

MIP CAFÈ

MARKETING DIGITALE: COME SCEGLIERE I CANALI GIUSTI PER
ESSERE EFFICACI.

AGENDA

1. Introduzione alla ricerca di Google
2. SEO on page e off page
3. SEO per AI
4. Esercitazione

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Quali sono i principali motori di ricerca che utilizzate?

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

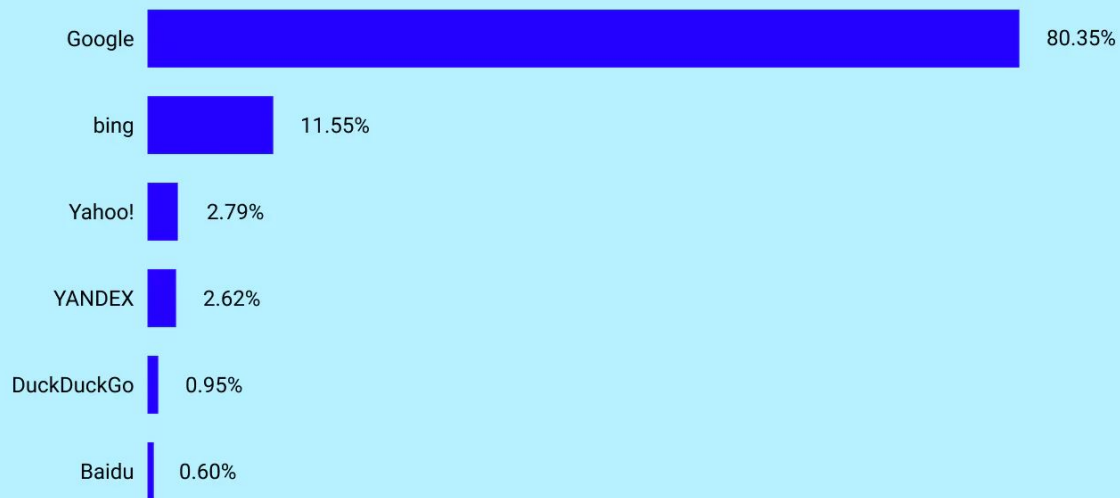
“Il **browser** (come Google Chrome o Mozilla Firefox) è un programma che accede a internet tramite un URL e visualizza le pagine web.

Il **motore di ricerca** (come Google o Bing) è uno strumento che trova le pagine web grazie alle informazioni specifiche contenute nei termini di ricerca”

Surfshark

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Search Engine Market Share (Desktop) in 2024



Source: Gs.statcounter.com

OBERLO

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Ricerca organica

La ricerca organica si basa su posizionamenti naturali non a pagamento, determinati dagli algoritmi dei motori di ricerca e può essere ottimizzata con varie pratiche SEO (Search Engine Optimization).



top digital marketing agencies london



All Images Maps News Videos More Settings Tools

About 25,800,000 results (0.75 seconds)

Digital Marketing Specialists | 10 Years of Experience | tillison.co.uk

www.tillison.co.uk/AdWords

AdWords management, tailored to your business needs and goals. Free AdWords audit. Looking to get a better return from your Google AdWords campaigns. Talk to the experts.

Digital Marketing Agency | In London

www.passion.digital/ 020 3582 5591

Bespoke Creative Digital Solutions To Help Grow Your Business. Call Us. Expert Consultation. Web Design & Development. Client Tailored Approach. Honest & Transparent. Proven Success Record. PPC · Social Media Marketing · Blog · Our Services · SEO · Web Design & Development

Digital Marketing Agency | Increase Customer Value

www.agillic.com/

Agillic Platform Will Have Your Marketing Automation Up And Running In No Time. Easy Onboarding & Low Operating Costs. Easy Onboarding. Increase Customer Value. By Marketer For Marketers. Low Operating Costs. Services: Digital Marketing, Email Marketing, Marketing Automation.

25 Eccleston Place, London - Regular hours - 9:00 am - 5:00 pm

Digital Marketing Agency | Improve Your Online Visibility | i3media.net

www.i3media.net/digital/marketing

Looking For More Traffic? More Visibility? More Leads? We Know How To Achieve All Three. We Don't Hide Behind Meaningless Metrics; We Get Results. Let Us Make You Money. Enquire.

