

**Lorenzo De Santis**

# **Article Seo**

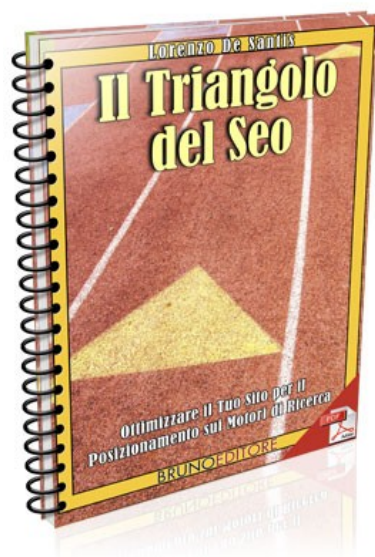
**Un Report per il Posizionamento  
degli Articoli sui Motori di Ricerca**

**BRUNO EDITORE**

**LORENZO DE SANTIS**

**ARTICLE SEO**

**Report allegato a:**



*Puoi distribuire gratuitamente questo ebook a chiunque.  
Puoi inserire i tuoi link affiliato.*

**Un Report per il posizionamento  
degli articoli sui motori di ricerca**

## Sommario

Introduzione	pag. 6
Capitolo 1: Article Seo per tutti	pag. 16
Capitolo 2: Article Seo e Norme per gli Affiliati	pag. 28
Capitolo 3: Il sistema delle Seo keyphrase	pag. 34
Capitolo 4: Il Seo Tag Title per le pagine web	pag. 38
Capitolo 5: L'Article Seo in una pagina web	pag. 45
Capitolo 6: Analytics e Meta Tag Article	pag. 53
Capitolo 7: La Landing Page Article	pag. 59
Le Azioni di Seo Article	pag. 60
I 30 consigli di Seo Article	pag. 62

## **Introduzione**

Più passa il tempo più il Web si modifica e si espande, di conseguenza anche il lavoro del Seo tende a evolversi e modificarsi in base ai cambiamenti del mercato.

I Motori di Ricerca diventano sempre più complicati e le abitudini degli utenti cambiano drasticamente. Basta pensare che dieci anni fa per posizionare un sito era necessario inserire qualche buona keywords nel Meta Tag apposito per raggiungere posizioni elevate nelle Serp. Naturalmente i siti erano pochi, la concorrenza era nulla e i Motori di ricerca erano “stupidi”. Nell’era attuale oramai la rivoluzione tecnologica della comunicazione virtuale sta prendendo il sopravvento, i siti si contano a milioni e gli utenti che giornalmente si connettono a internet sono quasi due miliardi.

In questo mini eBook voglio spiegarti come è giusto creare un articolo Ottimizzato per i Motori di Ricerca. Probabilmente sei un affiliato della Bruno Editore, pertanto i tuoi articoli, nel tuo

Blog, hanno bisogno di Strumenti e Conoscenza Seo per diventare più visibili. L'unico modo che hai per vendere prodotti è tramite la visibilità delle tue pagine web, **se non sei visibile NON ESISTI e tutti i tuoi sforzi saranno vani!**

# Capitolo 1

## Article Seo per tutti

Questo primo è dedicato in particolare agli autori della Bruno Editore e tutti coloro che non posseggono un Blog. Spero che usiate tali informazioni al fine di **migliorare i posizionamenti dei vostri articoli.**

Entriamo subito nel vivo della questione: a chi è dedicato tale capitolo?

- Agli Autori della Bruno Editore che scrivono articoli sul Blog
- A chi non possiede un Blog e vuole scrivere articoli altrove
- A chi scrive attualmente articoli su altri Blog e non è l'amministratore
- A chi non vuole avere a che fare con Html, meta tags etc.
- A chi preferisce le cose semplici.

Innanzitutto voglio sottolineare che queste **informazioni non devono assolutamente sostituire** ciò che ho redatto negli

articoli precedenti. **Possiedi un Blog? Hai l'obbligo di usare tutti i meta tags** spiegati precedentemente se vuoi ottenere i migliori risultati!!

Se non possiedi un Blog e scrivi articoli altrove come bisogna comportarsi al meglio e cosa dobbiamo utilizzare?

- (1) È decisiva un'analisi profonda del Titolo.
- (2) È indispensabile l'uso di parole e frasi chiave nell'articolo.
- (3) È consigliato l'utilizzo della evidenziazione delle parole o frasi chiave.
- (4) È importante un'analisi della densità delle parole o frasi chiave presenti nel testo.
- (5) È **giusto creare** una suddivisione dell'articolo in intestazioni e paragrafi.
- (6) Dove è possibile, è decisivo l'utilizzo di Tags e html ( in base alla spiegazione dei prossimi capitoli).
- (7) È corretto un uso attento e non robotico delle tecniche di posizionamento.
- (8) È professionale usare originalità dei contenuti.

Ora vorrei sottolineare l'importanza di uno dei fattori principali per il posizionamento degli articoli: ***Il Titolo***

**È decisiva un'analisi profonda del Titolo.**

Il titolo è uno degli elementi più importanti, se al suo interno ci sono keywords che sono presenti anche all'interno del testo ci sono probabilità di ricevere un buon posizionamento.

Naturalmente il posizionamento dell'articolo secondo determinate keywords a volte può essere "impossibile" a causa di articoli o pagine web già presenti sui Motori da diverso tempo. Dipende molto anche dalla popolarità del Blog in cui scrivi l'articolo e dalla presenza di altri articoli di qualità.

Ad esempio il Blog di Giacomo Bruno ([www.giacomobruno.it](http://www.giacomobruno.it)) è molto popolare e pertanto gli articoli, anche se non ottimizzati possono ricevere un buon posizionamento.

Su siti web così popolari può bastare l'uso di un buon titolo per ricevere un buon posizionamento.

Ad esempio ho fatto una veloce analisi di alcuni articoli interessanti scritti sul blog di Giacomo Bruno che, nonostante non siano ben ottimizzati per i motori di ricerca, ottengono un buon posizionamento.

**Analisi di alcuni articoli in base al titolo :**

[√ » Il Triangolo del \*Seo\*: domande e risposte...](#)

**seo domande** ( prima posizione)

[√ » "Le 4 \*funzioni\* del \*Telemarketing\*"](#)

**funzioni telemarketing** (prima posizione)

[√ » Diventare una macchina della \*verità umana\* è possibile!](#)

**verità umana** (prima posizione)

[√ » \*La differenza tra Direct Marketing e Marketing di Massa\*](#)

**marketing di massa** ( seconda posizione)

[√ » \*L'Article Marketing\* e il \*metodo S.I.B.A\*](#)

**metodo article marketing** (prima posizione)

Naturalmente questi posizionamenti possono ottenere nel corso del tempo delle oscillazioni dovute dall'inserimento di nuovi articoli nel web e anche **da commenti sulla pagina scarsi o poco a tema**. Al momento queste sono le posizioni su Google!

Come vedi il solo titolo può influenzare il posizionamento, in questo caso gli articoli sono agevolati dal Blog attivo e popolare.

**Consiglio:** Usa frasi e parole chiave nel tuo titolo. Cerca di creare un titolo interessante e che colpisca, ma ricorda di ottimizzarlo per i Motori di Ricerca!

### **Analisi di un articolo ottimizzato**

L'articolo usato per promuovere tale ebook è stato chiaramente ottimizzato seguendo i canoni scritti in questo testo. Analizzare questo articolo è sicuramente un buon esempio pratico su come agire per redigere un articolo.

