



Contenuti e SEO on page

**Img Aice** Academy

# Approccio sistemico alla comunicazione

Adottando un approccio sistemico (olistico) puoi:

- essere chiaramente riconoscibile su tutti i canali utilizzati
- far vivere un'esperienza positiva e coinvolgente a chi entra in contatto con l'azienda
- offrire uniformità di linguaggio che si sposa con l'approccio visivo (colori, font, immagini e grafica).

Un insieme di attività, forme, parole, contenuti e supporti coordinati fra loro, integrati in un pensiero unico. Per **esprimere l'unicità del prodotto** e del produttore, **in modo coerente** con il sistema di valori che guidano l'azienda.



# Scrivere per gli umani, ottimizzare per i robot

Oggi per **vincere nel mondo della ricerca semantica** bisogna:

- comprendere l'intenzione dell'utente
- disporre di **topic cluster** (argomenti pilastro) di qualità che incontrino questa intenzione
- definire una valida strategia iniziale sulle parole chiave
- **ottimizzare tutte le pagine di tutte le istanze** del sito incorporando le parole chiave in punti strategici (Title, URL, Alt text, immagini)
- prevedere **periodici aggiornamenti di tutte le istanze**
- curare la traduzione dei testi e analizzare le **abitudini di ricerca «locali»**



# No value = no audience interest = no results

Content Marketing Done Right: 8 Examples You Can Learn From ... 1479 words

<https://marketingland.com/content-marketing-done-right-8-examples-can-learn-149088>

Nov 5, 2015 - The following are eight **examples** of **content marketing** done right. Coke's "Share A Coke" Campaign. Buffer's Open Blog. Hootsuite And A Game of Social Thrones. Microsoft And Stories. HubSpot's Inbound **Marketing**. McDonald's Question Time. GoPro And Visual **Content**. Share As Image.

25 Clever Content Marketing Examples with Amazing Results 3000+ words

<https://optimonster.com/content-marketing-examples/>

Jan 7, 2019 - Here are a few **examples** of companies getting it right. Buffer. Buffer's one of our favorite **content marketing examples**, due to their three-pronged **content marketing** strategy. Hubspot. When you think of **examples** of **content marketing** done right, Hubspot's always on the list. Rip Curl.

Social Media Marketing ... · Tried-and-True Content ... · Visual Content Marketing ...

The Best Content Marketing Examples | Marketing Insider Group 2651 words

<https://marketinginsidergroup.com/content-marketing/best-content-marketing-examples/>

May 16, 2019 - Want the best **content marketing examples**? Here are sites from various industries that are creating and distributing relevant text, video and app ... You've visited this page 2 times. Last visit: 6/19/18

How to Explain Content Marketing to Anyone [Fresh Examples] 1698 words

<https://contentmarketinginstitute.com/2018/09/explain-content-marketing-anyone/>

Sep 4, 2018 - Here's an easy way to explain what **content marketing** is, along with some easy-to-understand real-life **examples** – **Content Marketing** Institute.

Lunghezza media primi 4 articoli per «**Content marketing examples**» è di 2.207 parole.

Questi articoli sono ricchi di esempi, consigli, link di approfondimento, infografiche e screenshot che approfondiscono il tema.

Contenuti superficiali ottengono risultati SEO superficiali.



SEO on page

# Aggiorna la strategia SEO in 5 passi

1. Focalizzati sulla **struttura del sito**
2. Ottimizza ogni pagina di tutte le istanze del sito: integra con aggiornamenti, verifica i **markup** (heading tags H1, H2, punti elenco, tabelle), l'efficacia della URL, del title e della meta description
3. Verifica se le pagine che hanno performance modeste hanno bisogno di aggiornamento, rispondono alle esigenze del target
4. Inserisci nella pagina **link interni** di approfondimento o **correlazioni** a altre informative del sito che offrono una panoramica del tema principale
5. Verifica se il sistema di parole chiave è effettivamente utilizzato nel mercato target.



