



Perché è importante investire nelle attività di posizionamento ed ottimizzazione del sito?

Quotidianamente utilizziamo il web per effettuare le nostre ricerche: è un dato di fatto che si riconferma ogni anno. Gli utenti del web sono aumentati del 10% rispetto al 2015 passando da 3 miliardi a 3,4 miliardi del 2016 (fonte dati <http://wearesocial.com>) .

Oggi l'azienda, all'interno del proprio piano di marketing, deve prevedere un investimento nel web.

Come capire se un sito è ottimizzato per i motori di ricerca?

Non basta un sito accattivante dal punto di vista grafico, occorrono lavori di ottimizzazione, di elementi base come un URL ottimizzato o di testi strutturati per contenere le keywords utili al suo posizionamento. Il tempo di lavoro per tali attività equivale al tempo di realizzazione del sito stesso.

Per valutare se un sito è ottimizzato, vengono utilizzati specifici tools di monitoraggio e controllo.

Che differenza c'è tra posizionamento e indicizzazione?

L'indicizzazione è il processo indispensabile per il quale il motore di ricerca, attraverso i propri spider, recepisce una pagina web e la cataloga poi nella SERP.

Per effettuare l'indicizzazione occorre proporre il sito al motore di ricerca subito dopo la sua pubblicazione online. Questo processo non è immediato poiché Google in primo luogo indicizza la Home page, per poi valutare man mano gli altri contenuti del sito.

Il posizionamento è un insieme di interventi attuati per far acquisire visibilità al sito. In questo caso parliamo dell'ottimizzazione, cioè di tutte le attività che hanno la finalità di far aumentare il volume di traffico verso il sito web.

Dopo quanto tempo si vedono i primi risultati?

Dopo aver valutato attentamente i competitors e le keywords più utili per il posizionamento, occorre intervenire con l'ottimizzazione delle pagine del sito. Solitamente già nei primi mesi (1-2 mesi) di lavoro è possibile ottenere i primi risultati positivi. Per la stabilizzazione dei risultati sono necessari 5-6 mesi, con lavoro di monitoraggio ed affinamento.

Il compito del gestore tecnico del sito riguarda il monitoraggio ed il miglioramento delle posizioni ottenute attraverso interventi che possono riguardare:

- la selezione di keywords più performanti
- il controllo e la correzione se necessario del codice sorgente
- il miglioramento dei contenuti delle pagine per renderle più pertinenti

Il sito non è ottimizzato per i dispositivi mobili. E' indispensabile?

Da aprile 2015 con l'arrivo del "Mobilegeddon" , se non il sito non è responsive (ossia non è compatibile con i dispositivi mobili: smartphone, tablet, pc), diminuiscono le sue potenzialità e l'obiettivo di un buon posizionamento potrebbe essere più difficile da raggiungere.