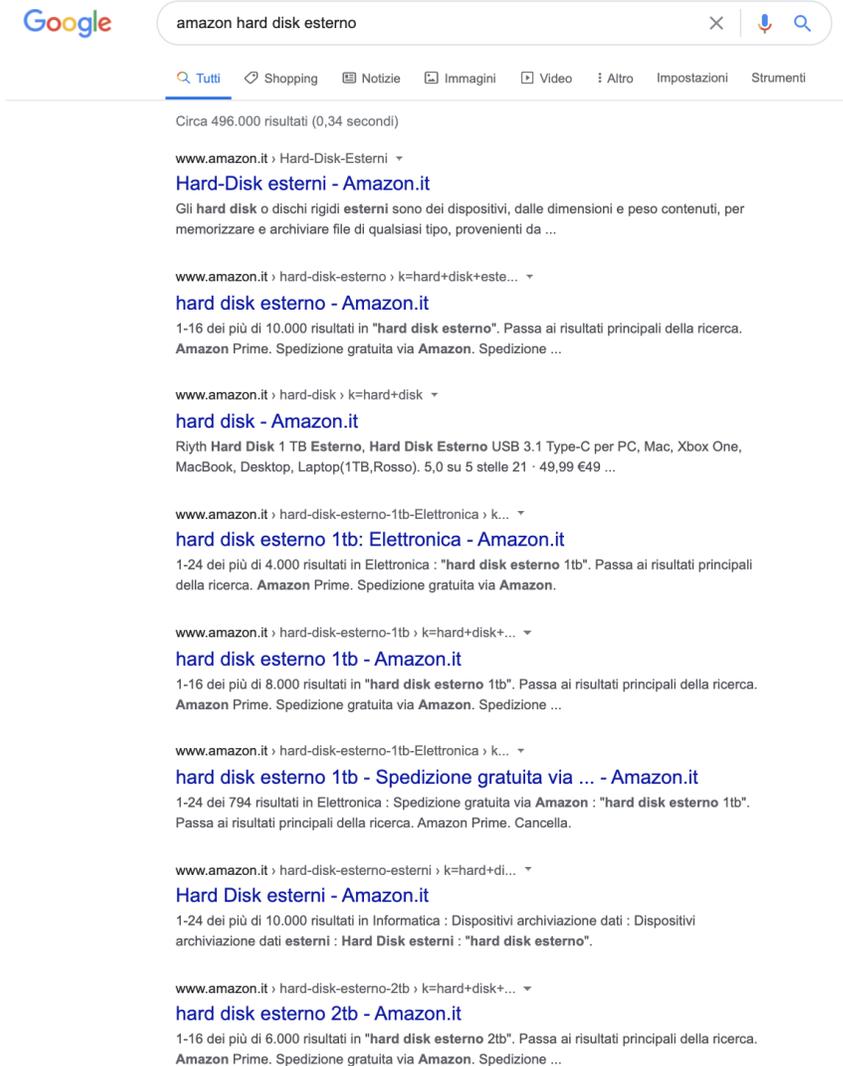
Guarda vendita mob... Sponsorizzato

Cassettera per contenit... 150,18 € Zanick Spediz. gratuita Da Google	Libreria Eco dotata di un ... 48,79 € Viking Da Google	Mobile porta TV in mango scuro 599,00 € Tikamoon.it Da Yteo
Saldi! Sedia DSW Eames 17,90 € Superstudio.it Da Google	Floyd libreria a giorno e colonna 135,00 € Smart Arredo De. Spediz. gratuita Da Google	Mobile porta tv in legno di ... 799,00 € Tikamoon.it ★★★★★ (19) Da Yteo

Elementi tipici da SERP transazionale:

- > massiccia presenza di Ads Search
- > massiccia presenza di Shopping
- > presenza di siti web di vendita
- > tab di ricerca con Shopping in evidenza