Top Digital Marketing Agencies in London - 2019 Reviews | [Clutch.co](http://clutch.co)

<https://clutch.co/uk/agencies/digital-marketing/london>

Top Digital Marketing Agencies in London - 2019 Reviews. Calibre. Calibre™ - The Leading SEO, PPC & Social Agency. Red Hot Penny. Fuelling Ambitious Brand Growth. Digivate. The #1 London SEO Agency. Moburst. Mobile Done Right. Ladder.io. Growth, Without The Guesswork. Smarketa. eCommerce Marketing Agency. Greenlight. ...

Paid Search

Organic Search

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Ricerca a pagamento (o annunci a pagamento)

La **ricerca a pagamento** consente di **pagare per visualizzare il proprio sito web** nella pagina dei risultati del motore di ricerca quando qualcuno digita parole chiave o frasi specifiche.



top digital marketing agencies london



All Images Maps News Videos More Settings Tools

About 25,800,000 results (0.75 seconds)

Paid Search

Digital Marketing Specialists | 10 Years of Experience | tillison.co.uk

www.tillison.co.uk/AdWords

AdWords management, tailored to your business needs and goals. Free AdWords audit. Looking to get a better return from your Google AdWords campaigns. Talk to the experts.

Digital Marketing Agency | In London

www.passion.digital/ 020 3582 5591

Bespoke Creative Digital Solutions To Help Grow Your Business. Call Us. Expert Consultation. Web Design & Development. Client Tailored Approach. Honest & Transparent. Proven Success Record. PPC · Social Media Marketing · Blog · Our Services · SEO · Web Design & Development

Digital Marketing Agency | Increase Customer Value

www.agillic.com/

Agillic Platform Will Have Your Marketing Automation Up And Running In No Time. Easy Onboarding & Low Operating Costs. Easy Onboarding. Increase Customer Value. By Marketer For Marketers. Low Operating Costs. Services: Digital Marketing, Email Marketing, Marketing Automation.

25 Eccleston Place, London - Regular hours - 9:00 am - 5:00 pm

Digital Marketing Agency | Improve Your Online Visibility | i3media.net

www.i3media.net/digital/marketing

Looking For More Traffic? More Visibility? More Leads? We Know How To Achieve All Three. We Don't Hide Behind Meaningless Metrics; We Get Results. Let Us Make You Money. Enquire.

Organic Search

Top Digital Marketing Agencies in London - 2019 Reviews | [Clutch.co](https://clutch.co)

<https://clutch.co/uk/agencies/digital-marketing/london>

Top Digital Marketing Agencies in London - 2019 Reviews. Calibre. Calibre™ - The Leading SEO, PPC & Social Agency. Red Hot Penny. Fuelling Ambitious Brand Growth. Digivate. The #1 London SEO Agency. Moburst. Mobile Done Right. Ladder.io. Growth, Without The Guesswork. Smarketa. eCommerce Marketing Agency. Greenlight. ...

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

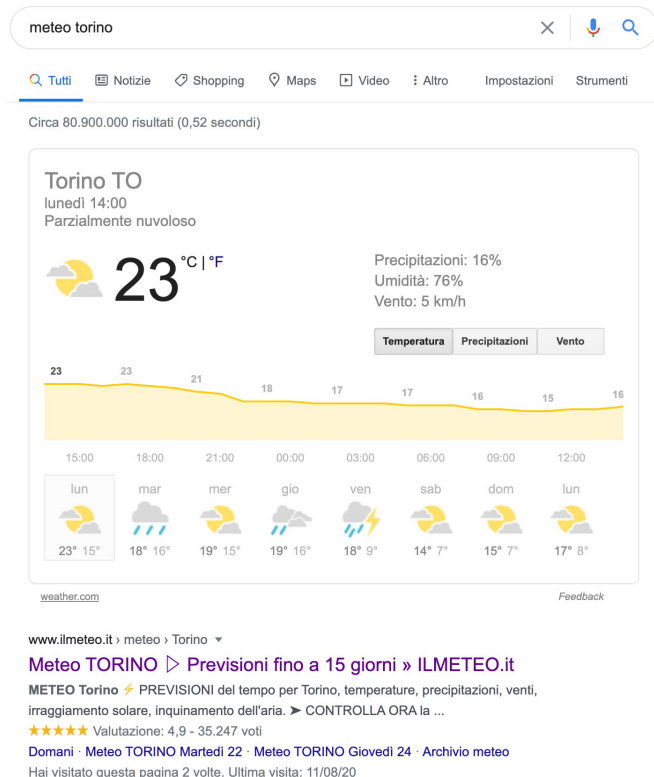
Come Google decide che risultati mostrare?