# 1 Struttura del sito

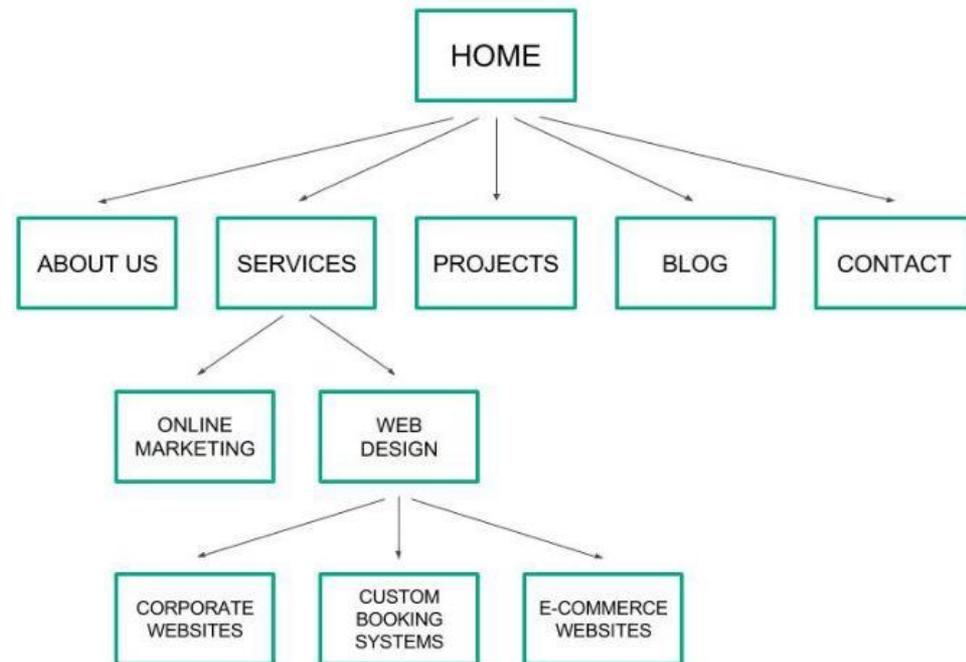
PRIMA definisci il piano editoriale per comunicare competenze, esperienze e specificità, **organizza i contenuti e i percorsi di navigazione**.

POI concentrati sul progetto grafico considerando: settore, siti dei competitor, paesi e obiettivi strategici.

Moltissimi utenti non visiteranno il sito partendo dalla home page, perché arrivano dai motori di ricerca.

La logica con cui definisci le **macro categorie** (Chi siamo, Servizi, Progetti) deve essere diversa dalla logica con cui generi e utilizzi i tag.

Cura le **pagine di snodo** di I livello con la stessa attenzione della home page.

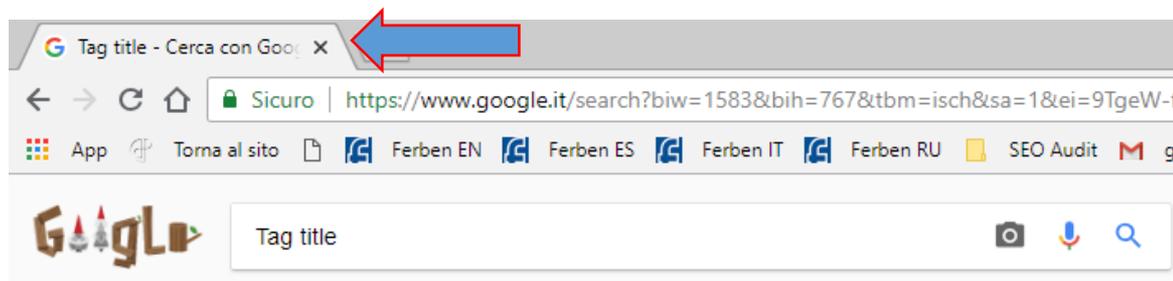
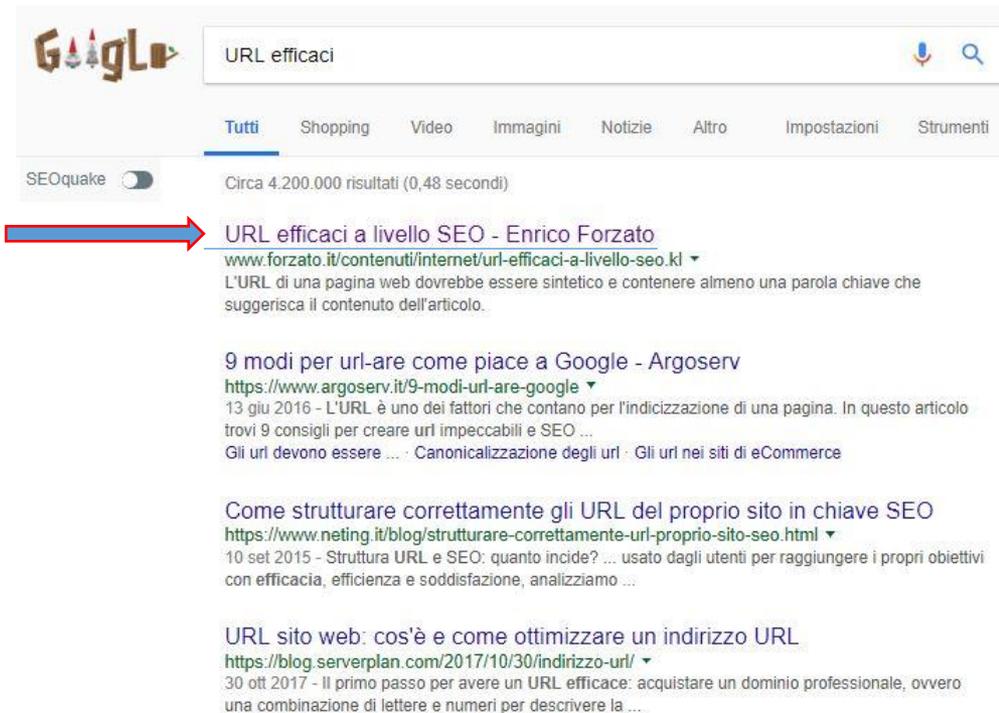


