

## Link Building: cos'è e perché serve al business digitale

**Pubblicato:** Lunedì 20 Dicembre 2021



Farsi trovare su internet è il primo, essenziale step per poter vendere online i propri prodotti e servizi. Tuttavia, essere indicizzati da Google e poi posizionati in alto nella **SERP** (la lista di risultati fornita dal motore di ricerca in risposta a una *query* dell'utente) non è certo automatico: si tratta di un processo che va portato avanti con criterio e strategia, investendo tempo, energie e risorse nell'**ottimizzazione SEO** del proprio sito. Per **SEO** si intende proprio l'**ottimizzazione per i motori di ricerca** del proprio portale: un lavoro, questo, che può essere portato avanti tramite processi **SEO on site** (agendo dunque sul sito stesso) o **SEO off site** (al di fuori del proprio sito, sul web). In quest'ultimo caso, una delle carte vincenti e delle migliori strategie adoperabili consiste nella **link building**.

Anche nel caso della link building, si ha a che fare con un lavoro delicato e con una strategia di **promozione del sito** che potrebbe rivelarsi un'arma a doppio taglio (specie se non usata sapientemente). In breve, un utilizzo poco intelligente della **link-building** – ad esempio, tramite la creazione di siti spam che rinviino tutti al proprio portale di punta – può essere facilmente riconosciuto da Google, che potrebbe anche penalizzare il sito con l'eliminazione dalla SERP. Da qui, la necessità di non prendere sotto gamba questa strategia di **SEO off site** e affidarsi comunque a **web agency**, quali l'italiana **linkbuilding-seo.it**, specializzata proprio in link building.

### **Link building: strumento di digital branding**

Una delle basi del **digital marketing** consiste proprio nel permettere al proprio portale di posizionarsi in alto nei risultati di ricerca offerti da Google. Uno degli strumenti utilizzabili è la link building, che

consiste nella creazione di link al sito (**backlink**) da parte di altri portali. Il messaggio che Google recepisce, dunque, è che se quel portale sta linkando un sito specifico, implicitamente lo sta reputando affidabile. Più backlink conducono – da diversi portali – verso lo stesso sito, maggiore è l'affidabilità dimostrata da quella specifica pagina.

Oltre al link in sé, è valutata anche l'autorevolezza della fonte. In pratica, un backlink proveniente da un sito molto autorevole avrà più peso di altri, agevolando notevolmente il **posizionamento nella SERP**. Il link, in questi casi, è interpretato positivamente dall'algoritmo di Google come un'attestazione di merito o voto di fiducia da parte di un sito nei confronti di un altro: il destinatario è dunque premiato nella lista dei risultati, ottenendo maggiore visibilità perché considerato affidabile e pertinente (relativamente alle keyword di ricerca).

### Su cosa si basa la link building

Resta ferma la determinazione di Google – per mezzo del suo algoritmo – di punire le tecniche di **link building black hat**, ossia quelle illecite: si tratta di quelle strategie di spam che pretendono di manipolare la SERP posizionando forzatamente in alto un sito che – a conti fatti – ha pochi o nulli backlink validi.

Google invece tende a valorizzare le strategie di **link building white hat**, che consistono nella **creazione di contenuti di qualità** e che diano un valore alla pagina (meritevoli dunque di essere condivisi o menzionati da altri portali); ancora, il lavoro può basarsi sulla collaborazione con influencer o altri blog che generino un link di ritorno al proprio sito. Si tratta di strategie che, ormai, tendono a coinvolgere non soltanto i siti e i blog, ma anche i social network: per questa ragione, l'algoritmo di Google tende a valutare anche il peso di reazioni sui principali social per stimare le diverse posizioni dei vari siti nel suo ranking.

Per capire il funzionamento di una **strategia di link building**, è necessario separare la quantità dalla qualità dei link di ritorno. Produrre una quantità di backlink disseminati su siti poco autorevoli non ha, infatti, lo stesso effetto di pochi **backlink di qualità**, posizionati con attenzione su testate più autorevoli e giudicate da Google affidabili. Solo grazie a un equilibrio tra numero e valore dei **link in entrata** sul proprio portale sarà possibile raggiungere quell'ampiezza di pubblico (e dunque di mercato) che prima non era possibile raggiungere.

L'affidabilità di un backlink, inoltre, dipende dal contesto in cui avviene la citazione: il link di riferimento deve essere collocato in un contesto pertinente alla pagina linkata (in caso contrario, un collegamento innaturale potrebbe finire per penalizzare il lavoro svolto). Solitamente, inoltre, il link è coperto da un **anchor text**, ossia il testo che l'utente si trova davanti leggendo e a cui è ancorato il collegamento: anche queste parole chiave devono essere integrate correttamente nel post, in maniera naturale e senza forzature che allontanino o ingannino il lettore.

### I vantaggi per il business di una corretta strategia di link building

L'utilità della strategia è dunque chiara: la creazione di link di ritorno aiuta a porsi in alto nei risultati di ricerca; questo permette di superare i competitor e di essere trovati prima dai propri potenziali clienti (che raramente vanno troppo in là nella visualizzazione dei risultati offerti da Google, limitandosi a valutare i primi in ordine di apparizione); a sua volta, un buon **posizionamento organico nella SERP** permette di **aumentare il traffico naturale sul proprio sito** con utenti che potrebbero effettuare l'acquisto del prodotto o servizio venduto.

Tuttavia, la link building non deve essere finalizzata solo e unicamente al posizionamento nella SERP. Esistono infatti degli effetti "collaterali" altrettanto positivi, come la possibilità di instaurare dei rapporti duraturi e proficui con gli influencer e le testate online su cui si sono costruiti i backlink: se i siti o blog su cui vengono pubblicati i **guest post** sono inoltre pertinenti all'argomento trattato dal proprio portale,

il traffico di visitatori aumenterà in maniera notevole per quantità e qualità (sarà dunque più facile convertire gli utenti in clienti).

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it