Meaningful response – Risposta significativa in base all'intenzione di ricerca dell'utente

Es 1. "meteo torino" previsioni del tempo, non solo i link ai siti meteo.

Es. 2 "aeroporto di Caselle", mappa con indicazioni stradali, non i link ad altri siti.

Molto importante per il **mobile**: poca larghezza di banda e cercare su siti diversi può essere lungo.



1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Universal Search

Annunciata nel **maggio del 2007** da **Marissa Mayer** (prima ingegnere donna assunta da Google, tra i primi 20 impiegati della compagnia, usability leader, poi amministratrice delegata di Yahoo!)

“Our mission is to organize the world’s information and make it universally accessible and useful.”

The screenshot displays a Google search for "Al Pacino". The search bar at the top is highlighted with a red box. Below the search bar, the results are organized into several sections, each also highlighted with a red box:

- Top Result (Wikipedia):** A snippet from Wikipedia titled "Al Pacino - Wikipedia" with a brief description of the actor and a link to the full article.
- Video:** A section showing three video thumbnails: "Al Pacino, gli 80 anni dell'attore premio Oscar", "Al Pacino al 80", and "AL PACINO | MIGLIORI FILM TRAILER COMPILOTION".
- Image Grid:** A grid of images related to Al Pacino, including a large portrait and several smaller photos from different periods of his career.
- Biography and Filmography:** A section titled "Al Pacino | MYmovies" and "Al Pacino biografia - Coming Soon" providing biographical details and a list of his films.
- Related Searches:** A section titled "Ricerche correlate" showing other actors and terms related to Al Pacino, such as "Sylvester Stallone", "Robert De Niro", "Jack Nicholson", and "Marlon Brando".

1. INTRODUZIONE ALLA RICERCA DI GOOGLE

Arriva un paio di mesi prima di Universal Search (inizio 2007)

Risultati diversi in base a chi sta cercando → risultati **pertinenti** e **personalizzati**

Hands on! – 5 minuti

Effettuate una ricerca dal vostro device:

- “Ristoranti vietnamiti”
- “Corsi online”
- “Meteo domani”



ristoranti torino centro

Tutti Maps Immagini Notizie Shopping Altro Impostazioni Strumenti

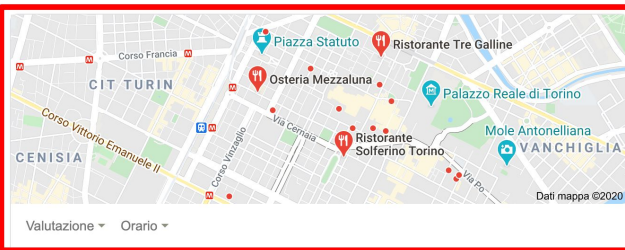
Circa 45.500.000 risultati (0,96 secondi)

Trova risultati su

TripAdvisor
10 Migliori Ristoranti Centro...



Quandoo
13 Ristoranti Strani a Torino...



Gli orari o i servizi potrebbero variare

Ristorante Solferino Torino

4,5 ★★★★★ (1.445) · €€ · Ristorante piemontese
Piazza Solferino, 3/B

Chiuso

✓ Consumazione sul posto · ✗ Da asporto · ✗ Consegna a domicilio



Ristorante Tre Galline

4,4 ★★★★★ (748) · €€€ · Ristorante piemontese
Via Gian Francesco Bellezia, 37

Chiuso · Apre alle ore 19:45

Ristorante piemontese con arredi vintage



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

1. **Ricerca delle parole chiave:** identifica le parole chiave rilevanti per il sito web e le pagine specifiche da ottimizzare.
2. **Ottimizza il titolo della pagina:** includi parole chiave significative per descrivere chiaramente il contenuto della pagina.
3. **Meta tag:** utilizza la descrizione meta tag per fornire una breve descrizione della pagina e per includere le parole chiave pertinenti

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

4. **Struttura il contenuto:** organizza il contenuto della pagina in modo logico e chiaro, utilizzando titoli e sottotitoli per indicare la gerarchia delle informazioni (H1, H2, H3, ...).
5. **Utilizza le parole chiave nel contenuto della pagina: dove?**
 - Nel titolo della pagina
 - Nell'URL della pagina
 - Nel tag H1 della pagina
 - Nel contenuto introduttivo della pagina (corpo del testo)

