

# Best Practices di compilazione di pagine web SEO oriented

# Keyword (non solo primarie)

Grazie ai tools descritti individuate ed utilizzate le “keyword primarie”, quelle che i nostri utenti target cercheranno. Ripetetele, distribuendole nel testo e nei Meta Tag, sia nel loro uso più comune, nella loro forma base, ma anche accompagnate da **varianti**, aggettivi e sinonimi, le cosiddette “keyword secondarie”.

- Keyword **primaria**: Assicurazione Auto
- Keyword **variante**: N/A
- Keyword **sinonimo**: Polizza Auto, Kasko Auto, RCA Auto
- Keyword di **lunga coda**: Assicurazione Auto a Consumo
- Keyword **correlate**: Copertura Furto e Incendio, Cristalli, Franchigia, etc.

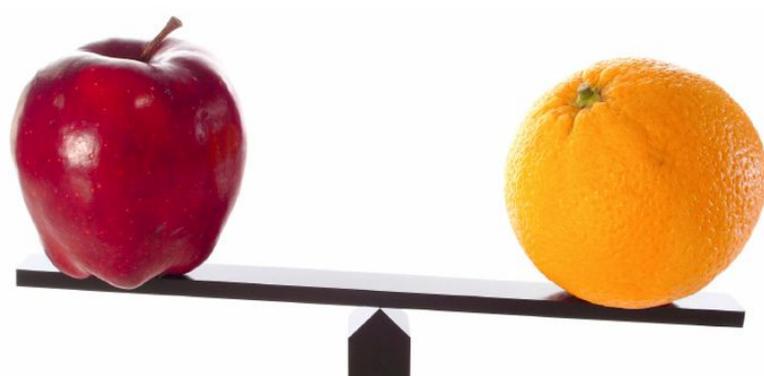
- Keyword **primaria**: 5x1000
- Keyword **variante**: cinque per mille, 5 per mille, 5 per 1000, etc.
- Keyword **sinonimo**: N/A
- Keyword di **lunga coda**: 5x1000 ONG, 5x1000 elenco beneficiari, 5x1000 come funziona, etc.
- Keyword **correlate**: dichiarazione dei redditi, 730, 2x1000

- Keyword **primaria**: B&B Roma
- Keyword **variante**: Bed and Breakfast Roma
- Keyword **sinonimo**: Casa Vacanza Roma
- Keyword di **lunga coda**: B&B Roma Colosseo
- Keyword **correlate**: Vacanze, Weekend, etc.

**Keyword comparative** – Nel ciclo d'acquisto sono tra le keyword più cercate in fase decisionale, posizionarsi con una o più di queste keyword significa intercettare l'utente in uno dei momenti più cruciali dell'intero ciclo

Qualche esempio:

- miglior ristorante di pesce zona Piramide
- miglior ristorante di pesce per famiglie
- ristorante sushi roma centro economico
- migliore torta sacher di roma



**Keyword transazionali** – Tra le keyword di lunga coda non dimentichiamo, se possibile, di individuare e utilizzare keyword transazionali, che esplicitano e dunque intercettano una chiara intenzione di acquisto da parte dell'utente.

Qualche esempio:

- vendita vinili milano stazione centrale,
- rivenditore vinili musicali Bari corso cavour,
- rivenditore online vinili,
- offerta vinili online,
- offerte vinili online,
- vendita LP d'epoca Roma,
- rivenditore LP d'epoca Firenze,
- vendita vinili online, etc...



Tag Title

Meta Description

H1

Titolo che espliciti lo scopo primario della pagina - Uno e solo Uno in una pagina

*Paragrafo - tag di apertura <p> e un tag di chiusura </p>.*

H2

Tutti paragrafi di pari dignità / livello

*Paragrafo - tag di apertura <p> e un tag di chiusura </p>.*

H3

Un paragrafo annidato gerarchicamente nell'H2

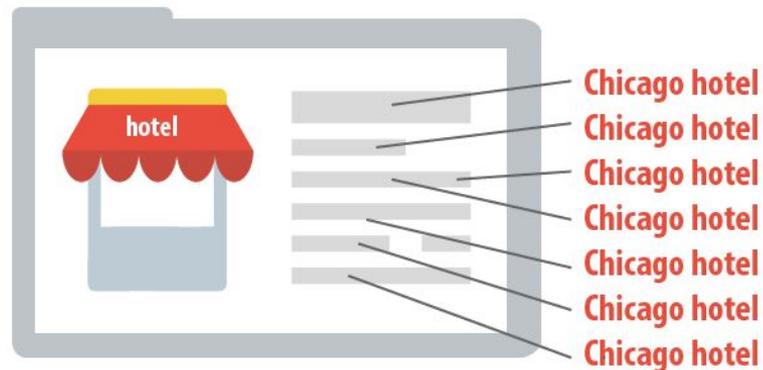
*Paragrafo - tag di apertura <p> e un tag di chiusura </p>.*

- bullet point
- bullet point
- bullet point
- ....