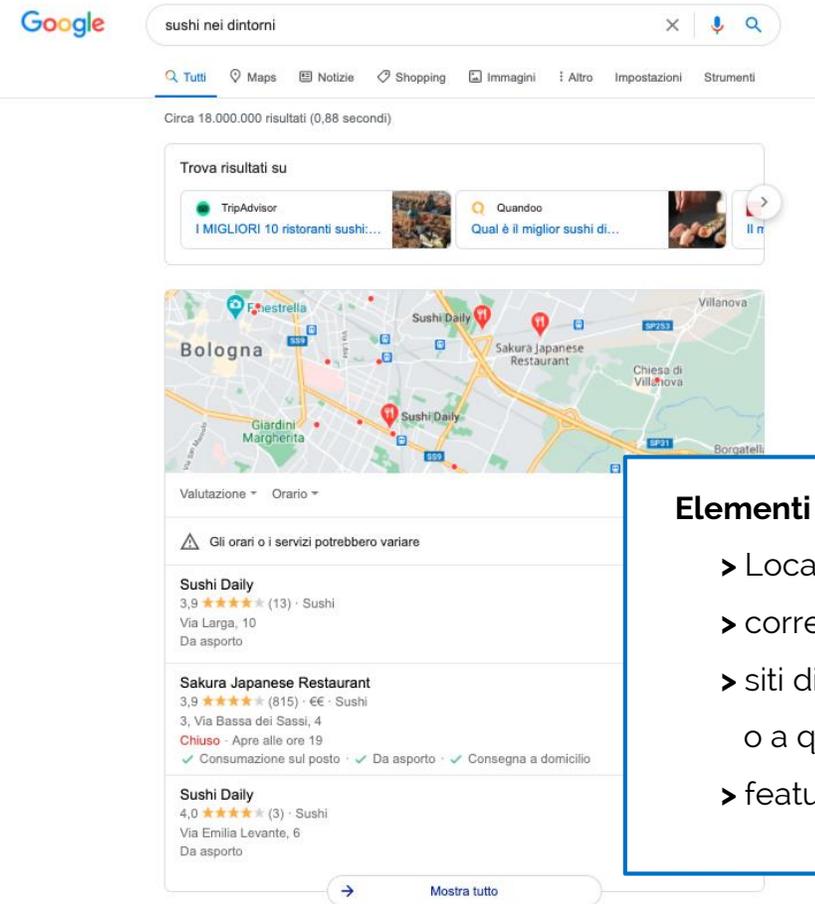
3. SEARCH INTENT: micro - navigazionali



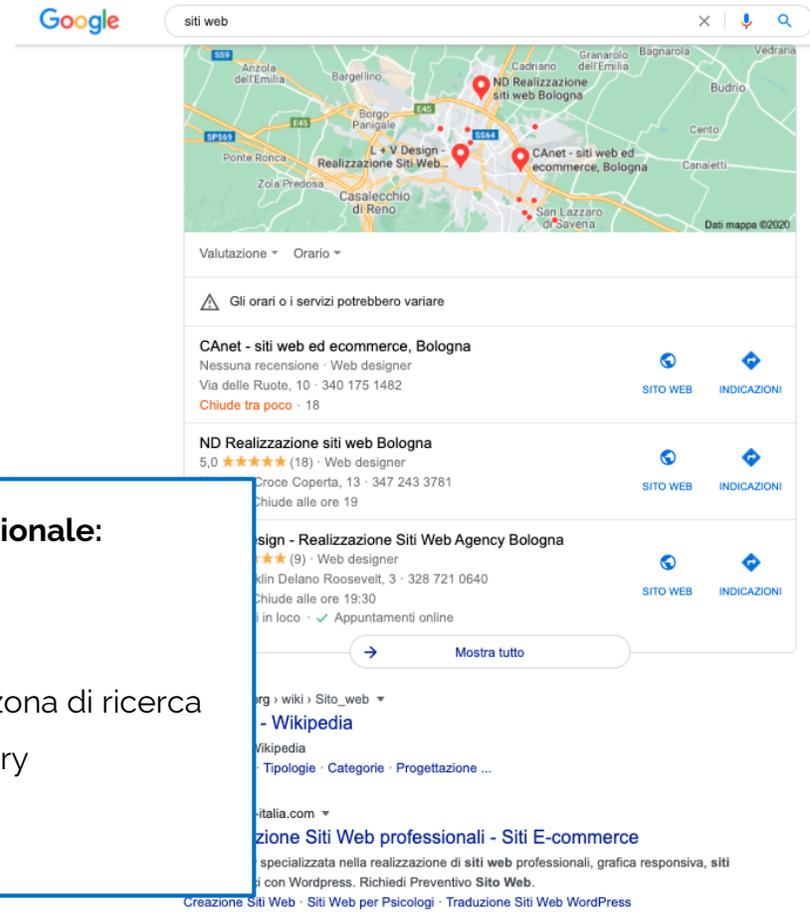
Elementi tipici da SERP navigazionale:

- presenza massiccia e/o esclusiva del Brand citato nella query di ricerca

3. SEARCH INTENT: micro - local



www.tripadvisor.it > ... > Provincia di Bologna > Bologna >
I MIGLIORI 10 ristoranti sushi: Bologna - Tripadvisor - Leggi ...
 Migliori ristoranti sushi a Bologna, Italia: su Tripadvisor trovi recensioni di ristoranti a Bologna, ...
 Vuoi estendere la ricerca ai dintorni di Bologna? ... Risparmia fino al 50% nei ristoranti di Bologna prenotando su Tripadvisor Vedi tutte le offerte.
 Ristorante Giapponese Yoshi · Kome Ristorante Giapponese



Elementi tipici da SERP transazionale:

- > Local Pack
- > correlate geolocalizzate
- > siti di attività correlate alla zona di ricerca o a quella inserita nella query
- > featured snippet local

it.wix.com >
Wix.com: Creare un sito web gratis | Fare il tuo sito internet
 Crea il tuo sito web gratis con Wix.com. Non serve alcuna nozione tecnica. Personalizzato: scegli il design, modificalo e pubblica il tuo sito oggi stesso.
 Come creare un sito web · Pacchetti Premium · Funzionalità · Template

www.quolab.it > realizzazione-siti-web-bologna >
Realizzazione Siti Web e E-Commerce | Web Agency Bologna ...
 Quolab AR progetta e sviluppa siti web per piccole e medie imprese, professionisti e

3. SEARCH INTENT: MACRO



cose da vedere a roma

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 53.300.000 risultati (1,12 secondi)

Principali attrazioni per: Roma



Colosseo
Celebre arena dei gladiatori romani



Basilica di San Pietro
Più grande basilica cristiana al mondo



Foro Romano
Scavi nel cuore dell'Impero Romano



Pantheon
Celebre chiesa romana con tombe...

Altre cose da fare

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

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

29 set 2019 - Cosa vedere a Roma, in Italia? Le 25 migliori cose da fare. Come visitare Roma in 1, 2, 3, 4 o 5 giorni, la mia guida con tutti i posti da visitare e ...

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

www.cosafarearoma.it › roma-gratis

Roma Gratis: Ecco 10 Luoghi da Vedere Assolutamente!

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

www.10cose.it › Roma

Roma | Cosa vedere a Roma - 10Cose.it

Le 10 cose da fare e vedere assolutamente durante una vacanza o un week-end a Roma.



Roma

Capitale dell'Italia

Roma, capitale dell'Italia, è una grande città cosmopolita con una storia artistica, architettonica e culturale che ha influenzato tutto il mondo e che risale a quasi 3000 anni fa. Le antiche rovine come il Foro e il Colosseo testimoniano la potenza dell'antico Impero romano. Nella Città del Vaticano, sede della Chiesa Cattolica, si trovano la Basilica di San Pietro e i Musei Vaticani, che ospitano capolavori come la Cappella Sistina affrescata da Michelangelo.

Anno di fondazione: 21 aprile 753 avanti Cristo

Area: 1.285 km²

Meteo: 20 °C, vento O a 14 km/h, umidità 56%

Popolazione: 2,873 milioni (2017) ISTAT

Provincia: Lazio

Ora locale: sabato 20:02

Pianifica un viaggio

Guida turistica per: Roma

La query "cose da vedere a Roma" (14800 ricerche medie mensili) presenta una serie di guide sulle principali attrazioni turistiche nella capitale.