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

6. **Ottimizza il tempo di caricamento:** immagini e cache del browser e un codice HTML, CSS e JavaScript minimal che aiuti a velocizzare il tempo di caricamento del sito.
7. **Struttura i link interni:** crea percorsi di lettura tra le pagine del sito web per ottimizzare l'esperienza utente e l'indicizzazione del sito da parte dei motori di ricerca.
8. **Crea una strategia per aumentare il numero di link esterni:** così facendo aiuterai i motori di ricerca a trovare il tuo sito web e a indicizzarlo più facilmente e aumenterai la tua reputazione e autorevolezza.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE

Ottimizzare in ottica SEO

3 FASI PRINCIPALI

1. Individuazione dell'argomento e scelta delle **parole chiave**
2. Ottimizzazione **On Page**
3. Ottimizzazione **Off Page**



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - PAROLE CHIAVE

1. Parole chiave

- **Capire l'argomento** e scegliere le migliori parole chiave (le più cercate dagli utenti o quelle più specifiche).
- **Utilizzare diverse tecniche e tool** di approfondimento (es. Benchmark dei competitor, software specifici, interviste al cliente/utenti, motore di ricerca)
- Utilizzare il **giusto mix di parole generiche** (più traffico potenziale, più concorrenza, meno conversioni) e **specifiche** (persone interessate, meno traffico, meno concorrenza, più conversioni potenziali).

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - PAROLE CHIAVE

Scrivere in ottica SEO non è solo un esercizio tecnico, ma una pratica che unisce la **scrittura persuasiva** alle **best practices** dell'ottimizzazione per i motori di ricerca. Oggi, ottenere visibilità online significa saper **bilanciare** i contenuti per il lettore e per gli algoritmi di Google.



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - PAROLE CHIAVE

1. Ricerca delle Parole Chiave

La ricerca delle keyword è il primo passo per una scrittura SEO di successo. Inizia definendo l'**argomento principale** del tuo articolo e usa strumenti come *Google Keyword Planner*, *Ahrefs*, o *Semrush* per analizzare quali termini vengono cercati frequentemente.

Supponiamo di scrivere un articolo sui benefici del sonno: potresti trovare parole chiave come **“migliorare la qualità del sonno”** o **“quanto dormire per essere produttivi”**.



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - PAROLE CHIAVE

1. Ricerca delle Parole Chiave

Le **long-tail keywords** (frasi più lunghe e specifiche) sono spesso preferibili perché attraggono un pubblico più mirato.

Ad esempio, anziché puntare solo su “**dormire meglio**”, puoi ottimizzare per “**come migliorare il sonno con tecniche naturali**”.



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

2. Ottimizzazione On Page

- Attività di ottimizzazione all'interno delle pagine di un sito



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

2. Struttura dell'Articolo: Titoli e Sottotitoli

Un articolo SEO ben scritto deve avere una struttura chiara, con l'uso strategico dei tag **H1, H2 e H3**. L'**H1 rappresenta il titolo principale**, che dovrebbe contenere la parola chiave. Ad esempio, *“10 Modi Efficaci per Migliorare la Qualità del Sonno”*.

I sottotitoli (H2, H3) non solo aiutano con la SEO, ma rendono il contenuto più **scansionabile**. Ad esempio: *“Tecniche per Rilassarsi Prima di Dormire”* come H2, seguito da dettagli sotto H3 come *“Meditazione Guidata”* o *“Routine di Lettura”*.

<h1>Heading 1</h1>

<h2>Heading 2</h2>

<h3>Heading 3</h3>

<h4>Heading 4</h4>

<h5>Heading 5</h5>

<h6>Heading 6</h6>

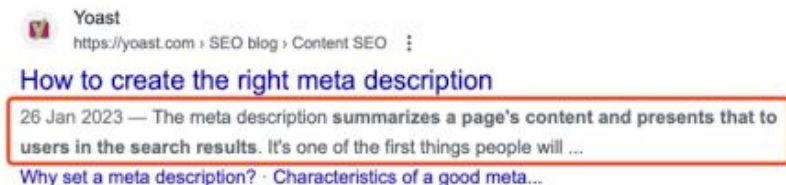
2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

3. Meta Descrizioni e URL Ottimizzati

La meta descrizione è il testo che appare sotto il titolo di un articolo nei risultati di ricerca. Deve essere **persuasiva**, **contenere la parola chiave** e invogliare l'utente a **cliccare**.

Per esempio, una descrizione efficace potrebbe essere: *“Scopri come dormire meglio con 10 tecniche naturali, testate per migliorare la qualità del sonno.”*

L'URL deve essere semplice e contenere la keyword principale. Evita URL complessi: *“tuodominio.com/migliorare-sonno”* anziché *“tuodominio.com/12345?id=article”*.



