

# Cosa è la SEO – Guida SEO 2019 per principianti + tutorial

Quando si parla di traffico organico e di ottimizzazione per i motori di ricerca, si intende l'arte o la scienza che permette di portare traffico mirato sui siti web proveniente dalle ricerche che gli utenti fanno sui motori di ricerca.

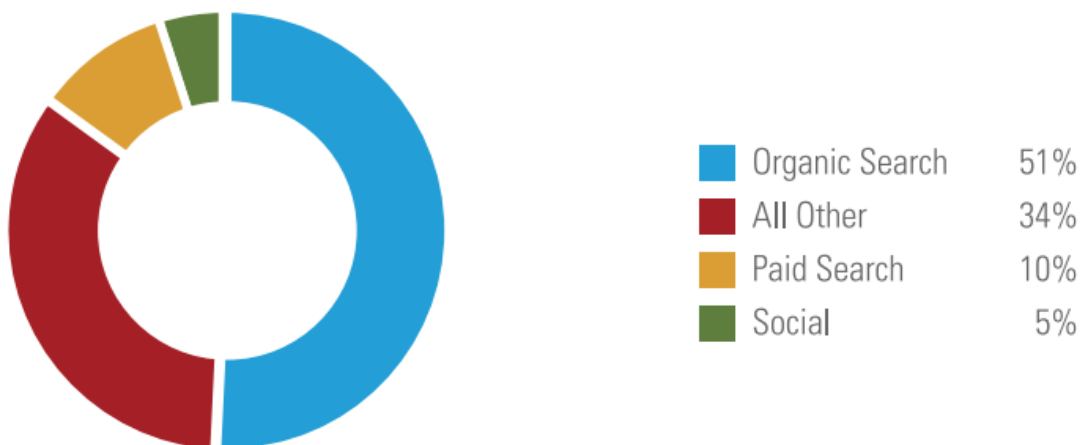
---

Perché la SEO è così importante?

Secondo uno studio fatto da [brightedge](#) il traffico verso i siti web viene dalle ricerche organiche e quindi dai motori di ricerca. Attraverso questo grafico puoi vedere a occhio nudo quale sia la potenza di questo canale di traffico che rispetto ai blasonati social è 10 volte più performante.

---

## Source of traffic



---

## La SEO è Il miglior canale di traffico sul web

E' veramente incredibile pensare a quante opportunità si celano dietro tutte le ricerche che portano un utente da un motore di ricerca direttamente sul tuo sito web, per farti capire di cosa parlo ti farò un esempio abbastanza chiarificatore.

Supponiamo tu voglia ottimizzare il tuo sito web al fine di essere presente sulle ricerche degli utenti quando digitano sul motore di ricerca la parola SEO Tools che, secondo le stime per volume traffico fa circa 720 ricerca.

<https://marcosalvo.it>

Questo vuol dire che 720 persone ricercano questa combinazione di parole in un mese.

Se tu riesci a posizionare il tuo sito al primo posto, supponendo che il primo risultato si becca circa il 30% dei click, potresti ottenere circa 216 persone per mese che entrano sulla tua pagina e che sono estremamente focalizzati su ciò che tu offri, il che significa che hanno un potenziale enorme e questo è il motivo principale per cui dovresti iniziare sin da subito a cercare di posizionarti per le combinazioni di parole che più si addicono al tuo obiettivo.

## La ricerca a pagamento (differenze con la SEO)

Supponiamo di voler ottenere lo stesso tipo di risultato, sfruttando il posizionamento a pagamento, ovvero pagheremo per ogni click che l'utente farà sul link sponsorizzato, ovvero sulla nostra pubblicità.

Abbiamo detto che se ci posizioniamo per primi potremmo ottenere circa 216 click per mese. la Keyword oggetto di questo esempio ha un costo per click di 0,78 centesimi di euro, quindi facendo una semplice moltiplicazione potremmo ottenere il costo di questo singolo posizionamento a pagamento, ovvero:  $216 * 0,78 \text{ Euro} = 168,84 \text{ Euro}$  per mese.

Invece, raggiungendo lo stesso obiettivo con attraverso la SEO (Search Engine Optimization) non solo potremmo risparmiarci di pagare tutti quei soldi, ma grazie al meccanismo che Google utilizza per classificare le pagine web e i siti con tutta probabilità la stessa pagina che abbiamo ottimizzato, si posizionerà per altre combinazioni di parole, aumentando le occasioni che abbiamo di raggiungere il nostro obiettivo.

