

Indice

- [Long tail keywords](#)
- [Cos'è la coda lunga?](#)
- [Coda lunga e SEO](#)
- [Ma da dove diavolo arriva il nome long tail?](#)
- [Come trovare le giuste parole chiave per la tua long tail?](#)
- [I tool per trovare le parole chiave per la tua coda lunga SEO](#)

Pazzesco! Su questo blog ho parlato dei principi della [SEO](#), di come fare una [consulenza SEO](#) di [analisi semantica latente](#), di [Rank Brain](#), di [come indicizzare un sito](#) e persino di [neuromarketing](#)... e non ti ho mai parlato della **coda lunga**!

Insomma, è un po' come se Manzoni avesse scritto i Promessi Sposi dimenticandosi per strada Don Abbondio: certo, in qualche maniera la storia sarebbe anche potuta rimanere in piedi, Renzo e Lucia si sarebbero sposati comunque - prima o dopo - e i Lanzichenecchi avrebbero comunque portato in Lombardia la peste... la mancanza di quell'elemento in più, però, si sarebbe certo fatta sentire.

Insomma, nei miei post e nella mia [guida SEO](#) ti ho spiegato che anche quando fai [SEO](#) il tuo primo pensiero deve essere **sempre rivolto all'utente**, che ti servono backlink, che devi capire [come ottimizzare le immagini](#) e tante, tantissime altre cose, ma non ti ho ancora spiegato cos'è quella che gli inglesi chiamano **long tail**.

Dai su... lo so che ti va. Vuoi scoprire cos'è la coda lunga e come può essere utile per il tuo sito web - e dunque per il tuo business? Allora cominciamo, e colmiamo subito questa - quasi - imperdonabile mancanza!

Long tail keywords

Ecco, in realtà non so bene come partire a spiegare la coda lunga.

In realtà per capire cosa sono e perché sono efficaci le **long tail keywords** è necessario uscire dal nostro classico modo di pensare che utilizziamo quando facciamo

[SEO](#), e andare un po' controcorrente: dobbiamo infatti ficcarci in testa che non sempre la keyword che inseguono tutti i nostri concorrenti è quella che dobbiamo seguire anche noi.

Facciamo un esempio estremo, e immaginiamo che tu abbia un bell'**e-commerce** di calzature. Così, su due piedi, senza star lì a fare troppe analisi, si potrebbe subito pensare che la tua keyword perfetta sia semplicemente 'scarpe'.

Cribbio, è quello il tuo prodotto, no? Per cui, perché non dovresti buttarti a capofitto a **ottimizzare il tuo sito** proprio intorno a quella parola chiave?

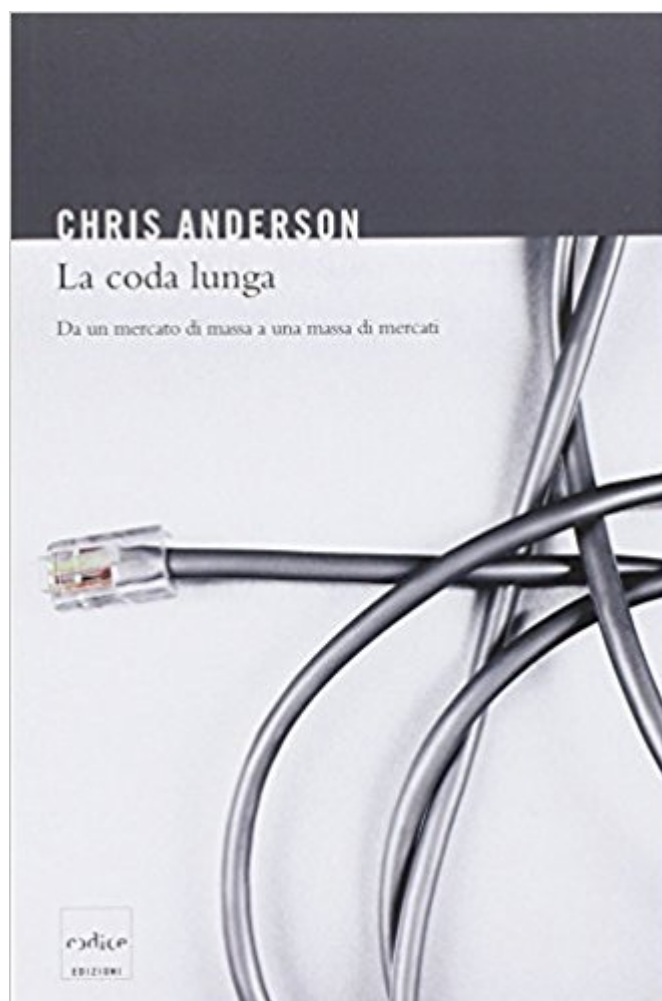
Te lo dico io: non dovresti farlo perché è controproducente, e non lo farai perché per fortuna c'è qualcuno che ti spiega cos'è una coda lunga e come questa può essere applicata al tuo sito web!