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

4. Ottimizzazione dei Contenuti Multimediali

Non sottovalutare l'importanza di **immagini** e **video**. Gli utenti preferiscono contenuti arricchiti da elementi visivi, e questi possono essere ottimizzati per la SEO.

Usa **alt text descrittivi** per le immagini, includendo la parola chiave principale. Un esempio di alt text per un'immagine sul sonno potrebbe essere: *“Tecniche per dormire meglio - esercizi di rilassamento.”*



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

Esempio Pratico: Ottimizzazione di un Paragrafo

Prendiamo un esempio. Prima: *“Dormire bene è importante. Ci sono vari modi per migliorare il sonno.”*

Dopo l'ottimizzazione: *“La qualità del sonno incide sulla nostra produttività. Ecco 5 tecniche naturali, come la meditazione guidata, per migliorare il sonno e sentirti più energico ogni giorno.”*



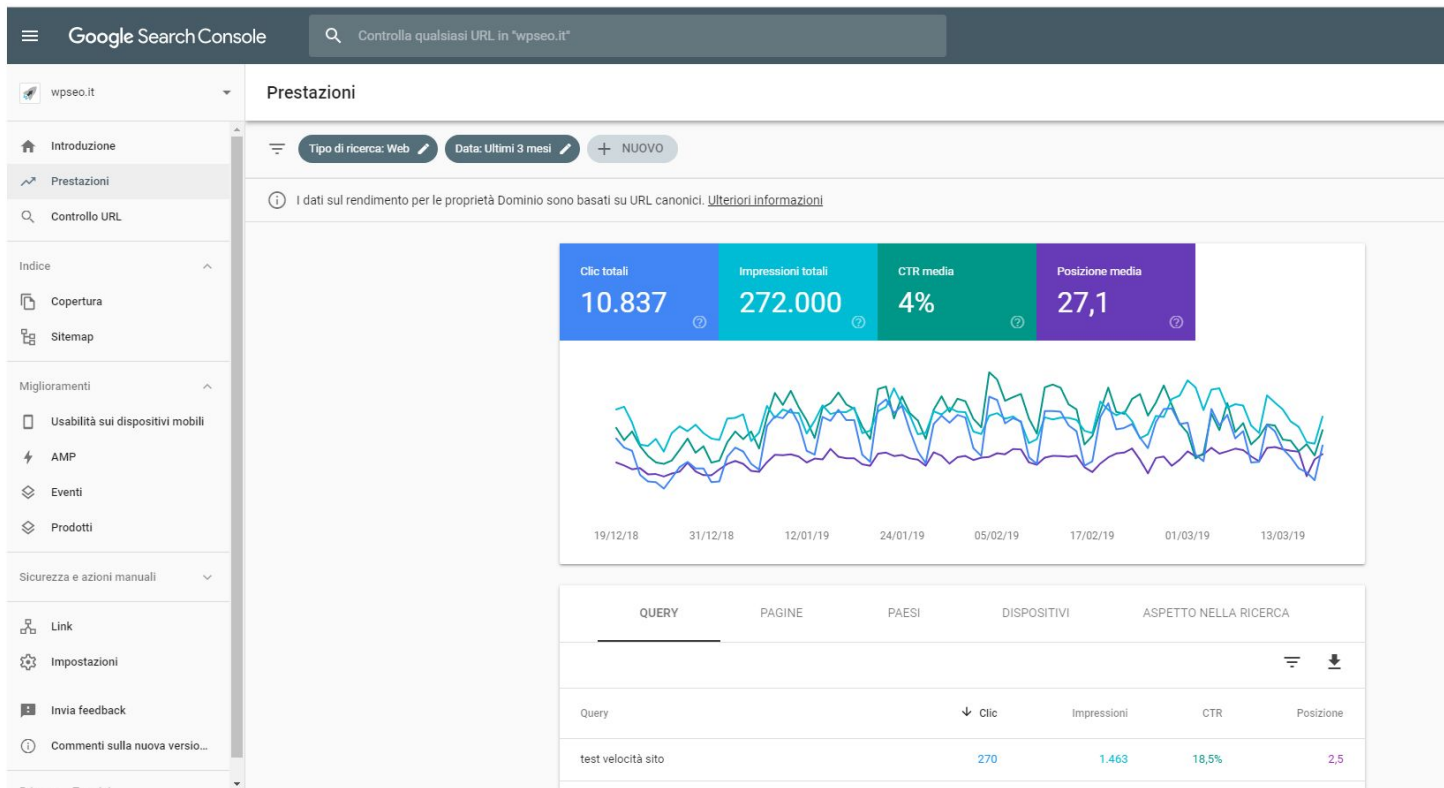
2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

Monitoraggio e Adattamento

Usa strumenti come Google Analytics per monitorare le performance. Analizza il comportamento degli utenti e apporta modifiche in base ai dati. Se un articolo non ottiene il traffico sperato, rivedi le parole chiave o aggiorna i contenuti.