# Tag Title

Il Tag Title è fondamentale perché aiuta i motori di ricerca a capire il **significato del documento** favorendo così l'indicizzazione.

Google visualizza nelle SERPs i primi 70 caratteri del Tag Title. Bisogna quindi essere **sintetici e creativi**.

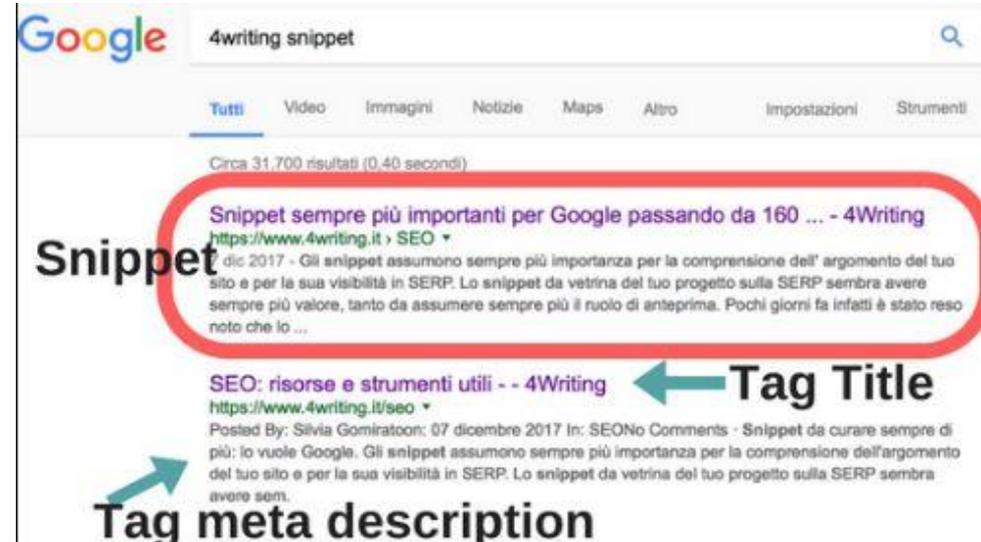
Il Tag Title nasce dall'equilibrio tra copy e parole chiave. E' ben coordinato con il contenuto della pagina, è **magnetico, attendibile** e veritiero. Il Tag Title **civetta** che lusinga, promettendo incautamente, finisce per deludere le aspettative e aumentare la frequenza di rimbalzo.



# L'arte di scrivere il Tag Title

Scrivi il Tag Title pensando prima agli umani, poi agli spider dei motori di ricerca. È molto importante che **ogni pagina del sito abbia il suo Tag Title** (duplicazioni possono pregiudicare l'indicizzazione).