Cos'è la coda lunga?

Prima di tutto va sottolineato che il concetto della coda lunga non esiste sono nel **mondo della SEO**, e che anzi non è nato in questo universo. A coniarlo è stato **Chris Anderson** [con questo magnifico libro](#).

Vuoi sapere che c'è di strano? Che lui non è né uno [esperto SEO](#), né un informatico. Parliamo infatti di un giornalista e saggista inglese che, all'epoca - nel 2003 - era direttore di Wired USA.

Coda lunga: cosa è e come si possono trovare le giuste long tail keywords



Anderson usò il termine long tail per definire una certa strategia di vendita che, all'interno di un **modello di business** fondato sulla vendita al dettaglio, riserva una maggiore importanza alla vendita di un alto numero di oggetti rari o persino unici in quantità ridotte rispetto che alla vendita di pochi ma popolarissimi prodotti in enormi quantità.

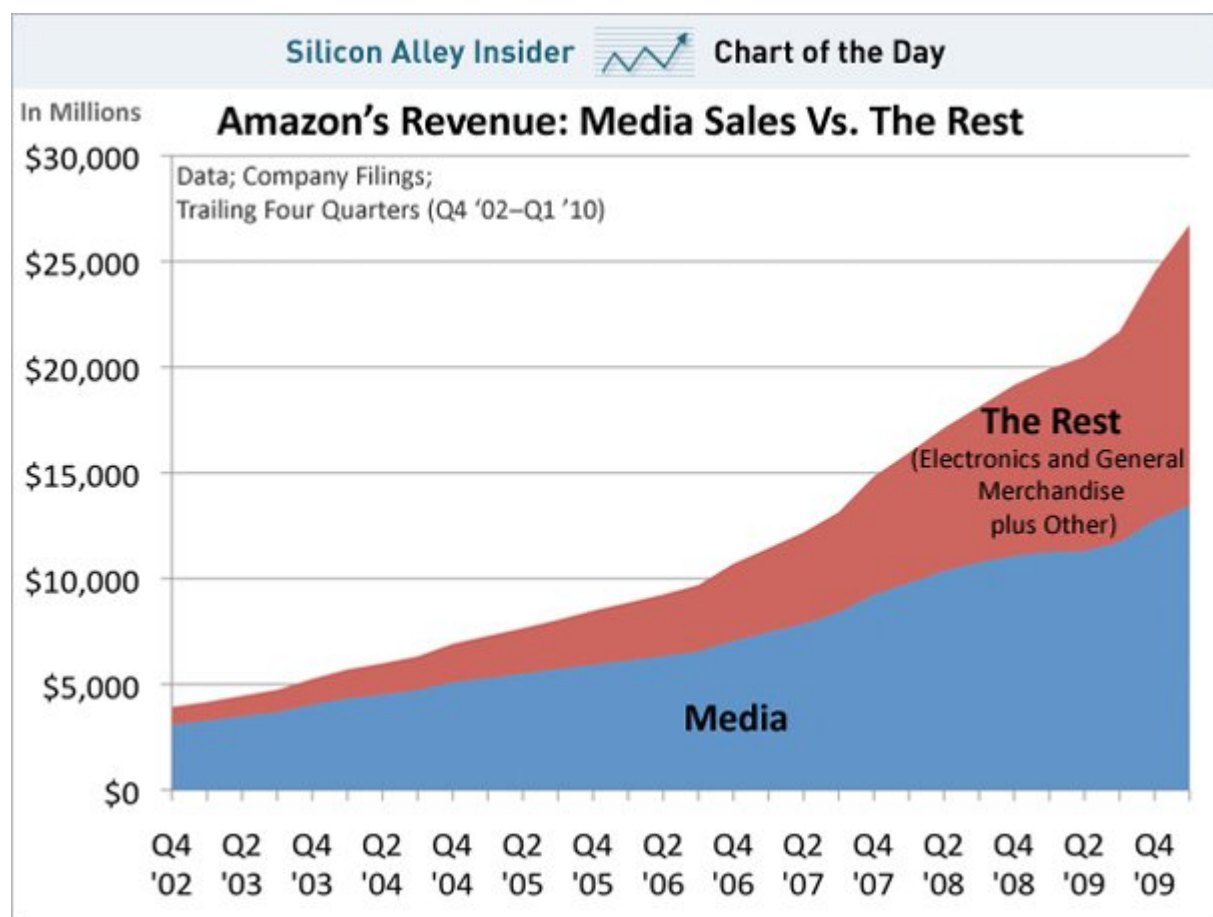
Ecco, sì, lo so, detta così non è esattamente facile da capire, ma stai tranquillo: la coda lunga è più facile di come potrebbe sembrare.