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - GOOGLE SEARCH CONSOLE



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - SEMRUSH

The screenshot displays the Semrush dashboard for the domain **ilpost.it**. The interface includes a top navigation bar with the Semrush logo, various tool categories (Funzionalità, Prezzi, Risorse, Azienda, App Center, Strumenti extra), and a green 'Effettua l'upgrade' button. A left sidebar lists project and SEO-related tools. The main content area shows the 'Panoramica dominio' for **ilpost.it**, with filters for location (Tutto il mondo, US, UK, IT), device (Desktop), date (2 apr 2023), and currency (USD). Key metrics are presented in a grid: Authority Score (69), Organic Traffic (2.2M, +2.4%), Paid Traffic (no data), and Backlinks (8.3M). Below these, engagement metrics for February 2023 are shown, including pages per visit (2.18), average visit duration (13:27), and bounce rate (49.61%). At the bottom, there are tabs for 'Organica' and 'A pagamento' traffic, and a section for 'Distribuzione per paese' with a traffic volume of 2,214,431 per month.

SEMRUSH Funzionalità Prezzi Risorse ▼ Azienda ▼ App Center **NEW** ▼ Strumenti extra ▼ Effettua l'upgrade IT ▼

Progetti **SEO** Dashboard SEO ANALISI DELLA CONCORRENZA **Panoramica dominio** Traffic Analytics Ricerca organica Gap di keyword Gap di backlink RICERCA KEYWORD Panoramica keyword Keyword Magic Tool Keyword Manager Tracking della posizione Organic Traffic Insights CREAZIONE LINK Analisi backlink

ilpost.it x Dominio principale Cerca

Dashboard > Analisi dominio > Panoramica dominio Manuale utente Invia feedback Esporta in formato PDF

Panoramica dominio: ilpost.it

Tutto il mondo US UK IT Desktop 2 apr 2023 USD

Panoramica Confronta i domini Crescita Confronta per paese

Metrica	Valore	Trend
Authority Score	69	
Traffico Organico	2,2M	+2,4%
Traffico A Pagamento	Non è stato possibile trovare i dati. Se questo è il tuo dominio, puoi ottenere tutti i dati necessari dal ranking delle sue keyword.	
Backlink	8,3M	
Ranking del dominio di Semrush	270	↑
Keyword	771,7K	↓
Domini di riferimento	46,3K	

Vai a Tracking della posiz...

Metriche di engagement febbraio 2023 | Pagine/Visite 2,18 ↓ | Tempo medio di visita 13:27 ↑ | Frequenza di rimbalzo 49,61% ↑ | Mostra tutto

Organica A pagamento 1M 6M 1A 2A Sempre ?

Distribuzione per paese **Traffico organico** 2 214 431/mese

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - PAGE SPEED INSIGHTS

 PageSpeed Insights

Inserisci l'URL di una pagina web

Inserisci un URL valido

Analizza

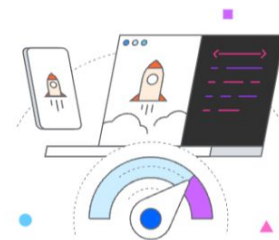
Fai in modo che le tue pagine web
vengano caricate velocemente su tutti i
dispositivi

DAI UN'OCCHIATA

[Novità](#)

[Documentazione](#)

[Scopri di più sulle prestazioni web](#)