3. SEARCH INTENT: MACRO



luoghi da visitare a roma

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 15.700.000 risultati (0,85 secondi)

Principali attrazioni per: Roma



Colosseo
Celebre arena dei gladiatori romani



Basilica di San Pietro
Più grande basilica cristiana al mondo



Foro Romano
Scavi nel cuore dell'Impero Romano



Pantheon
Celebre chiesa romana con tombe...

Altre cose da fare

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

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

29 set 2019 - Visitare Roma: I più importanti luoghi di interesse. 1. Il Colosseo e i suoi giochi cruenti. Iniziamo questo elenco dei migliori posti da vedere a ...

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

www.cosafarearoma.it › roma-gratis

Roma Gratis: Ecco 10 Luoghi da Vedere Assolutamente!

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

www.luoghidinteresse.it › Capitali Europee

Cosa Vedere a Roma: 50 Luoghi di Interesse e Posti da Visitare

17 mag 2017 - Ci sono 50 posti che devi assolutamente visitare durante la tua visita a Roma. Intrattenimento, cultura e arte: scopri le mete insolite da visitare!



Roma

Capitale dell'Italia

Roma, capitale dell'Italia, è una grande città cosmopolita con una storia artistica, architettonica e culturale che ha influenzato tutto il mondo e che risale a quasi 3000 anni fa. Le antiche rovine come il Foro e il Colosseo testimoniano la potenza dell'antico Impero romano. Nella Città del Vaticano, sede della Chiesa Cattolica, si trovano la Basilica di San Pietro e i Musei Vaticani, che ospitano capolavori come la Cappella Sistina affrescata da Michelangelo.

Anno di fondazione: 21 aprile 753 avanti Cristo

Area: 1.285 km²

Meteo: 20 °C, vento O a 14 km/h, umidità 56%

Popolazione: 2,873 milioni (2017) ISTAT

Provincia: Lazio

Ora locale: sabato 20:04

Pianifica un viaggio

Guida turistica per: Roma

La query "luoghi da visitare a Roma" (720 ricerche medie mensili) presenta una serie di guide sulle principali attrazioni turistiche nella capitale.

3. SEARCH INTENT: perché studiare le SERP?

Lo studio delle pagine dei risultati di ricerca fornisce un set di informazioni di estrema importanza per comprendere l'**intenzione di ricerca degli utenti**. Ogni elemento inserito da Google in una SERP fornisce:

1. un tassello ulteriore per la comprensione di **quale contenuto sia necessario per risultare autorevole** per una specifica query;
2. informazioni su quali query **rispondano allo stesso Search Intent** e necessitino un **solo contenuto / punto di accesso**.

*Pulire la KW research: capire **come strutturare il sito e ottimizzare ciascuna pagina**.*

3. SEARCH INTENT: query generiche, specifiche e long tail

L'analisi dell'intenzione di ricerca di una query nella sua SERP fornisce un ulteriore e fondamentale strumento di analisi: la relazione gerarchica che si interpone fra una query generica e query più specifiche.



"Roma"



"cosa vedere a Roma"



"cosa vedere a Roma in 3 giorni"

3. SEARCH INTENT: keyword generiche

The screenshot shows a Google search for 'roma'. The search bar is at the top. Below it, there are navigation tabs: Tutti, Maps, Notizie, Immagini, Video, Altro, Impostazioni, Strumenti. The results are categorized into 'Notizie principali' (main news), 'Roma - Wikipedia', and 'AS Roma (@OfficialASRoma) - Twitter'. The 'Notizie principali' section is circled in red and contains three news items from 'la Repubblica' and 'Roma - la Repubblica'. The 'Roma - Wikipedia' section is circled in blue and contains a map of Rome and a text description. The 'AS Roma (@OfficialASRoma) - Twitter' section is circled in yellow and contains a tweet from @EdDzeko. A central grey box with a blue border contains the text: "roma" Search Intent confuso.