Il concetto di fondo in effetti è proprio semplice: tutti insieme, i prodotti che vantano una domanda bassa, possono comunque andare a coprire **una fetta di mercato uguale o maggiore rispetto agli oggetti ad alta domanda**.

Questi ultimi, infatti, sono sì richiestissimi, ma sono anche pochi, di contro alla moltitudine degli oggetti che invece hanno una richiesta più esigua.

Vuoi un **esempio pratico** che viene sempre utilizzato per capire il meccanismo della coda lunga? Bene, pensa ad **Amazon**.

Magari potresti pensare che la maggior parte dei ricavi della più grande libreria del web - anzi, del mondo - provengano dalla vendita dei **best seller**, dai romanzi di Stephen King ai libri di cucina di Gordon Ramsay. Ebbene, ti sbaglieresti: la maggior parte del guadagno di questa enorme libreria online arriva dalle vendite di libri poco conosciuti, introvabili e a basse tirature.



Stai cominciando a capire cosa è e come funziona la coda lunga? Bene! Ora, dunque, possiamo andare a vedere come si applica il principio della long tail al mondo della [SEO](#)!

Coda lunga e SEO

Stando al principio della coda lunga, dunque, **per fare i soldi** non dovresti puntare sui best seller, quanto invece sui libri di nicchia.

Ma come si traduce questo concetto in ottica di ottimizzazione per i motori di ricerca?