Ora dico le frasi chiave utilizzate nell'articolo in modo da poterle verificare in seguito. Naturalmente non sono un

“mago” e non ho un'idea certa di cosa possa accadere nel posizionamento, ma sono certo che qualcosa accadrà.

**La frasi chiave fondamentali:**

ebook seo article – seo article – test di posizionamento

**Le frasi chiave secondarie sono:**

posizionamento degli articoli – articoli sui motori di ricerca –  
applicazione article seo - Seo keyphrase per il Posizionamento  
- Seo Tag Title – article seo in una pagina web – analytics  
article – meta tag article – article seo landing page

Le frasi chiave utilizzate **creano a loro volta diverse combinazioni di parole** che Google e compagni possono utilizzare per far comparire l'articolo nei risultati delle ricerche.

**Ma cosa ho fatto per ottimizzare questo articolo anche se non sono l'amministratore del Blog?**

Ho creato l'articolo in formato Html utilizzando l'editor Dreamweaver, puoi utilizzare qualunque altro editor per fare le semplici azioni che ho fatto. Vediamo cosa ho fatto:

(1) Ho creato un titolo interessante con all'interno delle frasi chiave: **Ebook Seo Article. Test di posizionamento!**

(2) Nel testo che precede la spiegazione degli articoli ho menzionato più volte le parole *ebook seo article, test di posizionamento sui motori di ricerca* etc. A volte ho anche sottolineato le parole con il grassetto e il corsivo, **ma non sempre.**

(3) Ho diviso l'articolo con un titolo che presentava l'ebook:

### **Il posizionamento degli Articoli sui Motori di Ricerca**

Questo titolo presenta la caratteristica dell'intestazione h2, nei capitoli successivi spiego come utilizzare le intestazioni e la suddivisione degli articoli in più paragrafi.

In seguito ho inserito un'immagine che ho chiamato:

## Posizionamento articoli sui motori di ricerca: Ebook Article Seo

In corrispondenza dell'immagine ho menzionato nuovamente alcune parole chiave in modo da dare rilevanza anche all'immagine.

Vediamo nello specifico cosa ho fatto:

### Il posizionamento degli Articoli sui Motori di Ricerca



Ecco per voi l' **eBook Article Seo**, un **Report di 66 pagine** direttamente scaricabile a questo link sul mio portale : [File eBook Article Seo](#). In questo Report parlo di particolari argomenti che sono esaurientemente trattati nel mio eBook " //

Posizionamento Articoli sui motori di ricerca : eBook Article Seo sono

**fondamentali per il Posizionamento degli Articoli sui Motori di Ricerca**. Sono presenti 6 capitoli, ognuno di essi presenta determinate azioni precise da effettuare per ottimizzate l'articolo.

Inoltre nel file da scaricare è presente sia l'eBook in formato Pdf che il formato Word in modo da poter **diffondere la copia con il vostri link d'affiliazione**. Ecco la lista dei capitoli per il posizionamento degli articoli sui motori di ricerca.

**Utilizzo delle parole chiavi**

Come è possibile osservare la frasi chiave “abbondano”, in realtà **non superano una densità del 5%** (prese singolarmente). **Dal 3% al 8% è la densità consigliata!**

Per verificare la densità delle parole in un testo sono presenti diversi tools sul web che ti permettono di verificarla molto facilmente. Il resto dell’articolo è suddiviso in più sezioni con delle intestazioni (capitoli), in questo modo utilizzo la *tecnica dell’amo* per far “abboccare” i Motori di ricerca, spiego esaurientemente più avanti come farlo al meglio.

## Capitolo 2

### Article Seo e le Norme per gli Affiliati

- L'indispensabile apertura di un blog per **praticare l'Article Seo**
- **Ottimi posizionamenti** sui motori tramite le nicchie di mercato
- Qualità, abbondanza degli articoli a confronto
- Le linee guida per **creare centinaia di articoli**

Su una conversione del 1% ogni 100 click unici vendiamo un eBook tramite il programma d'affiliazione. C'è qualcuno che ha problemi a racimolare i click unici? **La soluzione è l'uso dell'Article Seo.**

## Capitolo 3

### Il sistema delle Keywords e delle Seo keyphrase per il Posizionamento

- L'evoluzione da Keywords alle Seo keyphrase (**frasi chiave**)
- Il sistema della **Seo keyphrase per il posizionamento**
- **La Seo keyphrase Madre** e la creazione delle combinazioni di chiavi
- Le keywords multiple del **sistema Seo Article**

**“Tecnica dell’amo”**

## Capitolo 2

### Article Seo e Norme per gli Affiliati

In tutti i capitoli successivi spiego come rendere i tuoi articoli più visibili. Non so se sei un Affiliato della Bruno Editore, ma se lo sei e hai degli articoli pubblicati sui tuoi blog ti consiglio di seguire queste mie indicazioni e norme guida.

#### **Apri un Blog**

Se non hai un Blog non puoi creare degli articoli pertanto la prima azione fondamentale è la creazione di un Blog. Non hai per forza bisogno di conoscenze informatiche particolari per farlo, infatti esistono degli ottimi strumenti che ti facilitano tutto il lavoro.

Puoi utilizzare la piattaforma di Google [Blogger](#), è molto semplice da usare, in pochi click sei già online. Il bello di *Blogger* è che gli articoli vengono “leggermente raccomandati”

da Google perché esso fa parte della piattaforma Google stessa, naturalmente solo gli articoli di qualità vengono premiati, pertanto ti incito ad usare le informazioni di questo eBook per sfruttare le raccomandazioni di Google.

Probabilmente Blogger potrebbe non piacere ad alcuni perché è troppo usato e poco professionale, in effetti è vero. La soluzione migliore per creare un sito o un blog professionale in maniera semplice e veloce è Wordpress, esiste un ottimo corso gratuito in video tutorial sul sito [www.lezionionline.net](http://www.lezionionline.net). Basta un po' d'iniziativa e in brevissimo tempo potrai già essere online con i tuoi articoli. Mi dispiace non poterti dare ulteriori informazioni su come creare un buon Blog, lo farò certamente su un altro ebook.

Per ulteriori informazioni, ti consiglio di scaricare l'ottimo Report di Giacomo Bruno “[I 5 Segreti dei Blog](#)”, dove potrai scoprire ulteriori segreti per rendere il tuo Blog produttivo al massimo!

### **Avvia la tua nicchia di mercato**

Un sito, e anche un Blog, per avere maggiori margini di successo deve avere contenuti targettizzati, gli utenti non si devono disperdere in decine di articoli differenti.

Vedo spesso, in giro nel web, un sacco di Blog che parlano di qualunque cosa, questo tipo di contenuti non piace né a Google né agli utenti. Se sei un appassionato di crescita personale promuovi prodotti e crea articoli sulla crescita personale, se sei un appassionato di marketing crea un blog che parli solo di marketing e argomenti affini etc.

Su Autostima.net sono presenti diversi argomenti e centinaia di ebook, pertanto la scelta è vasta. Ora che hai un blog, magari già lo possedevi, devi creare degli articoli attinenti a una specifica nicchia di mercato. Nel catalogo della Bruno Editore sono presenti centinaia di infoprodotti e la scelta è molto vasta.



Puoi creare una fusione di alcuni argomenti affini, ma l'importante è **non allontanarsi dall'argomento principale.**

Ad esempio sul mio sito, [www.lorenzodesantis.net](http://www.lorenzodesantis.net), troverai esclusivamente articoli sul Seo, e-commerce e web marketing, a volte anche news dal mondo di Internet, ma sempre attinenti agli argomenti citati!

