

Cosa si può fare quando sito ha poco traffico? Qualche consiglio utile

Pubblicato: Lunedì 5 Settembre 2022



Quando si possiede un **sito web legato alla propria azienda**, è ovviamente fondamentale che svolga il suo compito, che sia una presentazione, una promozione o il fulcro stesso dell'attività, come nel caso degli e-commerce. Perché ciò avvenga, il **numero di visitatori** deve essere sempre **cospicuo** e, sarebbe meglio, **in perenne ascesa**. Quando ciò non avviene, è necessario intervenire, e anche in modo rapido: una breve perdita di audience potrebbe vanificare mesi di sforzi.

Se state pensando ad **attività di marketing e promozione** attraverso campagne Google o simili, potreste anche avere ragione, ma **non sono il primo passo** da compiere quando si vuole aumentare il traffico sul proprio sito.

La prima regola è infatti accertarsi che **il sito stesso** sia scritto, impaginato e strutturato **a regola d'arte**, solo in quel momento sarà pronto per essere sponsorizzato altrove. Se non si sa nemmeno da che parte cominciare, niente paura: esistono **web agency** come la DSI Design, esperta nella creazione di **siti web a Torino**, il cui compito è proprio accertarsi che un sito sia, in poche parole, perfetto. Ma sotto quali punti di vista?

I contenuti giusti per un sito funzionale

Cominciamo parlando dei contenuti, che sono fondamentali in quanto **veicolano il messaggio** per cui il

sito è stato aperto.

Tutti i testi devono essere innanzitutto redatti in modo corretto, **senza errori di grammatica e sintassi**, e con le **informazioni utili e necessarie** per gli utenti del sito. Un testo troppo corto, con elementi mancanti o grossi strafalcioni darà un'idea di **scarsa professionalità** e spingerà gli interessati a cercare altrove. Non solo, anche **l'algoritmo** che governa le ricerche **su Google** potrebbe etichettare il sito come **poco affidabile**, e penalizzarlo.

I testi non devono nemmeno essere **troppo lunghi, ripetitivi** o pieni di riempitivi e preamboli, altrimenti **i lettori si stuferanno** prima di arrivare alla porzione di informazione che stavano cercando. Se si parla della propria attività, non è nemmeno utile **promettere meraviglie** o esaltare troppo i propri servizi: la cosa migliore da fare è sempre spiegare ciò che si offre in modo **rapido ma esauriente**, quali sono i vantaggi e per quale motivo si deve essere preferiti rispetto ai concorrenti.

I contenuti devono poi essere **originali**; non c'è niente di peggio che **copiare i testi di un altro sito**, è disonesto e soprattutto non può sfuggire all'algoritmo di Google, che ritiene un sito copia di un altro come **totalmente superfluo** per le ricerche dei suoi utenti.

La struttura perfetta per un sito chiaro

Una volta che si è certi che i testi del sito siano pronti, il passo successivo è curare la struttura in modo che siano fruibili in modo **semplice ed esauriente**.

L'architettura del sito deve essere lineare, con un **menu** in grado di indirizzare a tutte le pagine **senza confondere l'utente**. I **colori predominanti** devono essere giusto un paio – meglio se in contrasto tra loro – e non devono impedire una lettura chiara dei contenuti, tenendo conto anche di possibili utenti ipovedenti o daltonici.

Non è poi secondaria la questione **sicurezza**, soprattutto nel caso di un sito ecommerce, a cui gli utenti sono obbligati a lasciare alcuni **dati sensibili** per effettuare gli acquisti: in ogni momento bisogna dare un'impressione di **professionalità e trasparenza**, con i dati e i contatti ben visibili e raggiungibili, perché nessuno si affiderà mai a un'azienda che sembra dilettantistica o, peggio, fittizia.

In ultima istanza, il sito deve essere **raggiungibile da qualunque tipo di dispositivo**, fisso o mobile: una pagina web che non sia **responsive**, ovvero adattabile a diversi formati, è una **pessima pubblicità**, soprattutto in un mondo in cui le utenze mobili stanno aumentando esponenzialmente e i dispositivi da cui navigare su internet sono sempre di più e diversificati.

Mai darsi per vinti se i risultati non arrivano subito

Se avete seguito pedissequamente tutti questi passaggi, e non siete ancora soddisfatti del risultato, non affliggetevi: intanto l'algoritmo di Google è in grado di **distinguere la qualità di un contenuto** anche se non guadagna grandi visualizzazioni, poi potrebbero essere motivi indipendenti dal vostro lavoro, come la **stagionalità delle ricerche**... per esempio, nemmeno un "vip" come Babbo Natale verrà cercato molto nel periodo tra luglio e agosto.

L'importante è non farsi prendere dallo sconforto e compiere gesti come cancellare tutto il sito per ricominciare da capo: nella maggior parte dei casi, il **restyling** da apportare deve essere **minimo e mirato**. In caso di dubbi, un **consulto con una web agency** sarà sicuramente risolutivo.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