The screenshot shows a Google search for 'roma'. The search bar is at the top. Below it, there are navigation tabs: Tutti, Maps, Notizie, Immagini, Video, Altro, Impostazioni, Strumenti. The results are categorized into 'Principali attrazioni per: Roma', 'Video', and 'Turismo Roma | Home - Roma Capitale'. The 'Principali attrazioni per: Roma' section is circled in blue and contains four images of Roman landmarks: Colosseo, Basilica di San Pietro, Foro Romano, and Pantheon. The 'Video' section is circled in purple and contains three video thumbnails. The 'Turismo Roma | Home - Roma Capitale' section is circled in grey and contains a text description of Rome as a tourist destination. A central grey box with a blue border contains the text: "roma" Search Intent confuso.

3. SEARCH INTENT: keyword specifiche



cose da vedere a roma

Tutti Maps Immagini Notizie Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 53.300.000 risultati (1,12 secondi)

Principali attrazioni per: Roma



Colosseo
Celebre arena dei gladiatori romani



Basilica di San Pietro
Più grande basilica cristiana al mondo



Foro Romano
Scavi nel cuore dell'Impero Romano



Pantheon
Celebre chiesa romana con tombe...

Altre cose da fare

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

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

29 set 2019 - Cosa vedere a Roma, in Italia? Le 25 migliori cose da fare. Come visitare Roma in 1, 2, 3, 4 o 5 giorni, la mia guida con tutti i posti da visitare e ...

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

www.cosafarearoma.it › roma-gratis

Roma Gratis: Ecco 10 Luoghi da Vedere Assolutamente!

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

www.10cose.it › Roma

Roma | Cosa vedere a Roma - 10Cose.it

Le 10 cose da fare e vedere assolutamente durante una vacanza o un week-end a Roma.



Roma

Capitale dell'Italia

Roma, capitale dell'Italia, è una grande città cosmopolita con una storia artistica, architettonica e culturale che ha influenzato tutto il mondo e che risale a quasi 3000 anni fa. Le antiche rovine come il Foro e il Colosseo testimoniano la potenza dell'antico Impero romano. Nella Città del Vaticano, sede della Chiesa Cattolica, si trovano la Basilica di San Pietro e i Musei Vaticani, che ospitano capolavori come la Cappella Sistina affrescata da Michelangelo.

Anno di fondazione: 21 aprile 753 avanti Cristo

Area: 1.285 km²

Meteo: 20 °C, vento O a 14 km/h, umidità 56%

Popolazione: 2,873 milioni (2017) ISTAT

Provincia: Lazio

Ora locale: sabato 20:02

Pianifica un viaggio

Guida turistica per: Roma

“cosa vedere a Roma”
Search Intent più evidente

3. SEARCH INTENT: long tail



cosa vedere a roma in un giorno



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

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

Passa a **Cosa vedere a Roma in 1 giorno** - Quanti giorni servono per visitare Roma? **Cosa vedere a Roma in 1 giorno**; Cosa vedere a Roma in 2 giorni ...

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

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

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

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

Piazza di Spagna · Fontana di Trevi · Fori Imperiali e Colosseo · Pantheon

www.vologratis.org > roma-in-un-giorno-itinerario

Roma in un giorno: cosa visitare. Itinerario completo ...

21 mar 2018

Seguendo questo itinerario per visitare Roma in un giorno ti prometto che riuscirò a farti vedere almeno ...

www.travel365.it > ... > Europa > Italia > Lazio > Roma

Cosa vedere a Roma in un giorno - Travel365

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!

Le persone hanno chiesto anche

Cosa vedere a Roma in un giorno a piedi?



Cosa fare a Roma in mezza giornata?



Cosa vedere in due giorni a Roma?



Quanti giorni sono necessari per visitare Roma?