**Dal punto di vista Seo è indispensabile individuare una nicchia di mercato e scrivere articoli correlati tra loro**

Google e gli altri motori di ricerca posizioneranno il tuo annuncio in base a determinate keywords; ogni keyword rappresenta un determinato argomento o nicchia di mercato, pertanto se nel tuo blog sono presenti centinaia di articoli su argomenti differenti, Google ti catalogherà centinaia di parole chiave ma ad esse **darà poco rilevanza perché sono troppe.**

Tutti i siti web che realizzo **li imposto su al massimo 10 keywords o frasi chiave affini tra loro.** Pertanto avvia il tuo blog con una determinata nicchia di mercato, crea articoli di qualità e ottimizzali per i motori di ricerca!

### **Crea Articoli di Qualità**

La qualità dei tuoi articoli non solo sarà gradita dagli utenti ma anche da Google e dagli altri motori. Google con il passare del tempo si è sempre più evoluto, il suo sistema di elaborazione dati è quasi paragonabile alla mente umana, i suoi canoni di catalogazione sono incredibili, pertanto riesce anche a valutare la qualità dei contenuti del tuo articolo.

Google e altri motori si accorgono di :

- Articoli Copiati da altre fonti
- Articoli Parzialmente copiati da altre fonti
- Articoli che hanno errori grammaticali
- Articoli che non sono visitati
- Articoli che non vengono commentati
- Articoli fuori tema con il contenuto del sito
- Articoli che promuovono siti “pericolosi”
- Articoli Spam o “ottimizzati all'eccesso”
- Articoli “fantasma”
- Articoli che non esistono più
- Etc.

**Le cose assolutamente da evitare per non essere antipatici a Google e ai visitatori sono:**

- Copiare altri articoli presenti sui motori e modificarli in parte
- Creare solo articoli di vendita
- Inserire link a siti “pericolosi”
- Inserire link non a tema
- Inserire decine e decine di articoli su argomenti differenti
- Inserire testo nascosto o altri “trucchi” che potrebbero “far alterare” Google e i Motori

- Creare articoli “velocemente” senza dare attenzione a eventuali errori ortografici
- Creare Articoli e poi eliminare le pagine già indicizzate dai motori
- Non invogliare, se è un Blog, gli utenti a commentare gli articoli
- E altro di minore rilevanza.

Quindi segui tali indicazioni e crea articoli di originali, interessanti e di qualità.

### **Come creare Articoli in Abbondanza**

La qualità è indispensabile ma la quantità lo è altrettanto. Se apro un blog e creo solo 10 articoli fantastici, interessanti e Super-Straottimizzati per i Motori di ricerca, probabilmente **io sarò l'unico a poter ammirare il mio lavoro**; 10 articoli sono pochissimi, l'utente che passa dal tuo sito osserva la carenza delle informazioni e probabilmente non leggerà neanche quei 10 articoli fatti bene!

Pertanto questo è un invito all'azione, io creo giornalmente una media giornaliera di 15/20 articoli su miei vari siti personali e

partner, questi articoli li rendo il più ottimizzati possibile e grazie ad essi ottengo un sacco di nuove visite giornaliere.

L'utente apprezza la mole dei contenuti, perché crede che su una vasta scelta di informazioni può trovare quello che desidera; se il tuo blog ha soli 10/20/30 articoli l'utente se ne accorge, abbandona la pagina e probabilmente non torna mai più. Non solo perdi l'utente ma perdi anche la fiducia di Google e compagni.

Ti svelo un segreto importantissimo...

*Dal momento in cui crei il tuo primo blog o sito web hai circa 2 mesi di tempo per far credere a Google che sarà un sito professionale e di successo!*

Apri un blog e parte così il conto alla rovescia, se in 2 mesi inserisci una mole di contenuti, su una determinata nicchia, enorme e di qualità **Google ti “segnala” come sito “da promuovere”**, quando questo succede il sito in questione può ottenere un' **esplosione di traffico incredibile**.

Sono venuto a conoscenza di questa informazione solo 5 mesi fa, durante tale periodo ho gestito diversi nuovi portali, su uno in particolare ho cercato di osservare questa regola (dei 2 mesi) in maniera molto ferrea. Insieme ad altri amici **abbiamo creato oltre 2000 pagine web in soli 2 mesi** e i risultati sono stati quasi scioccanti, non avevo mai visto posizionamenti così veloci e alti in un sito web nato da pochissimo...

Il problema principale per la creazione degli articoli sono le idee per la creazione stessa. Alcuni utenti mi hanno detto: *“Ma non so cosa scrivere, non sono uno scrittore, non ho idee”*.

A volte capita anche a me di essere a corto di idee dopo aver scritto 50 articoli in un giorno, ma faccio di tutto per farmene venire. Come faccio? Semplice cerco sui Motori, leggo altri articoli, leggo molte riviste a tema, leggo libri sull'argomento e sono sempre molto aggiornato.

Facciamo un esempio pratico: voglio creare degli articoli che spiegano l'ebook “Il Triangolo del Seo”, naturalmente questa cosa che ti spiego la puoi fare sugli oltre 100 infoprodotti

presenti nel catalogo della Bruno Editore. Questi sono i passi che faccio:

- Apro la pagina del prodotto presente su Autostima.net
- Leggo TUTTA la pagina, anche se l'ho riletta altre 10 volte lo rifaccio.
- Metto attenzione ai nomi dei capitoli e a ciò che è scritto al loro interno.
- Prendo un capitolo, ad esempio il settimo si chiama Tools ed Analytics Web, lo leggo e decido di creare un articolo in merito.
- Vado su Google ricerco *Analytics Web* e leggo tutto quello che incontro fino a quando non mi viene in mente un'idea originale da pubblicare
- Faccio una stima della concorrenza delle keywords (spiego più avanti)
- Valuto il valore di ricerca di tale keywords e decido quali utilizzare
- Scelgo un titolo stimolante e ottimizzato per i motori di ricerca con relative keywords
- Scrivo il contenuto seguendo tutti i migliori canoni di ottimizzazione

- Attendo 2/3 giorni l'indicizzazione
- Mi godo i risultati
- Se sono scarsi faccio un'analisi delle keywords verificandone il posizionamento
- Se sopra di me sono presenti, alle keywords utilizzate nell'articolo, siti web “troppo potenti” modifico nuovamente le keywords e, lievemente, title e contenuti.
- Attendo i risultati e mi godo centinaia di nuovi visitatori

### **Praticare il Seo Article nel tuo Blog**

I prossimi capitoli tratteranno in maniera specifica molti aspetti riguardanti il Seo Article. Le tecniche Seo per posizionare al meglio i tuoi articoli sono molte, ho racimolato in questa guida quelle più fondamentali; esse sono dirette prettamente al posizionamento dei tuoi articoli. Naturalmente lo scopo di tale guida è di aiutarti a migliorare gli articoli che scrivi per pubblicizzare i prodotti della [Bruno Editore](#), se non sei ancora iscritto al [programma d'affiliazione](#) ti consiglio di farlo velocemente, non puoi perdere questa occasione! Ad oggi sono più di 2000 gli affiliati che promuovono gli

infoprodotti della *Bruno Editore*, gli argomenti trattati sono tanti e il rapporto prezzo/qualità è eccellente!

Per ottenere delle vendite da affiliato sono necessari molti utenti che visionano i tuoi articoli, l'unica speranza che hai di riuscire davvero in questa attività è **OTTIMIZZARE LE TUE PAGINE PER I MOTORI DI RICERCA**.