Questo non vuol dire che la ricerca a pagamento non è una buona strada da percorrere, semplicemente che la SEO, ottenuto il risultati sperato, è molto meglio, ma ho voluto spiegare la differenza tra traffico organico e traffico a pagamento perché quando si guarda il risultato di una ricerca su Google, ci si imbatte in queste due tipologie di risposta.

Circa 208.000.000 risultati (0,42 secondi)

**SEMrush SEO Tool | La tua strategia SEO vincente | SEMrush.com**

**Annuncio** [www.semrush.com/](http://www.semrush.com/)

Raccolta all-in-one degli strumenti **SEO** per promuovere il tuo sito web! 491 milioni di domini. Miglior **SEO Suite 2018**. 8 miliardi di backlink. 3 mln+ di utenti. Servizi: Analisi keyword, Site Audit, Backlinks. **TRIAL** - 0,00 USD/mese - Iscriviti · Altro

**Blog**

Stai al passo con le novità sul marketing digitale.

**Analisi backlink**

Ottieni i dati dei link in entrata per qualsiasi sito web.

**SEO Software online | Migliore posizionamento online**

**Annuncio** [www.rankingcoach.com/](http://www.rankingcoach.com/)

Con il software **SEO** rankingCoach ottieni un miglior posizionamento online! Analisi sito web gratuita. Semplice **SEO** fai-da-te. Analisi del sito gratuita. Strategia **SEO** fai-da-te. Ottimi risultati a 24,95€. Marketing Online Locale. Consigli e Trucchi **SEO**. Piano fai-da-te su misura. Programma **SEO** · Rivenditori · Contatti · Prenota il webinar gratis · Cos'è rankingCoach? Prova ora gratis - 0,00 € - Iscriviti ora · Altro

**SEO tool | Best SEO Tools At One Platform | Highly Rated On Capterra**

**Annuncio** [www.seranking.com/](http://www.seranking.com/) +44 20 3575 1452

Check Your Rankings, Run Website Audit, Discover **SEO/PPC** Competitors And Reach SERP's Top Keyword position tracking - a partire da 3,00 €/mese - For all locations/devices · Altro

**37 strumenti SEO gratuiti: guida definitiva ai SEO Tools - Studio Samo**

<https://www.studiosamo.it/seo/strumenti-seo-guida-seo-tools-free/>

Ti piacciono gli strumenti SEO e le cose gratis? Di sicuro amerai questa lista di 36 **SEO Tools** free!

**SEOZoom - la Suite di SEO Tool tutta italiana**

<https://www.seozoom.it/>

SEOZoom è la **SEO** suite made in Italy che ti consente di analizzare i volumi di traffico, l'andamento delle keyword e studiare la concorrenza.



Ricerche a pagamento

Ricerche organiche



Come funzionano i motori di ricerca

nel paragrafo precedente ho parlato di ricerche utente e di risposte da parte del motore di ricerca, ma esattamente come funzionano i motori di ricerca e come funziona la ricerca di Google?

In realtà dietro le risposte che vengono date da Google, Youtube, Bing etc.. ci sono molti ragionamenti fatti e molte decisioni prese a monte, solo che a farle non è un essere umano ma un potente software che attraverso **diversi algoritmi** riesce a indicizzare e successivamente catalogare ogni risorsa presente sul web.

Queste operazioni, sono rese possibili, abbiamo detto, grazie all'applicazione di calcoli complessi fatti da algoritmi che a loro volta vengono realizzati sulla base di brevetti e dichiarazioni da parte della grande G come quello del **PageRank** (US6285999 (B1) ormai non più aggiornato ma ancora ampiamente utilizzato come base dell'algoritmo per calcolare l'autorevolezza di domini e pagine.

*Gli algoritmi quindi non sono umani e non determinano in modo soggettivo la veridicità delle pagine Web, piuttosto si concentrano su segnali misurabili e su come gli utenti e i siti web valutano l'esperienza, affidabilità, o autorevolezza di una pagina web sugli argomenti trattati.*

Prova anche solo per un attimo a pensare quanto grande sia la mole di lavoro che c'è dietro e quanto sia complicato combattere l'azione dei furbetti che tentano in ogni modo di essere al primo posto tra i risultati organici.

## Le basi del funzionamento di Google

Quindi Google esegue la scansione delle risorse presenti sul web server attraverso lo spider che è un piccolo software in grado di seguire i collegamenti presenti all'interno del codice html delle pagine web.