- Incrementa la visibilità della pagina web nelle SERPs e migliora il click-through rates (CTR)
- Descrive la pagina rendendo immediatamente evidenti i benefici per i visitatori e **invita all'azione** spendendo le parole chiave target
- La parola chiave principe va posta all'inizio del Title. È consigliabile inserire il **brand** quando si pensa che questo possa accrescere il valore competitivo del Tag Title.



# Meta description

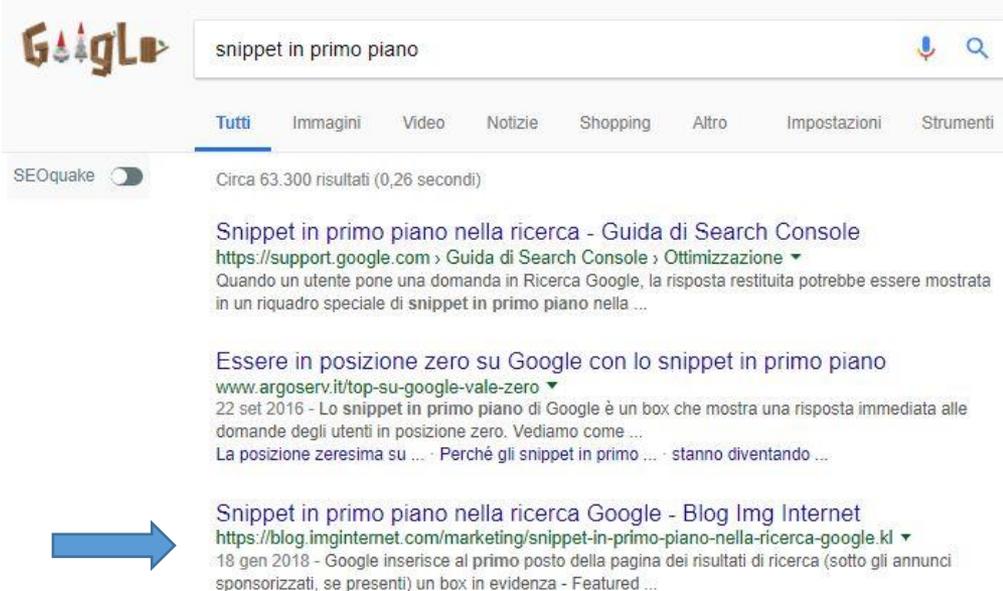
Ogni pagina è un'opportunità per accreditarsi agli occhi dei motori di ricerca e per spendere le parole chiave in posizioni strategiche tra cui la meta description.

La Meta description viene definita anche il “**free PPC**” (3 righe - 320 caratteri).

E' come un **pitch che convince l'utente** che la pagina è esattamente ciò che sta cercando.

Google non inserisce automaticamente i testi suggeriti dal content editor, può estrapolare dalla pagina altre parti di testo che considera più rilevanti.

Questo termine è tra quelli in declino perché secondo alcuni esperti lo sforzo di Google nella **generazione di snippet** ridurrà l'utilità delle meta description.