Tutti i prossimi capitoli presentano un sacco di contenuti tecnici per ottimizzare al meglio gli articoli tramite il Seo Article, ho cercato di renderli semplici e pratici al fine di aiutarti al meglio!

**ATTENZIONE:** Molti aspetti riguardanti l'ottimizzazione non sempre possono essere utilizzati, **specie se il blog non è di tua proprietà**. Ad esempio un autore della Bruno Editore, non avendo poteri amministrativi, non può inserire keywords Meta tags o altri “accessori” simili spiegati nei prossimi capitoli, pertanto l'ultimo capitolo sarà dedicato a quelle circostanze in cui non puoi sfruttare tutte le tecniche ma puoi **ottenere comunque ottimi risultati**.

Nel frattempo studia bene ciò che ti spiego nelle prossime pagine. Buon Proseguimento!

## Capitolo 3

### Il sistema delle Seo keyphrase

Uno dei primi aspetti fondamentali che voglio sottolineare è l'uso delle keywords e la loro evoluzione nel tempo.

**Le *keyphrases* indicano le frasi chiave** cercate dagli utenti, metteremo ora l'attenzione appunto **sulle frasi e non sulle parole singole**, in questo modo otteniamo un sacco di vantaggi, inoltre aggiriamo la concorrenza, oramai stabile da decenni, di siti web autorevoli che hanno un sacco di potere su molte keywords singole!

Per comprendere meglio questo fattore delle *keyphrases* è indispensabile sottolineare 2 fattori principali :

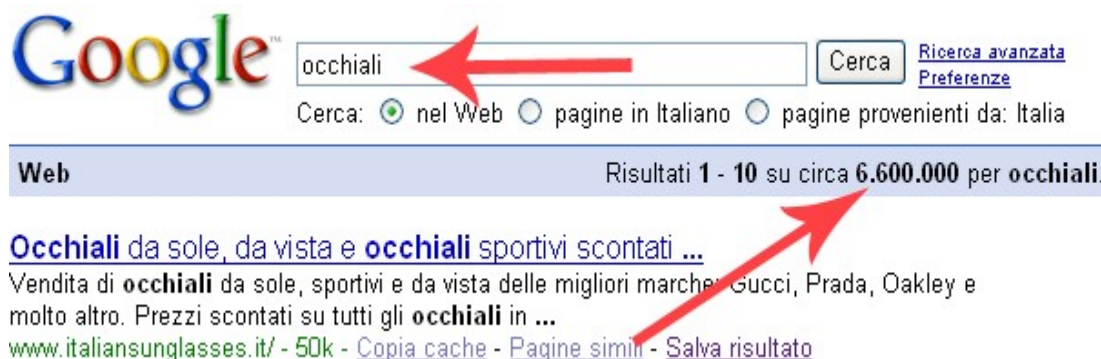
1. In Base a dei test il 70% degli utenti cerca nei motori **DUE O PIU' PAROLE.**
2. **La keyword singola è più difficile da posizionare rispetto a una copia di keyword**, inoltre la cosiddetta

keyphrase ( **frase chiave**) è più produttiva perché porta gli utenti a ricerche più mirate.

Prendiamo come esempio un sito che vende occhiali, abbiamo diverse sezioni e dobbiamo ottimizzare la pagina o l'articolo che vende **occhiali firmati Ray Ban**.

Andiamo su Google e scriviamo la parola **occhiali**:

**Otteniamo più di 6.500.000 risultati**



La concorrenza è spietata... Anche il miglior Seo del secolo non riuscirebbe a posizionare questa keyword con un sito poco conosciuto o online da poco tempo.

Se invece usiamo una frase chiave attinente all'argomento “occhiali” otteniamo risultati più “umani”; ad esempio cerchiamo occhiali firmati. I risultati sono **40 volte** meno concorrenziali con **145.000 risposte!**

Proviamo ancora una volta a restringere il campo di ricerca e cerchiamo: *occhiali firmati Ray Ban.*

**Otteniamo risultati 70 volte minori con un ammontare di 85.900 risposte:**

occhiali firmati ray ban  [Ricerca avanzata](#)  
[Preferenze](#)

Cerca:  nel Web  pagine in Italiano  pagine provenienti da: Italia

Risultati 1 - 10 su circa **85.900** per occhiali firmati ray ban

Si può quindi affermare che il posizionamento tramite **keyphrase (frase chiave)** è **decisamente meno concorrenziale** e di conseguenza è molto più semplice avere dei risultati!

Con il passare del tempo non solo i Motori si Evolvono e diventano più “intelligenti”, anche gli utenti **diventando**

**sempre più astuti nel ricercare risposte sul Web, usano sempre più keyphrase (frase chiave) e noi che siamo al passo con i tempi dobbiamo usare tale sistema per abbattere drasticamente il fattore concorrenziale.**

Il bello non è finito qui, i vantaggi dell'uso di keyphrase sono altri.

**La creazione di una frase chiave crea più combinazioni di parole e quindi più possibilità di centrare le ricerche dell'utente!**

Ad esempio prolunghiamo ancora la keyphrase aggiungendo la parola **vendita**, otteniamo **vendita occhiali firmati Ray Ban**, probabilmente sarà difficile che la persona scriva precisamente questa frase, ma è probabile che alcune di queste parole facciano parte della “**ricerca madre**” fatta dell'utente.

Otteniamo **10 combinazioni di parole** con *sensu compiuto*:

1. vendita occhiali firmati Ray Ban
2. vendita occhiali Ray Ban

3. vendita Ray Ban
4. firmati
5. vendita Ray Ban
6. vendita occhiali
7. vendita occhiali firmati
8. occhiali firmati Ray Ban
9. occhiali Ray Ban
10. firmati Ray Ban
11. occhiali firmati

Abbiamo inoltre le quattro keyword singole:

**Vendita – occhiali – firmati – Ray-Ban**

Oltre a queste keywords potenzialmente otteniamo altre possibili combinazioni di ricerca senza tener conto dell'ordine delle parole, **otteniamo un vasto raggio di potenziali ricercatori.**

**Conclusioni:** L'uso delle keywords è uno dei fattori principali per il posizionamento degli articoli sui motori di ricerca, il **sistema Seo keyphrase è una delle più avanzate tecniche di**

monitoraggio delle parole chiave. Tramite l'uso di keyphrase mirate si riescono a ottenere *decine di combinazioni di keywords* che **portano l'articolo a posizionarsi bene**, non solo per 1 o 2 parole ma addirittura per 10 o più keywords. Questo è fantastico poiché l'articolo otterrà una visibilità dieci volte maggiore, con un conseguente aumento dei click per tue affiliazioni!

## Capitolo 4

### Il Seo Tag Title per le pagine web

In un articolo il tag title è uno dei fattori principali che coinvolge il Seo e il Web Marketing.

Il tag Title di una pagina Web è la porzione di codice contenuta nella testata (head) della pagina su cui si sta lavorando, il codice html in questione è questo :



```
led-1
Codice Dividi Progettazione Titolo: Documento senza titolo
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <head>
4 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1" />
5 <title>Documento senza titolo</title>
6 </head>
7
8 <body>
9 </body>
10 </html>
11
```

Inserendo appunto il titolo nelle stringhe <Title>titolo pagina </Title> diamo quindi un nome alla pagina. Creare un buon tag

Title può portare a notevoli vantaggi per quanto riguarda il posizionamento.

