VareseNews

Come arrivare primi su Google

Pubblicato: Mercoledì 17 Gennaio 2018

Il mondo del web oggi è diventato qualcosa di assolutamente imprescindibile. Ha un ruolo davvero fondamentale nell'informazione e nella pubblicità e qualsiasi azienda o libero professionista che desideri far crescere la propria attività non può assolutamente ignorare le potenzialità che Internet offre.

Per questa ragione, se hai un'azienda o una qualsiasi attività è davvero importante avere un sito internet di riferimento, dove i tuoi potenziali clienti possano approdare per caso cercando il prodotto che offri o acquisire intenzionalmente informazioni sulla tua attività.

Ma i potenziali clienti per cercare un bene digitano frasi semplificate nei più utilizzati motori di ricerca (come Google, Yahoo e Bing), parole che assumono in gergo tecnico il nome di Keywords o parole chiave. Supponiamo che un cliente voglia cercare un ristorante indiano economico a Roma. Questi digiterà sul motore di ricerca le parole "ristorante indiano Roma economico". Quella che ti ho appena indicato è una parola chiave, ovvero il tramite attraverso il quale il cliente raggiunge i vari siti web.

In seguito all'immissione della parola chiave nel motore di ricerca, infatti, quest'ultimo elabora una serie di risultati ordinandoli grazie a criteri come l'autorevolezza del sito in questione e l'attinenza con la parola chiave ricercata. Quest'ordine è stabilito dal motore di ricerca ma può essere modificato grazie alla SEO, sigla che sta per Search Engine Optimization, e che indica quella branca che si occupa dell'ottimizzazione per i motori di ricerca.

Nelle prossime righe, dunque, ti illustrerò alcuni passaggi fondamentali per far sì che il tuo sito guadagni le prime posizioni nei risultati correlati alle parole chiave di tuo interesse. Essere primi su Google è infatti fondamentale per ottenere visitatori e clienti.

Per cosa vuoi essere primo su Google? La scelta delle parole chiave

Le parole chiave, come ti ho già accennato, sono assolutamente importanti. Bisogna scegliere accuratamente per quali si vuole arrivano primi su Google per avere delle buone chance di posizionare il proprio sito in prima pagina. Il mio consiglio, quindi, è quello di appuntare su un foglio una lista di 5 parole chiave che ritieni essere strettamente correlate alla tua attività o al prodotto che offri. Cerca ovviamente di pensare fuori dagli schemi e di non essere troppo generico nella loro scelta. Se vendi occhiali da sole e ti limiti ad inserire la parola chiave "occhiali da sole" tra le tue keywords di riferimento dovrai scontrarti con una quantità davvero consistente di pagine potenzialmente rivali. Se invece aggiungi aggettivi attinenti come "occhiali da sole economici Roma" o "occhiali da sole alla moda a poco prezzo", avrai meno rivali e, dunque, maggiori possibilità di guadagnarti la prima pagina. E' meglio lavorare per diventare primi su Google per parole chiave strettamente attinenti al tuo business, come spiegato sul blog di Filippo Jatta

Quando elaborerai questa lista, dunque, tieni bene a mente che le parole migliori sono quelle con minore competitività ma con un buon numero di ricerche. Dopo aver scelto le tue prime 5 parole chiave cercale su Google. Alla fine della pagina ti appariranno delle parole chiave nelle "ricerche correlate": arricchisci la tua lista inserendo alcune parole suggerite dal motore di ricerca.

Dopodiché cerca di individuare, grazie agli strumenti gratuiti offerti da Google, quali tra le parole che hai scelto sono quelle con minore competitività ma con una buona media di ricerca mensile e preferisci queste alle altre.

Ottimizzazione SEO on-page: scala le SERP con l'ottimizzazione

Una volta scelte le parole chiave queste andranno inserite sul tuo sito web. Ricordati che questa operazione è estremamente importante e per le parole chiave con bassa competitività può bastare a portare il tuo sito web in prima pagina, altrimenti faticherai a ottenere la prima posizione su Google.

Dovrai, dunque, inserire le parole chiave che hai scelto nel titolo (tag TITLE) della pagina, nei meta tag, nelle intestazioni (tag H1 e simili), nelle prime righe di testo di una pagina, nei testi dei link, tra le parole evidenziate in neretto o in corsivo e nel nome di file e immagini.

Ovviamente le parole chiave vanno inserite anche nel titolo, sottotitolo e corpo dell'articolo. Ma in questo caso non pensare che valga la regola che più parole inserisci, maggiore sia il risultato. Google, infatti, penalizza i siti con una ripetizione eccessiva di parole chiave. Limitati ad inserire la parola chiave una volta nel titolo, una nel sottotitolo e tre volte nel corpo dell'articolo (una all'inizio, una al centro e una alla fine).

SEO off-page: i primi posti di Google per i siti più autorevoli

Una volta terminate le operazioni di ottimizzazione on-page dovrai far crescere l'autorevolezza del tuo sito web. Questa fase è molto importante per diventare primi su Google. Già ma come?

La risposta è molto semplice: attraverso la link building, ovvero la costruzione di link su altri siti che rimandino al tuo. Google, infatti, ritiene più autorevoli i siti citati da altri siti web. Ma come si fa ad

ottenere questi link?

Puoi cominciare, prima di tutto, con l'inserimento del tuo sito in directory apposite e di articoli ad hoc su siti di comunicati stampa. Ricordati che l'attinenza è un dato preso fortemente in considerazione da Google e di conseguenza ti consiglio di scegliere siti che abbiano in un certo senso a che fare con il tuo prodotto o con la tua attività.

In secondo luogo ti consiglio di contattare altri webmaster proponendogli scambi di link. Questo farà, infatti, aumentare l'autorevolezza di entrambi dando un beneficio alle due parti.

Una volta portate a termine queste operazioni sei pronto per vedere apparire il tuo sito web in prima pagina! Buon lavoro!

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it