Quando lo spider entra dentro un sito web scansionerà come prima risorsa il robots.txt che per convenzione si trova nella root del dominio, quindi qualsiasi dominio avrà il file robots a questo indirizzo:  
[www.nomedominio.it/robots.txt](http://www.nomedominio.it/robots.txt)

All'interno di questo file è possibile dare delle istruzioni specifiche allo spider cosicché lui sappia con esattezza se deve o non deve scansionare file, pagine, cartelle etc... (ne parleremo più avanti)

Cosa avviene dopo la scansione? iniziano una serie di processi che vado ad elencarti:

## Indicizzazione

Quando lo spider entra dentro il tuo sito inizia ad esaminare tutte le risorse linkate dalla home o presenti dentro la mappa del sito o sitemaps e poi le inserisce all'interno del suo catalogo acquisendo l'indirizzo web in modo tale da essere indicizzato.

I motori di ricerca utilizzano, con tutta probabilità la tecnologia denominata Hadoop che garantisce la gestione e l'interrogazione di enormi quantità di dati in modo rapido e veloce.

## Classificazione

Dopo che il nostro contenuto è stato indicizzato, si passa alla fase di classificazione e verifica dello stesso così da poter iniziare a mostrare il tuo contenuto all'interno di alcune ricerche fatte dagli utenti considerando che ogni ricerca ha innumerevoli risultati e che i risultati sono paginati, Google deve iniziare a capire in che posto inserire il tuo contenuto.

Questo è davvero il cuore della SEO perché in base a come viene fatto un contenuto e a quanto popolare può divenire nel tempo, le posizioni potrebbero essere sempre più vicine alla posizione numero 1.

La classificazione all'interno delle ricerche di Google avviene attraverso fasi differenti e in base a determinate metriche attribuite dal motore di ricerca.

## Posizionamento

Durante questa fase vengono valutati dal motore di ricerca più di 200 fattori che vengono comunemente chiamati **fattori di ranking**, ma oltre ai tecnicismi, quello che il motore di ricerca fa quando deve posizionarti all'interno di una o più ricerche è questo:

## Rilevanza

Quanto è rilevante il contenuto che Google ha trovato sul tuo sito rispetto alla tipologia di ricerca su cui potrebbe mostrarlo? Per fare questo vengono esaminati diversi fattori on-page, quindi testo, pagine linkate, approfondimenti etc.. ovviamente in combinazione con il dominio e con il resto dei contenuti che ha trovato.

Per farti un esempio, anche se hai scritto un testo esaustivo e ben organizzato sui viaggi in Giappone per single, non è detto che Google riesca a posizionarti nel migliore dei modi sulle ricerche adatte a quel contenuto se hai fatto capire, attraverso il resto dei contenuti, a Google che il tuo sito tratta solo di attività sportive all'aperto.

## Autorevolezza e Fiducia

Questa metrica, se così possiamo chiamarla, ha origine nel PageRank, l'algoritmo che classifica le pagine in merito ai link ricevuti, sia interni che esterni e in base alla loro qualità e anche se non viene più aggiornata e quindi non viene più seguita ed uno dei motivi, oltre allo SPAM generato dagli utenti grazie alla visualizzazione esplicita del valore di una pagina, è stato l'inserimento di un nuovo algoritmo capace di contribuire al risultato di una query di ricerca, ovvero **RankBrain** che in qualche modo impara, da solo, ogni giorno come migliorare.

RankBrain mette in relazione le connessioni che esistono tra collegamenti e parole riuscendo a capire, attraverso valori semantici, il contesto di un testo, in più grazie all'auto apprendimento e all'analisi delle tue ricerche precedenti riesce a capire in base alle ricerche generiche come "PESCA" se sei più interessato alla pesca sub o alla pesca intesa come frutto offrendoti la migliore selezione di contenuto adatto alle tue esigenze.

Quindi non solo autorevolezza dovuta ai collegamenti, ma anche ad altre metriche che riescono a fornire in qualche modo a Google indicazioni su quanto un sito web possa conquistare la fiducia delle persone e la buona permanenza al suo interno sia tramite link provenienti da siti strettamente legati al tema linkato che dal tempo di fruizione del contenuto.

## Utilità

Google si sta sempre più trasformando in un motore di ricerca che guarda non solo l'autorevolezza di un dominio e/o di una pagina web, ma anche quanto questa risorsa possa essere utile alla persona che ci si imbatte dopo aver fatto delle domande attraverso il suo box di ricerca.