La prima cosa che un Motore di Ricerca visualizza in una pagina web è il tag title. Esso dà l'identità a tutta la pagina e tutti i contenuti in essa presenti devono allinearsi ad esso. Il w3c a proposito di questo argomento dice:

- Viene utilizzato dai browser per memorizzare i segnalibri di tutte le pagine Web di cui memorizzare l'indirizzo per tornarci velocemente.
- Viene utilizzato dai Motori di Ricerca come elemento di **MAGGIORE EVIDENZA nelle Serp** (pagine dei risultati).

Ogni ricerca che effettuiamo sui Motori ci fornisce come risultato primario il Titolo della Pagina, **esso viene anche evidenziato con un colore più marcato**. Per ottenere un Titolo Ottimizzato al Massimo bisogna tenere conto di più fattori, i **fattori tecnici e i fattori dell'impatto visuale**.

*I fattori tecnici* hanno a che fare prettamente con il miglioramento delle posizioni nelle Serp, essi sono i già citati “Prominenza, Prossimità e Keywords nel titolo della pagina”.

*I fattori dell'impatto visuale* sono quelli che rendono il titolo appetibile al ricercatore, **più il titolo è accattivante** più è certo che l'utente entri a curiosare nella pagina.

*È noto che una pagina indicizzata con un titolo che ha un impatto visuale ottimale ottiene più visite di una che ha una pagina web che ha una posizione migliore.*

Alcuni aspetti fondamentali per sfruttare il tag title nei motori:

- Il titolo degli articoli deve essere originale
- Il titolo deve incitare all'azione
- Nel titolo deve essere presenta la **keyphrase (frase chiave)** madre, la più importante e la più cercata secondo il tema dei contenuti
- Se il titolo presenta dei caratteri speciali attira molto l'attenzione. Caratteri come +, #, \$, &, ®, ∞ etc. incitano curiosità nell'utente, ad esempio sul mio sito sono

presenti titoli con la @, mentre su autostima è presente il simbolo ✓

- Il titolo deve seguire i canoni di prossimità e prominenza

Molti altri aspetti cruciali dell'ottimizzazione del Tag Title sono presenti nel mio eBook “ [Il Triangolo del Seo](#)”.

## Capitolo 5

### L'Article Seo in una pagina web

Ciò che piace agli utenti piace a Google e Amici. I motori di ricerca riescono a comprendere se un articolo è ben visto dagli utenti, di conseguenza premiano o penalizzano il posizionamento dello stesso.

Detto questo voglio sottolineare gli elementi delle Intestazioni Html e della **suddivisione di un unica pagina in varie sezioni e sottosezioni**. La suddivisione di una pagina web in vari “sotto-articoli” rende alla pagina stessa un punteggio di qualità superiore nei confronti di Google.

I Motori di ricerca ci forniscono delle risposte, tutte le risorse utilizzate (pagine web) vengono catalogate in base a determinati criteri. Uno dei criteri primari è la qualità delle risorse di una pagina web.

Hai mai visto una pagina che ha solo un sacco di testo?

Ad esempio su un argomento molto vasto come il Seo? Mettiamo che questa pagina abbia un Titolo Principale e migliaia di parole senza nessuno paragrafo o sottosezione. Al solo **pensiero sembra poco interessante**. Infatti non solo è antiestetico a occhio nudo ma è anche poco funzionale per un buon posizionamento.

La migliore risorse online per lo studio dell'ottimizzazione delle pagine web tramite le suddivisione in sotto-sezioni è *Wikipedia*. *Wikipedia* ottiene risultati grandiosi nelle Serp dei motori, essa infatti presenta con precisione la suddivisione dell'argomento in più sezioni e sottosezioni.

Ad esempio, se andiamo su Google e cerchiamo Seo, il primo risultato è proprio la Pagina di Wikipedia che ti parla dell'argomento Seo.

Addirittura in questo caso il Re dei Tag Title viene sorpassato, in effetti nel risultato, come vedi, non è presenta la parola cercata, Seo. Questo sorpasso è dovuto all'elevato punteggio di qualità che Google ha fornito a questa pagina, grazie a un'ottima suddivisione del testo in più categorie e sotto-

categorie.

[Ottimizzazione \(motori di ricerca\) - Wikipedia](#) 


Con il termine ottimizzazione (o **search engine optimization**, spesso abbreviato con l'acronimo **SEO**), si indica l'insieme di attività svolte per migliorare il ...

[it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione\\_\(motori\\_di\\_ricerca\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_(motori_di_ricerca)) - 35k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

Tutte le pagine di Wikipedia sono molto ordinate, al loro interno è molto facile trovare le informazioni. Se entriamo nel link sopra citato verifichiamo la suddivisione delle sottosezioni.

**L'indicizzazione del Web prima di Google** [\[modifica\]](#) 

I primi motori di ricerca facevano riferimento alle *keyword* ("parole chiave") inserite dagli stessi creatori di siti web all'attraverso i [tag META](#). In un mondo ideale questo approccio sarebbe stato abbastanza funzionale, ma ben presto i cominciarono a dichiarare nelle loro pagine decine di parole chiave, rendendo di fatto nulla l'utilità di questo strumento (stesse specifiche di [HTML](#)). Contemporaneamente, i motori di ricerca più in voga (uno dei più utilizzati al tempo era *vedere* le posizioni alte dei loro risultati di ricerca, mischiando, nella presentazione dei risultati, siti rispondenti ai criteri commerciali. Questa situazione non proprio limpida preparò il terreno per l'avvento di [Google](#).

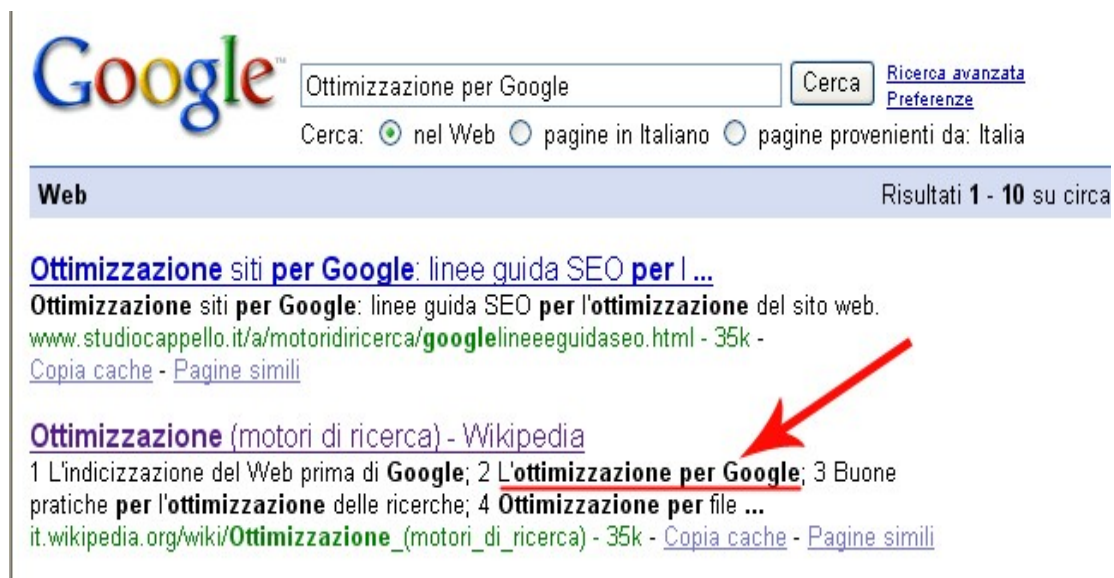
**L'ottimizzazione per Google** [\[modifica\]](#) 

Google introdusse un elemento di novità nell'approccio al problema dell'indicizzazione del web, il [PageRank](#), algoritmo di rilevanza di una pagina basato su concetti matematici che l'inventore di [Ethernet](#), [Bob Metcalfe](#), sintetizzò con il termine *PageRank*. Google indicizza una pagina basandosi sui suoi *link* puntano ad essa. Di conseguenza, anche i principali motori di ricerca moderni hanno iniziato ad impiegare tecniche raffinate per produrre risultati di maggiore qualità [\[citazione necessaria\]](#).