## Attenzione a non esagerare con le keyword!

**Keyword stuffing** – è il rischio che si corre sovra-ottimizzando la pagina attraverso la keyword density. Gli spider potrebbero confondere questa pratica con un tentativo di spamming, penalizzando la pagina nei risultati di ricerca.



Esiste il **Latent Semantic Indexing (LSI)** un algoritmo molto complesso che non controlla solo la presenza delle **parole chiave** all'interno dei siti, ma anche quelle che determinano e chiariscono il contesto della pagina

## Contestualizzate (LSI)

se state scrivendo di un argomento che potrebbe afferire a diversi contesti semantici o si presta a fraintendimenti, attenzione ad utilizzare subito Keyword che connotino e chiariscano l'argomento (Tilde clarification Keyword).

Guardiamo il primo e il secondo esempio: un conto è che intendiate parlare del frutto e delle sue qualità organolettiche, un altro che stiate parlando di ipad, iphone, ipod, ecc...

Documento 1

**title tag:** Apple

parole ricorrenti: apple, pear, apricot, strawberry, fruits

Documento 2

**title tag:** Apple

parole ricorrenti: Steve, iPhone, Mac, Jobs

Documento 3

**title tag:** Bando

parole ricorrenti: giovani ricercatori, ricerca, anno accademico, dottorati, dottorandi

Documento 4

**title tag:** Bando

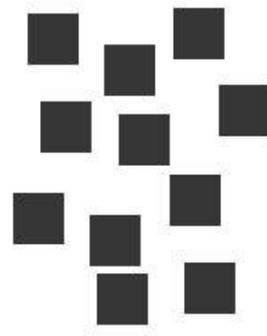
parole ricorrenti: erasmus, erasmus Luiss, erasmus Bocconi, traineeship



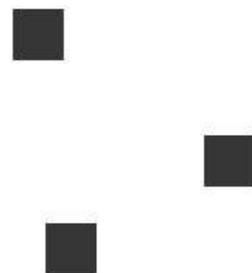
Keyword proximity – rappresenta la capacità che abbiamo in un testo di tenere vicine tra loro le keyword che potenzialmente potrebbero rappresentare delle keyphrase di ricerca utilizzate dall'utente

Esempio:

- ❑ Es. scorretto: qui vengono venduti materassi, per tutte le stagioni con lato estivo e lato invernale, in lattice con il salutare brevetto memoform
- ❑ Es. corretto: vendita di materassi in lattice, memoform, lato estivo – invernale



Proximity



No Proximity

**es scorretto:** Hai bisogno di un **prestito** per poter finalmente **comprare casa**, magari la prima della tua vita? Considerando lo stato attuale dell'economia italiana, sono tante le persone in cerca di un **mutuo** per poter comprare la **prima casa** da coppia, magari con un **finanziamento totale**. Basta cercare con cura e assicurarsi di avere i requisiti necessari al conseguimento di un **finanziamento pari al 100% del valore dell'abitazione**.

---

**es corretto:** Hai bisogno di un **prestito per la prima casa**? Considerando lo stato attuale dell'economia italiana, sono tante le persone in cerca di un **mutuo prima casa al 100 per cento**. Basta cercare con cura e assicurarsi di avere i **requisiti per ottenere un mutuo al 100%**. E' indispensabile fare un'accurata ricerca sul web, infatti è probabilmente più facile trovare **mutui online al 100 per cento** che rivolgendosi agli istituti tradizionali. E se siete in due, potreste trovare convenienti i **mutui prima casa per giovani coppie**, spesso con tassi agevolati particolarmente interessanti.

**Keyword prominence** – identifica la presenza e la vicinanza delle parole chiave in una specifica zona, intesa come un qualsiasi tag html (title, H1, anchor text, ...). Se la keyword è presente nei tag più importanti allora incrementerà il suo valore. Per lavorare sulla *Keyword prominence*, possiamo certamente riassumere le zone più importanti di una pagina come segue:

- il tag <title>
- i vari tag di intestazione (<h1>, <h2>, <h3>, ecc.)
- i vari paragrafi che compongono il corpo del documento
- il contenuto del metatag description (molto spesso utilizzato come snippet da Google)

Più una keyword è prossima all'inizio di queste zone, maggiore sarà la sua *keyword prominence* aumentando sia la visibilità agli utenti che, di conseguenza, la considerazione da parte dei motori di ricerca.