Quindi attraverso determinati valori e l'estrapolazione di determinate metriche riesce a capire se, dopo aver posizionato una pagina web in cima ai risultati, quella stessa pagina è in grado di fornire utilità al navigatore e se il suo sentimento è positivo o meno.

Metriche che lo rendono sempre di più umano anche se trattasi sempre di intelligenza artificiale vedi **rank brain**.

Per farti un esempio di contenuto utile per l'utente, puoi pensare ad un contenuto ben organizzato nella sua forma, che non vuol dire solo ben formattato ma ben pensato e scritto in modo da essere particolarmente fruibile per il target che si imbatte nella lettura o nella sua fruizione in generale.

## Usabilità

Ormai Google ha pienamente palesato che i siti web devono rispondere alle esigenze di chi accede con device differenti come tablet, smart TV, cellulari e pc.

Se fino a qualche tempo fa poteva sembrare superfluo, adesso, avere un sito ottimizzato anche per la smart TV è uno dei fattori che Google può valutare e che valuta al fine di farti comparire in alcune ricerche come per esempio quelle fatte su [Discover](#).

L'usabilità, però, non è solo legata alle capacità adattive del layout ma anche su tutte quelle cose che rendono fruibile e gradevole la navigazione all'interno del sito web.

Ricordiamoci sempre che se Google dovesse proporre, all'interno dei suoi risultati, dei siti scadenti o che non rispecchiano gli standard che ormai le persone pretendono, le stesse persone lo abbandonerebbero pian piano.

Come posizionarsi più in alto su Google

Il compito principale di un sito web è quello di risolvere il problema o l'esigenza di qualcuno. In teoria è molto semplice, se risolvi, meglio degli altri i problemi attraverso il tuo sito, pian piano ti classificherai sempre meglio.

Ti faccio un esempio, supponi che ti occorre capire come appendere un quadro in una parete di cartongesso e che tu non voglia chiamare un operaio per farlo. Adesso immagina di effettuare questa domanda su Google e trovare da una parte un sito che va dritto al sodo e ti spiega come fare e quali tasselli utilizzare e dall'altra un sito che ti spiega come è fatto il cartongesso da dove proviene l'idea di fare le pareti in questo modo per poi proporti, all'interno dell'articolo le soluzioni più utilizzate per appendere qualcosa in questo tipo di pareti.

Tu? Volendo risolvere il problema nell'immediato, a quale contenuto faresti riferimento? Con tutta probabilità anche tu sceglieresti il contenuto che va dritto al sodo e che mi offre la risposta migliore così da farmi risparmiare tempo e magari consigliarlo ad altri che come me potrebbero imbattersi in questo noioso dilemma.

L'attività che ti aiuta a capire come risolvere davvero i problemi di chi naviga è chiamata [keyword research](#) ma prima di capire quali siano le parole e/o la combinazione di parole da utilizzare per arrivare al nostro target, dovremmo proprio capire chi è il nostro target e quindi il nostro pubblico.

## Individuazione del pubblico

Puoi capire quali problemi risolvere solo dopo aver capito quali sono i problemi che ha il tuo pubblico di riferimento e per farlo è necessario capire e comprendere quale può davvero essere la persona che navigherà il tuo sito web e quindi:

Quale è la sua età

Dove vive?

Come si esprime quando parla? Usa slang o terminologie specifiche?

Che interessi ha?

In che fase della sua vita è? matrimonio, gravidanza, laurea, diploma etc... Una volta individuato il pubblico di riferimento puoi iniziare ad individuare quali possibili query sarà in grado di digitare sul motore di ricerca e quindi capire, con l'ausilio di tool gratuiti o meno quali siano le parole correlate alla domanda.

## Creare contenuti

Quando inserisci un contenuto all'interno del web, che sia sul tuo sito o sul tuo canale Youtube, devi vederla un po' come un'opportunità in più per essere trovato su Google e per dialogare con il tuo target.

Non c'è da fare chissà quali giri di parole perché appare chiaro ed evidente che la gente fa delle ricerche e se tu non hai contenuti che rispondono a quelle ricerche, non potrai mai essere presente, quindi è necessario [produrre contenuti secondo le linee guida di Google](#).

Fatta questa premessa, è necessario che il tuo contenuto sia SEO friendly ovvero sia ottimizzato per essere ben indicizzato e posizionato sulle ricerche che ti interessano.