**Buone pratiche per l'ottimizzazione delle ricerche** [\[modifica\]](#) 

A Google queste pagine piacciono molto perché rendono l'usabilità della pagina stessa molto semplice. Ora diamo uno

sguardo importante alle **intestazioni interne**, io le chiamo “**ami dei motori.**” Provo a cercare Ottimizzazione per Google:



The image shows a screenshot of a Google search interface. The search bar contains the text "Ottimizzazione per Google". Below the search bar, there are radio buttons for "nel Web" (selected), "pagine in Italiano", and "pagine provenienti da: Italia". The search results are displayed under the heading "Web" and show "Risultati 1 - 10 su circa". The first result is "Ottimizzazione siti per Google: linee guida SEO per l...", with a URL "www.studiocappello.it/a/motoridiricerca/googlelineeeguidaseo.html - 35k". The second result is "Ottimizzazione (motori di ricerca) - Wikipedia", with a description: "1 L'indicizzazione del Web prima di Google; 2 L'ottimizzazione per Google; 3 Buone pratiche per l'ottimizzazione delle ricerche; 4 Ottimizzazione per file ...". A red arrow points to the underlined phrase "L'ottimizzazione per Google" in the second result.

Al secondo risultato su Google ottengo la stessa pagina e **nella descrizione viene evidenziata la Frase chiave.**

Ritornando sulla pagina noteremo che la frase chiave OTTIMIZZAZIONE PER GOOGLE era un'intestazione

---

## L'indicizzazione del Web prima di Google [modifica]

I primi motori di ricerca facevano riferimento alle *keyword* ("parole chiave") inserite dagli stessi creatori di siti web all'attraverso i tag *META*. In un mondo ideale questo approccio sarebbe stato abbastanza funzionale, ma ben presto i cominciarono a dichiarare nelle loro pagine decine di parole chiave, rendendo di fatto nulla l'utilità di questo strumento (specifiche di *HTML*). Contemporaneamente, i motori di ricerca più in voga (uno dei più utilizzati al tempo era *vedere* le posizioni alte dei loro risultati di ricerca, mischiando, nella presentazione dei risultati, siti rispondenti ai criteri commerciali. Questa situazione non proprio limpida preparò il terreno per l'avvento di *Google*.

## L'ottimizzazione per Google



Google introdusse un elemento di novità nell'approccio al problema dell'indicizzazione del web, il *PageRank*, algoritmo di rilevanza di una pagina basato su concetti matematici che l'inventore di *Ethernet*, *Bob Metcalfe*, sintetizzò con il termine: "la rilevanza di una pagina è tanto più utile quanto più elevato è il numero dei suoi utenti". Google indicizza una pagina basandosi sui suoi link puntano ad essa. Di conseguenza, anche i principali motori di ricerca moderni hanno iniziato ad impiegare tecniche raffinate per produrre risultati di maggiore qualità [citazione necessaria].

---

## Buone pratiche per l'ottimizzazione delle ricerche [modifica]

**Infatti le intestazioni sono da considerarsi degli “ami”  
dove i motori di ricerca “abboccano”.**

### **Pertanto usa le frasi chiave nelle intestazioni**

Ogni intestazione viene valutata da Google in base a dei criteri d'importanza. È indispensabile usare i cosiddetti valori H per monitorare le varie intestazioni in una pagina web. Questi valori possono essere inseriti direttamente in un editor come *dreamweaver* o simili; vediamo come fare.



Esistono sei livelli di intestazioni, esse vengono distinte in vari H; partono da H1 e arrivano a H6. I vari programmi di editor Html (tipo Dreamweaver) permettono d'inserire tali valori ad ogni porzione di testo.

Il valore più importante è l'H1, esso viene usato per l'intestazione principale, a seguire per suddividere il testo in sottosezioni vengono usati gli altri H2,H3,H4 ecc. Di solito può

bastare usare fino all'H3, il resto può essere identificato come *Paragrafo*, infatti vi è proprio l'identificazione specifica del testo *contrassegnata dal Valore Paragrafo*.

Se creiamo un articolo seguendo questi canoni di suddivisione tramite l'uso dei Tag H1 **otterremo un sacco di frasi chiave** che potenzialmente ci faranno salire più posizioni nelle Serp.

*In questi titoli devono essere presenti le stesse keywords presenti dentro il paragrafo che segue.*

Succede a volte che assegnando un'intestazione ai vari tag, la dimensione del testo aumenti troppo creando spesso un grave problema antiestetico. La soluzione è usare i vari stili presenti direttamente nei programmi Html, semplicemente seleziona il testo e ri-compatta la dimensione.

**Usando la tecnica dell'amo** riuscirai a ottenere nuova visibilità e nuovi posizionamenti sui risultati dei Motori di Ricerca.

## Capitolo 6

### **Analytics e Meta Tag Article**

I meta tag fanno parte della struttura interna del sito, essi non sono osservabili da un utente in una pagina web normale, in realtà è semplicissimo individuare i Meta Tag di una pagina web, basta andare in altro nella pagina e cliccare su *Visualizza-Html*, si dovrebbe aprire un editor di testo che fa visualizzare tutto l'html della pagina.

In realtà ai fini del posizionamento nei motori di ricerca :

**IMETA TAG NON SERVONO QUASI A NIENTE.**

In passato avevano molto più valore, ma con l'evolversi delle potenzialità dei Motori il loro valore è scaduto enormemente.

Un tempo nacque il luogo comune che per ottenere buoni risultati sui motori di ricerca è sufficiente fare un sito web “alla bella maniera” e poi inserire sulle sue pagine i meta tag, magari

creati con un generatore di meta tag ("meta tag generator") trovato sul web. Fare in questo modo porta attualmente solo a perdite di tempo e a zero risultati.

*Un sito web non ottimizzato non ottiene nessun beneficio di posizionamento dai Meta Tag.*

I meta tag dedicati ai motori di ricerca sono tre:

1. **DESCRIPTION**

Questo meta tag permette di inserire una descrizione dei contenuti della pagina web e dovrebbe apparire nelle Serp. *Non sempre durante le ricerche esso appare*, infatti abbiamo visto nel capitolo precedente come alcune parti del contenuto del testo di una pagina Web vengono introdotte nella stringa di ricerca destinata a priori al Tag Description, pertanto questo *tag viene anche scavalcato* da del buon testo che contiene Parole e Frasi Chiave mirate.

## 2. **KEYWORDS**

Questo meta tag consente di specificare una lista di parole chiave che riguardano gli argomenti trattati nella pagina web. Queste parole sono completamente nascoste alla visuale dell'utente e vengono solo prese in considerazione dagli Spider.

## 3. **ROBOTS**

**Esso serve a dare “consigli di comportamento” agli Spider che preleveranno e analizzeranno la pagina.**

(1) Il Tag Description prende valore se il nostro punto di vista viene rivolto all'**ottimizzazione visuale** dei risultati nelle Serp, in pratica ciò che l'utente osserva dentro la pagina dei risultati.