“cosa vedere a Roma in un giorno”
Search Intent
inequivocabile

3. SEARCH INTENT: riassumendo

Posto che il Search Intent rappresenta la necessità dell'utente nel digitare una specifica query, è necessario:

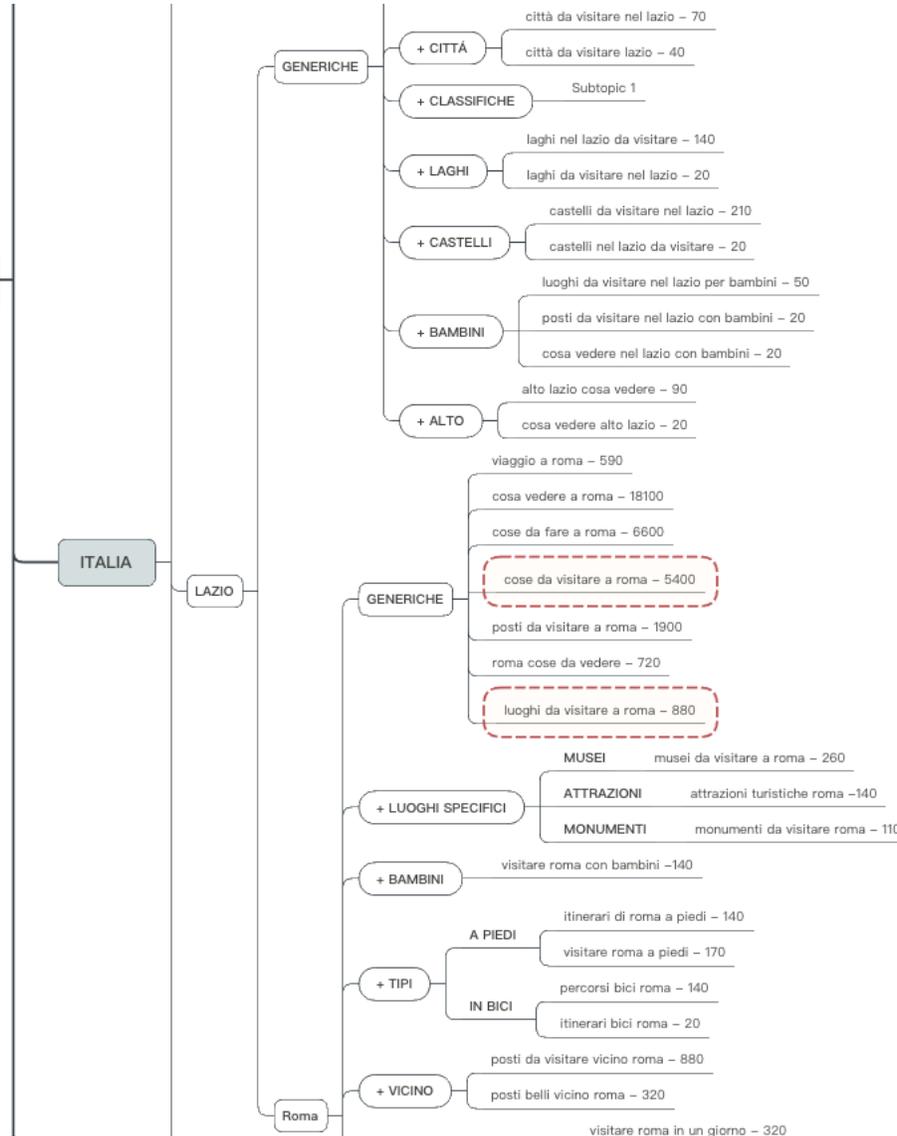
- distinguere le kw / query troppo generiche (ad esempio "roma"), dalle query in target rispetto la propria capacità di intervento su uno specifico argomento;
- distinguere le kw / query fra transazionali, informativi e navigazionali;
- studiare le SERP per comprendere la **profondità del Search Intent**, intesa come quantità di query differenti che sono riconducibili alla stessa necessità dell'utente;
- riconoscere, in SERP, la differenza fra **indexing** e **ranking** per le query selezionate e scegliere quale/i query puntare con maggior forza.

3. SEARCH INTENT: considerazioni finali

Cosa significa?

- un contenuto, in una struttura ragionata, viene indicizzato per un set di query più o meno numeroso;
- il ranking per le differenti query può essere differente, in base a:
 - grado di corrispondenza delle singole query all'intent generale;
 - ottimizzazione On Page del contenuto;
 - ottimizzazione Off Site del contenuto.

I Viaggi di Giada & Leo





GRAZIE!