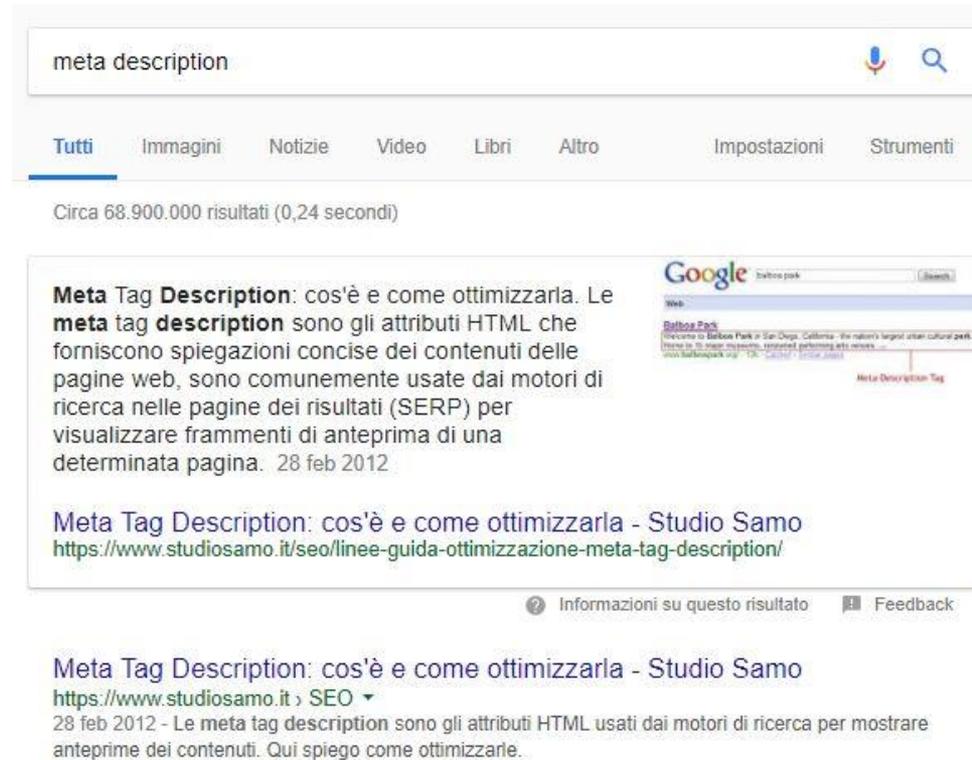


The image shows a screenshot of a Google search results page. The search query is "snippet in primo piano". The results are sorted by "Tutti". The first result is from "Guida di Search Console" with the URL "https://support.google.com > Guida di Search Console > Ottimizzazione". The snippet reads: "Quando un utente pone una domanda in Ricerca Google, la risposta restituita potrebbe essere mostrata in un riquadro speciale di snippet in primo piano nella ...". The second result is from "www.argoserv.it/top-su-google-vale-zero" with the date "22 set 2016". The snippet reads: "Lo snippet in primo piano di Google è un box che mostra una risposta immediata alle domande degli utenti in posizione zero. Vediamo come ...". The third result is from "Blog Img Internet" with the URL "https://blog.imginternet.com/marketing/snippet-in-primo-piano-nella-ricerca-google.kl" and the date "18 gen 2018". The snippet reads: "Google inserisce al primo posto della pagina dei risultati di ricerca (sotto gli annunci sponsorizzati, se presenti) un box in evidenza - Featured ...". A blue arrow points from the text on the left to the third search result.

# Ottimizzare la meta description

La meta description non è un fattore di ranking. Se non vuoi dare al visitatore l'impressione che il tuo sito sia spammy usa una meta description "naturale".

- Assicurati che non sia vaga e che comprenda tutti i dettagli contenuti nella pagina.
- Utilizza **numeri, simboli e caratteri speciali** che aiutano a catturare l'attenzione dell'utente.
- Di fronte a una pagina dei risultati di Google l'utente si pone quasi sempre **due domande**: "Cosa sta offrendo questa pagina? Perché dovrei visitarla?"
- Parla dei tuoi clienti, aiutali a risolvere i loro problemi. La tua meta description **non dovrebbe essere su di te o sul tuo business**.
- In alcuni casi è opportuno inserire anche una Call To Action (CTA)



The image shows a Google search interface for the query "meta description". The search bar at the top contains the text "meta description" and a search icon. Below the search bar, there are navigation tabs for "Tutti", "Immagini", "Notizie", "Video", "Libri", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". The search results indicate "Circa 68.900.000 risultati (0,24 secondi)".

The first search result is titled "Meta Tag Description: cos'è e come ottimizzarla. Le meta tag description sono gli attributi HTML che forniscono spiegazioni concise dei contenuti delle pagine web, sono comunemente usate dai motori di ricerca nelle pagine dei risultati (SERP) per visualizzare frammenti di anteprima di una determinata pagina. 28 feb 2012". To the right of this text is a small thumbnail of a webpage snippet showing a Google search bar and a "Meta Description Tag" label.

Below the first result, there is a second result snippet: "Meta Tag Description: cos'è e come ottimizzarla - Studio Samo <https://www.studiosamo.it/seo/linee-guida-ottimizzazione-meta-tag-description/> 28 feb 2012 - Le meta tag description sono gli attributi HTML usati dai motori di ricerca per mostrare anteprime dei contenuti. Qui spiego come ottimizzarle."

At the bottom of the search results, there are links for "Informazioni su questo risultato" and "Feedback".