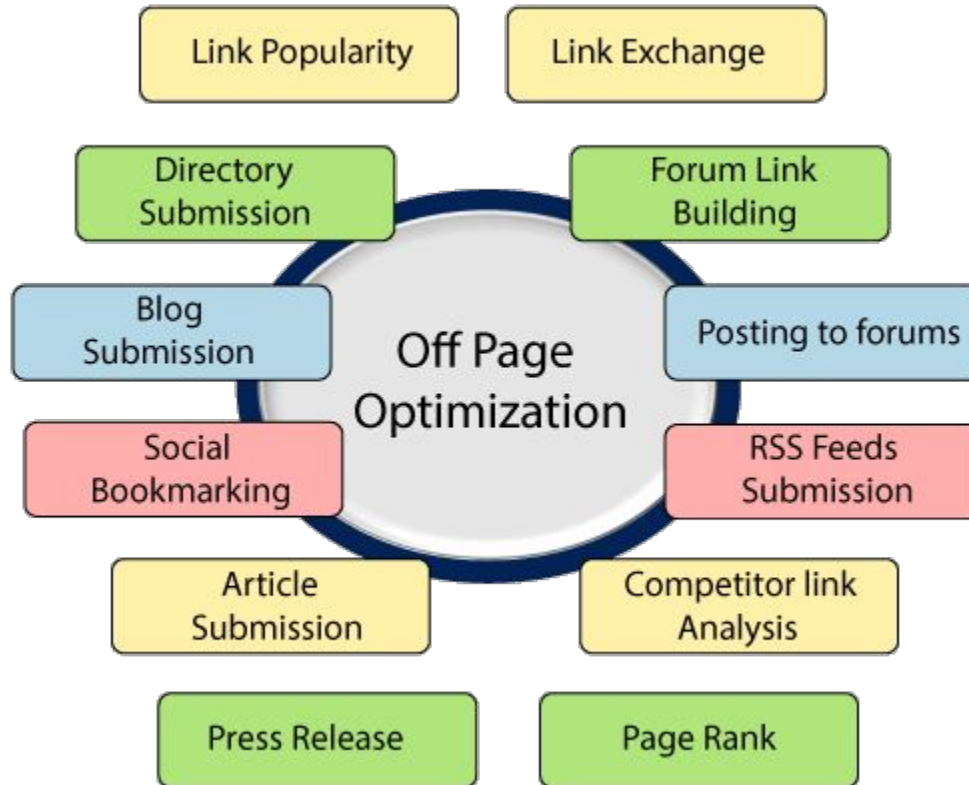
2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - ON PAGE

Strumenti utili

1. **Google Search Console:** <https://search.google.com/>
2. **Semrush:** <https://it.semrush.com/>
3. **PageSpeed insights:** <https://pagespeed.web.dev/>
4. **Altre risorse:**
<https://it.semrush.com/blog/30-seo-tool-seo-audit/>



2. SEO ON PAGE & OFF PAGE - OFF PAGE



2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

Off page optimization

Il miglioramento delle prestazioni SEO off-page sarà direttamente correlato al tuo punteggio **Domain Authority (DA)**. Il DA del tuo sito è un punteggio di ranking che determina la capacità del tuo sito di posizionarsi all'interno delle SERP. Questo punteggio va da 1 a 100 e si basa su numerosi fattori tra cui il collegamento dei domini root e il numero di collegamenti totali.

Il DA del tuo sito non è una metrica utilizzata da Google per determinare il tuo posizionamento, ma è un buon indicatore del rendimento del tuo sito da una prospettiva SEO off-site.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

1. Creazione di backlink

I **backlink** sono il fattore di ranking numero uno quando Google determina dove si posiziona il tuo sito. È più probabile che Google classifichi un sito più in alto di un altro se un dominio ha più backlink.

Inoltre Google tiene conto anche della **qualità** dei link, un sito con un dominio più alto che rimanda a te è molto più efficace di un link da un sito con un DA basso. Tuttavia, l'algoritmo di Google prende in considerazione la pertinenza del collegamento al tuo dominio.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

Esistono due tipi di link che possono essere creati per aumentare le prestazioni SEO off-page:

- **Link naturali:** un link che viene generato senza che venga intrapresa alcuna azione. Questo può essere un blogger, ad esempio, che ha un'ottima percezione del valore dei tuoi contenuti e linka ad essi dal proprio sito.
- **Link creati attraverso l'autopromozione:** questi link possono essere creati promuovendo o commercializzando la tua attività online. Questo tipo di link può essere ottenuto chiedendo ai clienti di linkare il tuo sito o a un influencer che condivide i tuoi contenuti.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

2. Marketing sui social media

Una delle tecniche SEO off-page più efficaci è l'**utilizzo dei social media**. L'utilizzo delle piattaforme di social media è un ottimo modo per estendere la portata dei tuoi contenuti. Non solo i social media possono incoraggiare più clic sul tuo ultimo contenuto, ma possono essere una fonte cruciale di preziosi backlink da un sito con un alto DA:

- LinkedIn (DA:98)
- Facebook (DA:96)
- Twitter (DA:94)
- Instagram (DA:93)

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

2. Marketing sui social media

- Google non ha affermato direttamente che un collegamento da una piattaforma di social media andrà a vantaggio della SEO, sebbene abbia affermato che le piattaforme social vengono sottoposte a scansione dei dati allo stesso modo di qualsiasi altro sito sul Web.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

Mentre l'impatto SEO di un backlink da una piattaforma social rimane incerto, una certezza sono il **posizionamento del tuo profilo social nelle SERP** e i **termini di ricerca correlati al marchio**.