L'utente si ritrova spesso a leggere la descrizione della pagina, *più questa lo incuriosisce più è certo che entra a curiosare.*

Il testo di tale Tag deve servire all'utente a dare un'idea di ciò che troverà nella pagina. La descrizione deve essere semplice,

accattivante, discorsiva e non troppo sfruttata per includere parole chiavi. Pertanto evitiamo di lanciare Slogan e sfruttiamo tale Tag solo a scopo informativo.

<http://www.international-ebook.net/seo-e-posizionamento-ebook/seo-meta-tag-description-keywords-e-robot.txt.html>

**Esempio errato:**

*Vendita di occhiali firmati, eleganti, alla moda, casual etc.*

**Altro esempio errato:**

*Vendiamo occhiali delle migliori marche! Da noi i prezzi migliori del mercato! Visita il nostro sito e rimarrai a bocca aperta!*

**Una buona descrizione:**

Un ampio catalogo online di occhiali per ogni esigenza. Sono disponibili molti modelli di occhiali firmati delle marche più prestigiose.

Il terzo esempio può essere considerato il più desiderabile. Il linguaggio è semplice e la comunicazione è diretta. L'utente che legge la descrizione sa bene cosa troverà in quella specifica

pagina, oltre all'aspetto ottimale dell'impatto visuale contiene anche qualche parola chiave. Inoltre il tono emozionale che esprime è serenità e serietà, a differenza dei primi due che sembrano altezzosi e poco amichevoli!

Naturalmente esistono diversi stili di comunicazione efficace, questa descrizione è ottima per un sito serio e professionale che vende occhiali firmati, ma ogni nicchia di mercato deve essere trattata in un determinato modo. Per scoprire tutti i segreti sulle strategie di Scrittura Persuasiva Online dei Copywriter Professionisti ti consiglio l'eBook "[I Segreti del Copywriting](#)" di Josè Scafarelli.

Esempio di codice HTML per il meta tag DESCRIPTION, da inserire nell'intestazione (HEAD) della pagina web:

```
<META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="Inserire qui la descrizione della pagina.">
```

Ogni articolo deve avere una descrizione differente e specifica della pagina web promossa, solo in questo modo otterrai maggiori probabilità d'entrata nel tuo sito web.

(2) Come già detto il Tag Keywords oramai ha scarso valore per il posizionamento, in pratica indichiamo ai Motori di Ricerca una lista di parole chiave inerenti il contenuto della pagina.

Quando scegliamo delle Keywords per i Meta Tag è molto importante verificare che tali parole siano presenti nella pagina perché i Motori potrebbero non prendere bene la mancanza della parola chiave nel testo che stiamo ottimizzando.

È importante stilare una buona lista di parole chiave non tanto per i Meta Tag Keywords ma per creare il contenuto ottimizzato della pagina in questione, questo argomento lo tratto esaurientemente nella sezione il “*Cercatore di Keywords, del mio eBook “[Il Triangolo del SEO](#)”*”.

Dopo aver trovato le keywords non devi fare nient'altro che copiare le stesse parole chiave che hai esaminato in precedenza nel Tag Keywords.

Il codice Html per questo Meta Tag viene inserito chiaramente nell'intestazione (HEAD) della pagina web:

```
<METANAME="KEYWORDS"CONTENT="abbigliamento,r  
obe,vestiti, cravatte, scarpe, camicie,abiti eleganti ,matrimoni  
ecc.">
```

Un fattore da tenere ben presente è che anche in questo caso la prossimità fa la sua parte, in effetti le Keywords iniziali prendono più rilevanza rispetto alle Keywords che seguono, inoltre più Keywords inseriamo più quelle importanti perdono valore poiché troppe possono estendere il valore delle keywords e danneggiare quelle più importanti.

Un altro fattore da tener conto è che **se usiamo una frase chiave è IMPORTANTE** inserire tale frase separata da una virgola, ad esempio abbiamo 5 frasi chiave:

*abbigliamento sportivo, abiti eleganti, camicie firmate ,scarpe sportive, scarpe classiche, capelli originali*

Se ad esempio abbiamo 2 frasi chiave lunghe le scriviamo così:

(prima) occhiali firmati Ray Ban, (seconda) occhiali eleganti e alla moda, etc.

Come redigere le Keywords è sempre stato spunto di discussioni molto aperte tra i Web Master. Ci sono vari pareri in merito e nel mio [eBook](#) vengono trattati tutti i possibili metodi per ottenere **il massimo da questo meta tag oramai molto trascurato**. In effetti è vero che non ha molta importanza ma esistono metodi per valorizzarlo nuovamente!

Ricordati che il testo dovrà contenere una buona percentuale di keywords e parole chiave, per buona percentuale intendo massimo l'8% dei contenuti totali.

Nel l'eBook "[Il Triangolo del Seo](#)" viene trattato in maniera molto approfondita il fattore delle **keywords density e la novità del multiply key density**.

## Capitolo 6

### La Landing Page Article

La landing page (pagina d'atterraggio) è ben conosciuta nelle campagne di Google per Adwords. In realtà anche un articolo presenta una landing page e pertanto **Google assegna ad esso un punteggio di qualità** in base al quale viene fornita la posizione nelle Serp ( risultati dei motori).

Una volta creata una bozza dei contenuti, seguendo i diversi canoni d'ottimizzazione già proposti nelle pagine precedenti, preparo la landing page dell'articolo.

Dedico del tempo a creare le immagini che **renderanno il contenuto gradevole anche dal punto di vista estetico**. Prima di tutto cerco di rendere l'aspetto grafico semplice e intuitivo, poi passo all'ottimizzazione tramite le keywords che ho deciso di utilizzare nella landing page.

Gli spider **non sanno realmente cosa c'è nell'immagine**, pertanto si limitano a “indagare” sulla sua descrizione, sul suo nome e sul testo che le attornia.

La descrizione è l'unico mezzo usato dai motori per dare un'identità all'immagine, pertanto è indispensabile ottimizzare anch'essa tramite tali azioni:

- Il testo intorno all'immagine viene preso in considerazione dai motori di ricerca, è importante creare un'armonia tra il testo che attornia l'immagine, il suo nome e la sua descrizione (ALT).
- In base alle parole chiave scelte sarebbe buona norma inserire nel testo che attornia l'immagine le varie Keywords.
- Gli spider controllano anche la posizione dell'immagine nel server e chiaramente individuano il suo nome e quello della cartella che la contiene. Sarebbe saggio denominare la cartella con un nome chiaro. Per quanto riguarda il file della foto si può denominarla con una

delle parole chiave scelte, questo non è per forza necessario.

**ATTENZIONE:** Non usare lo stesso nome per più foto, utilizza più keywords o combinazioni di keywords, gli spider potrebbero insospettirsi.

Inoltre:

- Tutta la landing page deve essere alquanto leggera in termini di peso in Kb. Le immagini non lavorate secondo gli Standard web spesso appesantiscono troppo la pagina causando rallentamenti inopportuni nel caricamento. È importante creare un buon equilibrio tra immagini leggere e grafica accettabile, il formato più utilizzato è il formato .jpg, mentre la grandezza massima consigliata è di 70 kb.
- Nell'usare le parole chiave devi essere astuto e mai robotico, se in qualche caso non “suona” bene l’inserimento di una keyword è meglio omettere l'inserimento.