Si è sempre parlato di [contenuti di alta qualità](#) e si è sempre detto che il contenuto è il RE della SEO e su questo non posso che essere d'accordo, perché se improvvisamente dovessi togliere tutti i contenuti dal web, la SEO non esisterebbe più non credi?

L'atteggiamento errato è, invece, quello di creare dei contenuti piccoli e frammentati per coprire il più possibile le ricerche degli utenti, bhe NO! o quanto meno non funziona più in questo modo ok [scrivere con frequenza](#) ma a patto che ciò che scrivi sia di alto valore e possa far dire ai tuoi utenti WOW.

Ho già parlato di come un [contenuto lungo](#) possa posizionarsi meglio rispetto a contenuti piccoli e con poca sostanza che dicono tutto e non dicono nulla, riflettici anche solo un attimo: se tu fossi al posto di Google non faresti lo stesso?

Come creare contenuti ottimizzati per la SEO

Esiste un processo specifico che ti permette di creare contenuti SEO Friendly vediamo di che si tratta e quali tecniche possiamo utilizzare per farlo.

## Come scegliere le parole chiave

Esistono 2 tipi di parole che possiamo individuare:

Informative  
transazionali

Le prime, come indica la parola stessa, tendono a dare informazioni specifiche del tipo: come faccio ad arrivare primo su Google? Le seconde invece portano con sé la voglia dell'utente di possedere un prodotto e che  
<https://marcosalvo.it>



potremmo identificare con parole del tipo: Qual è il prezzo di un corso SEO?  
o Dove posso comprare un corso SEO?

Per raggiungere tutti i tuoi obiettivi è chiaro che puoi fare un mix delle due cose puntando ad ottenere la maggior parte del traffico che il tuo pubblico è in grado di offrirti.

Per trovare la combinazione giusta di parole chiave o keywords da utilizzare per la realizzazione dei tuoi contenuti devi:

Creare una lista di termini iniziali

Espandere la tua lista utilizzando tool di ricerca

Creare aspettative rispetto ai volumi di ricerca migliori

## Come creare la tua lista di Keyword

Da qualche parte devi iniziare no?

Durante questa fase devi cercare di estrapolare il più possibile sfruttando la tua curiosità e la tua abilità in combinazione con brainstorming continuo spendendo il maggior tempo di possibile in termini che possano soddisfare le esigenze specifiche del tuo target e che quindi possano farti raggiungere l'obiettivo che speravi.

Come punto di partenza puoi utilizzare tool gratuito come:

[Answare the public](#)

[Keywordtool.io](#)

[Ubber suggest](#)

Questi tool ti permettono di avere una visione abbastanza specifica e dettagliata delle parole che puoi utilizzare e delle frasi su cui puoi puntare per la realizzazione dei tuoi contenuti.

Ecco un esempio di idee derivanti dall'utilizzo di ubber suggest

seo

Italiano ...



359 idee keyword

Filtri

SUGGERITE

CORRELATE

<input type="checkbox"/>	KEYWORD ?		VOL ?	CPC ?	PD ?	SD ?
<input type="checkbox"/>	seo	→	18.100	€0,00	29	45
<input type="checkbox"/>	sephora	→	450.000	€0,00	27	69
<input type="checkbox"/>	seozoom	→	22.200	€0,00	1	38
<input type="checkbox"/>	semrush	→	14.800	€0,00	20	42
<input type="checkbox"/>	seoul	→	9.900	€0,00	1	34
<input type="checkbox"/>	seo zoom	→	3.600	€0,00	2	20
<input type="checkbox"/>	seo tester online	→	1.300	€0,00	17	19
<input type="checkbox"/>	seo significato	→	1.300	€0,00	17	24
<input type="checkbox"/>	seo checker	→	1.300	€0,00	16	23
<input type="checkbox"/>	seo by yoast	→	1.000	€0,00	12	17
<input type="checkbox"/>	seo google	→	880	€0,00	25	26
<input type="checkbox"/>	seo marketing	→	880	€0,00	23	25
<input type="checkbox"/>	seo tool	→	720	€0,00	32	28
<input type="checkbox"/>	seo copywriting	→	720	€0,00	20	25
<input type="checkbox"/>	seo specialist	→	720	€0,00	20	24
<input type="checkbox"/>	seo e sem	→	720	€0,00	8	16
<input type="checkbox"/>	seo roma	→	590	€0,00	24	26
<input type="checkbox"/>	seo wordpress	→	590	€0,00	18	24

## Raggruppamento Keyword

Una volta ottenuto il primo keyword set, è bene iniziare a raggruppare tutto ciò che abbiamo trovato, per argomento così da individuare pian piano di cosa parlare ed in che maniera parlarne. Per fare questo dobbiamo individuare tra

<https://marcosalvo.it>

tutte le Key estrapolate, quelle che possono essere accumulate da un unico argomento.