Garantire che i tuoi profili social **riflettano positivamente la tua azienda** e ciò che rappresenta può influenzare le prime impressioni di un utente, in particolare se non ha familiarità con il tuo marchio.

Inoltre, è probabile che l'amplificazione di contenuti approfonditi attraverso le piattaforme social venga **condivisa**, aumentando la visibilità e la probabilità che i tuoi contenuti siano collegati.

2. SEO ON PAGE E OFF PAGE - OFF PAGE

PASSAGGI DA SEGUIRE

3. Guest content e partnership

Fornire a siti di terze parti contenuti per gli ospiti è un'altra efficace tecnica di marketing online che può anche produrre vantaggi SEO off-site. Es. video "come fare", qualcosa che catturerà l'attenzione degli utenti.

Dovresti cercare di raggiungere siti di terze parti il cui **pubblico di destinazione è simile al tuo**, come pubblicazioni commerciali online di nicchia. In questo modo aumenterai l'esposizione e la consapevolezza del marchio tra i potenziali clienti e aumenterai le possibilità di indirizzare il traffico di riferimento da quel sito web.

3. SEO PER AI

3. SEO PER AI

OTTIMIZZARE PER I TOOL DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

1. **Usa formati adatti all'estrazione di informazioni** (structured data).
I tool AI leggono meglio le pagine ben formattate e semantiche, in particolare:

- Liste puntate e numerate
- FAQ in markup `schema.org`
- Articoli con dati strutturati (es. *Article*, *LocalBusiness*, *HowTo*)

Tool utile:

<https://technicalseo.com/tools/schema-markup-generator/>

3. SEO PER AI

OTTIMIZZARE PER I TOOL DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

2. Ottimizza per “domande” (prompt-like)

Gli utenti pongono domande ai tool AI: devi anticiparle nei tuoi contenuti.

Esempio:

- Invece di: "Chi siamo"
- Scrivi: "Chi siamo e come possiamo aiutare i clienti a [risolvere X]"

Oppure pubblica articoli con titoli tipo:

- "Qual è la differenza tra SEO locale e SEO classica?"
- "Come può un piccolo negozio farsi trovare su Google e Copilot?"

3. SEO PER AI

OTTIMIZZARE PER I TOOL DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

3. Pubblica una sezione Q&A o knowledge base

Molti strumenti AI estraggono risposte da:

- Sezioni FAQ ben fatte
- Glossari
- Guide passo passo (how-to)

3. SEO PER AI

OTTIMIZZARE PER I TOOL DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

4. Fatti conoscere anche “fuori” dal tuo sito

I modelli AI leggono e apprendono anche da:

- YouTube, podcast trascritti, post LinkedIn pubblici
- Siti con contenuti CC o riutilizzabili (es. Medium, Substack)
- Commenti in forum specialistici (Reddit, Stack Overflow, ecc.)

Quindi creare contenuti cross-canale coerenti aumenta la probabilità di essere "nella mente" dell'AI.

4. ESERCITAZIONE

4. ESERCITAZIONE

OTTIMIZZAZIONE SITO E CANALI WEB

Ottimizzate il vostro sito web (o quello di un amico/un sito che vi piace) in base ai passaggi che abbiamo appena visto:

- Ricerca delle parole chiave (cerca su Google)
- Titolo della pagina e meta tag description (home page)
- Struttura del contenuto con titoli e sottotitoli
- Parole chiave nel contenuto della pagina (titolo, URL, introduzione, ...)
- Ottimizzazione delle immagini (3 alt tag)
- Struttura dei link interni ed esterni (2 pagine di esempio)
- Presenza social
- Pagina FAQ

DOMANDE?

GRAZIE DELL'ATTENZIONE!

[LINKEDIN.COM/IN/SARAARRIGONE/](https://www.linkedin.com/in/saraarrigone/)