Dopo la creazione delle immagini, che spesso può avvenire man mano che scriviamo il contenuto, inizia a creare il testo. Io spesso scrivo il contenuto su un foglio di carta oppure su un editor semplice. Durante la stesura alcune parti del testo hanno rilevanza maggiore rispetto ad altre, pertanto è indispensabile usare le funzioni h1, h2, h3 e via seguendo. In tali intestazioni bisogna inserire le keywords scelte poiché i motori danno importanza e rilevanza ai titoli e ai paragrafi della pagina.

Ad esempio ottimizzo un pagina tramite l'uso delle parole:

## Seo-Ottimizzazione-Motori di ricerca-Posizionamento

### (SEO) Ottimizzazione dei motori di ricerca (H1)

#### SEO - OTTIMIZZAZIONE - POSIZIONAMENTI - MOTORI DI RICERCA (H2)



Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti  
Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti  
Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti  
Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti Seo ottimizzazione motori di ricerca posizionamenti

Inizio tale ottimizzazione partendo dalla fase iniziale della pagina. La prima fase della stesura divide il testo in titolo, sottotitolo e descrizione. È indispensabile introdurre le keywords che useremo nella landing page in tali intestazioni specie se ad esse attribuiamo il valore di:

- H1 per il Titolo
- H2 per il Sottotitolo
- H3 per la Descrizione
- Paragrafo per il resto del contenuto

Questi passi descritti sono fondamentali per ottenere un buon punteggio di qualità. Nel mio eBook spiego molto approfonditamente un sacco di tecniche per ottenere una landing page perfetta in modo da entrare nelle grazie di Google!

Il prossimo capitolo sarà dedicato a tutti coloro che (non essendo gli amministratori del sito o blog) non possono inserire Meta Tag, keywords o fare modifiche particolari di ottimizzazione; in particolare è rivolto sia agli Autori della Bruno Editore sia a tutti coloro che scrivono articoli su altri Blog non di propria proprietà!

## Conclusioni

Il Seo Article è una materia quasi sconosciuta in Italia, a differenza dell'Article Marketing che probabilmente è più semplice da comprendere. Una fusione di Article Seo e Article Marketing eccellente **può generare una mole di traffico incredibile nelle pagine web.**

I contenuti di questo testo sono solo una piccola porzione di conoscenza su ciò che è necessario per ottimizzare una pagina web. Il più completo trattato sul Seo nel panorama web Italiano è l'eBook il "[Triangolo del Seo](#)", se vuoi iniziare a raggiungere le vette dei motori ti conviene leggere gli oltre 50 segreti presenti al suo interno.

## Le Azioni di Seo Article

- √ Scegli i contenuti del tuo articolo
  
- √ Decidi la *keyphrases madre* in base alla concorrenza
  
- √ **Scrivi i contenuti inserendo keywords** e la *keyphrases* in base alla *keyphrases madre*
  
- √ **Crea un title accattivante** inserendo keywords e la *keyphrases madre*
  
- √ **Sfrutta il meta tag description** per attirare l'attenzione
  
- √ *Usa il meta tag keywords* per sottolineare le keywords e le *keyphrases* utilizzate
  
- √ **Suddividi l'articolo** in più sottosezioni (paragrafi)
  
- √ Ad ogni paragrafo **crea un'intestazione** con keywords e *Keyphrases*
  
- √ **Sfrutta l'effetto Amo** con i tag H nelle intestazioni

√ **Dai un nome all'immagine** inserendo i tag immagine con alcune keywords.

√ Intorno all'immagine crea del testo **conforme alla keywords utilizzata.**

√ **Pubblica il tuo articolo** e attendi i nuovi visitatori

## **I 30 Consigli di Seo Article**

- 1) Per essere visibile nel web devi avere un Blog**
- 2) Sfrutta Blogger per far avere una spinta, da Google stesso, ai tuoi articoli**
- 3) Specializzati in una nicchia di mercato specifica e scrivi solo articoli inerenti al tema**
- 4) Se non sei ancora iscritto al programma d'affiliazione della Bruno Editore fallo ora è promuovi i loro eBook con articoli ottimizzati.**
- 5) Crea una grossa mole di articoli a tema**
- 6) Sfrutta le pagine di vendita degli eBook per avere idee nel creare articoli stimolanti**
- 6) Usa tutte le informazioni presenti in questo eBook per ottimizzare i tuoi articoli**
- 7) Fornisci ai tuoi utenti solo materiale di qualità**
- 8) Crea Report e mini eBook gratuiti, essi ti rendono velocemente popolare**

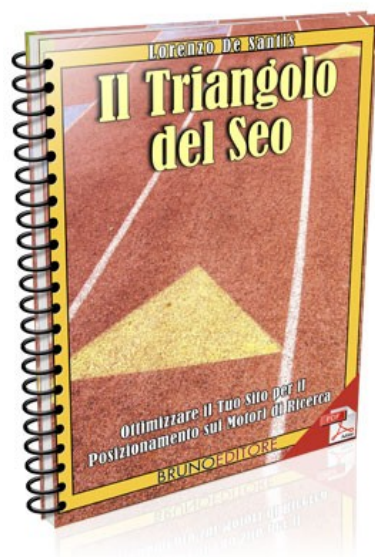
- 9) Usa le tecniche di copywriting per creare interesse negli utenti**
- 10) Rispondi a tutti i commenti che lasciano a tuoi articoli, sii sempre presente**
- 11) Oltre ad articoli sui prodotti, crea news generiche ma sempre affini all'argomento del blog.**
- 12) Usa le tue passioni e la tua esperienza per creare un Blog che ti dia della soddisfazioni personali**
- 13) Sii sempre aggiornato sulle nuove opportunità di traffico online**
- 14) Fai esperimenti e cerca di trovare sempre più soluzioni per migliorare il tuo blog e i tuoi articoli**
- 15) Cerca di essere sempre unico e primo, non seguire o copiare mai il lavoro degli altri**
- 16) Crea un design semplice, motivante e a tema con i tuoi articoli**
- 17) Valuta tu stesso l'usabilità del tuo blog! Riesci in meno di 10 secondi a capire di cosa parla il blog? Possono navigarlo facilmente? Dove sono riposti i contenuti migliori? Sono ben visibili?**
- 18) Sii costante, crea Articoli giornalmente o almeno mensilmente**
- 19) Costruisci la tua reputazione e rendi pubblici gli obiettivi del Blog**

- 20) Offri il sistema dei feed completi**
- 21) Dai la possibilità ad altri o a esperti del tuo settore di inserire degli articoli oppure fai delle interviste**
- 22) Dai notizie recenti, cerca di essere sempre il “primo a raccontare la storia”**
- 23) Sfrutta i social networks per ricevere un sacco di visite in entrate**
- 24) Effettua dei contest, spesso piacciono e sono divertenti inoltre incrementano traffico verso il blog**
- 25) Fai dei sondaggi a tutti gli utenti e pubblica i Risultati**
- 26) Fai conoscere eventuali successi o eventuali nuove attività del Blog**
- 27) Usa la Web Analytics tramite un sistema di statistiche per monitorare il tuo blog al fine di comprendere il comportamento degli utenti**
- 28) Partecipa ai forum e lascia i commenti su altri blog**
- 29) Sii onesto con i tuoi utenti**
- 30) Divertiti**

**LORENZO DE SANTIS**

**ARTICLE SEO**

**Report allegato a:**



*Puoi distribuire gratuitamente questo ebook a chiunque.  
Puoi inserire i tuoi link affiliato.*

**Un Report per il posizionamento  
degli articoli sui motori di ricerca**

*A cura di [Lorenzo De Santis](#)*

*Autore de [Il triangolo del SEO](#)*