E' come aver vuotato tutti i cassetti della tua scrivania con l'intento di riordinare tutto il contenuto secondo un criterio più corretto che ti permetterà di trovare i tuoi oggetti in in tempo più breve senza perderli, ne più ne meno.

## Perfezionamento del set di Keyword

Una volta individuato e raggruppato tutto, non ti rimane che trovare dei contenuti in base ad ogni argomento perfezionando ogni lista di key che hai inserito in un raggruppamento, per utilizzare sempre lo stesso esempio dei cassetti, sarebbe come inserire un organizer dentro il cassetto così da dividere gli oggetti presenti in ogni cassetto in piccoli scomparti che ti aiuteranno a tenere tutto sistemato.

Adesso non ti rimane che individuare le domande che si celano dietro il set di keyword che hai opportunamente organizzato e in fine creare il tuo piano editoriale

## Crea il tuo piano editoriale

Si tratta semplicemente di organizzare in modo metodico tutti gli articoli eppure secondo una ricerca pubblicata da [Zazzle media](#), il 80% dei marketers afferma che il content marketing sia efficace ma solo il 6% di essi sa come applicarlo.

CAMPAGNE

**Solo 1 marketer su 5 conosce il  
"modo migliore" per condurre una  
campagna di content marketing.**



**20%**

In realtà non c'è niente di difficile e per concludere questo step ci serve solo pianificare i contenuti nel modo giusto al fine di creare delle proiezioni specifiche dell'andamento di un blog o di un sito o di un canale Youtube etc.. che vuole posizionarsi con i suoi contenuti. Cosa serve?

Per creare piani editoriali puoi utilizzare alcuni tool che possono renderti la vita più semplice, ovviamente tutto è proporzionato alle tue esigenze.

Il tool che viene utilizzato più frequentemente è [Google sheet](#) ovvero excel gratuito che funziona online se invece hai bisogno di funzionalità focalizzate solo su questa attività, puoi guardare tool come Asana o Coschedule, Zenkit, Google Calendar, Trello, Contentcal e così via.

## Da quali contenuti partire

Il consiglio che posso darti, è: inizialmente focalizzati sulle [chiavi di lunga coda](#),

ovvero tutte quelle frasi che fanno parte del tuo ecosistema di contenuti facente capo al tuo target e che hanno un volume basso di concorrenza, così da iniziare a posizionarti pian piano in modo semplice ed acquisire pian piano autorevolezza e fiducia.

Non appena il tuo sito sarà più forte potrai iniziare a sfruttare la tua "nuova reputazione" per tentare il posizionamento di contenuti con più concorrenza.

Quali contenuti si posizionano meglio?

Ci sono dei contenuti che più degli altri, riescono a posizionarsi, mantenendo le posizioni ottenute anche per lunghi periodi a patto che rispetti tutto quello di cui abbiamo parlato e che sia ben fruibile.

Articoli o post di blog lunghi corposi e ben strutturati contenenti link interni che approfondiscono l'argomento in modo dettagliato  
Articoli "sempre verdi" meglio se aggiornati e rivisti nel tempo  
Articoli che includono liste "i 10 migliori libri sulla SEO che dovresti aver già letto"  
Video, podcast e contenuti interattivi  
Articoli con casi studio e dati utili scritti da esperti di settore  
Gallerie immagini e infografiche  
Guide "definitive"  
Conclusioni

La SEO ha un potenziale altissimo! è il canale di traffico dove puoi ottenere il maggior profitto! Spero che questa guida ti sia stata utile e che tu sia riuscito a trarne beneficio.

Google aggiorna il suo motore di ricerca ogni giorno. Ogni modifica che fa,  
<https://marcosalvo.it>

da una parte ci confonde ma dall'altra apre per noi nuove opportunità di posizionamento e nuove possibili strategie da utilizzare per comunicare al meglio i nostri contenuti, quindi è bene stare sempre attenti e vigili.



Ciao io sono Marco Salvo, ti è piaciuto questo file?

---

*Se vuoi riceverne di altri  
**iscriviti alla mia newsletter!***

*ti manderò periodicamente altri file “potenti” come questo.*

**>> ISCRIVITI GRATIS <<**

---