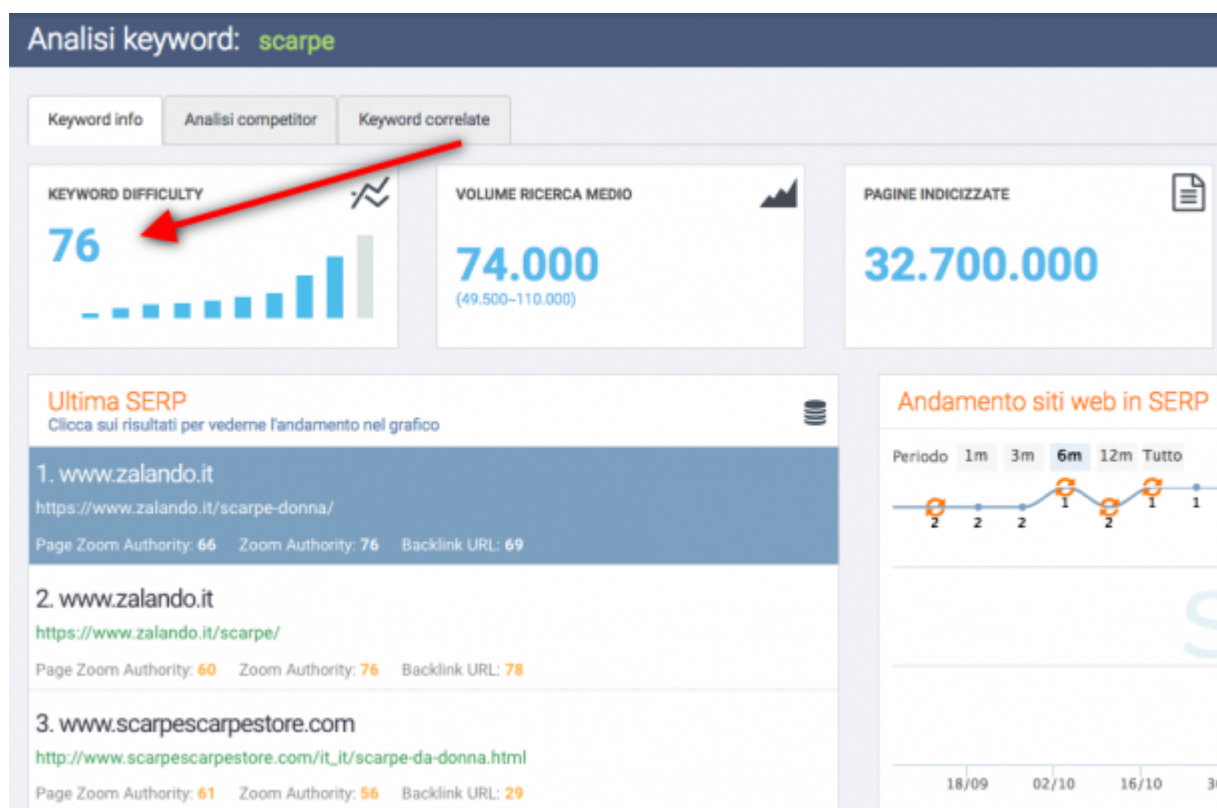
Semplice: devi imparare ad utilizzare le **parole chiave** che i tuoi utenti inseriscono effettivamente sul motore di ricerca quando vogliono concretamente **acquistare dei prodotti** o dei servizi del tuo settore.

Cosa significa?

Torniamo indietro, all'esempio delle scarpe. Per prima cosa, come puoi immaginare, investire sulla parola chiave 'scarpe' è un'impresa titanica e suicida per chiunque non abbia trovato il petrolio nel giardino di casa.

Proprio così: la concorrenza intorno a questa parola chiave è immensa, e colossi come Zalando e Scarpe&[amp](#);Scarpe non ti permetteranno mai e poi mai di avvicinarti alle prime posizioni delle ricerche organiche. Ma non è questo il punto principale.

Coda lunga: cosa è e come si possono trovare le giuste long tail keywords



Pensi davvero che un utente pronto per l'acquisto digiti su **Google** la parola generica 'scarpe'? No! Chi digita semplicemente 'scarpe', 'mobili', 'automobili' è qualcuno che si sta guardando intorno, l'equivalente di uno che il sabato pomeriggio passeggia in centro guardando distrattamente le vetrine, giusto per prendere un po' di aria.

Chiedilo a [Jack Ma](#)... a te interessano quelli che vogliono effettivamente comprare qualcosa, quelli che si sono già informati, quelli che sono pronti ad estrarre il portafoglio, quelli che hanno le idee chiare, ovvero quelli che scrivono una cosa del tipo 'scarpe da trail running ammortizzate gialle'.

Quello sì che è un utente che ha la carta di credito tra i denti, ed è sicuramente quello che devi riuscire ad attirare. E sai cos'è dal tuo punto di vista 'scarpe da trail running ammortizzate gialle'? Ma sì, hai capito bene: **è una long tail keyword!**

Ecco di cosa si parla quando si ha a che fare con la coda lunga: di un modo migliore e più efficace per stabilire un rapporto diretto e proficuo con i clienti che stanno cercando quello che tu hai da offrire.

Mettiti nei panni dell'utente che vuole comprare il tuo preciso prodotto: come potrà mai sperare di trovarlo nei [primi posti della Serp](#) scrivendo genericamente 'scarpe' o 'scarpe da ginnastica'?

Certo, tu potresti dirmi 'ma Rob, quante persone potranno mai cercare esattamente quelle scarpe da trail running ammortizzate gialle'?

Ebbene sì, ovvio, attirerai molto meno traffico con una long tail keyword di quanto potresti invece attirarne con **una parola chiave più comune**... ma gli utenti che attraverso di essa arriveranno sul tuo sito saranno più profilati e più desiderosi di fare l'acquisto!

Contatta Roberto

la prima [consulenza web](#) è sempre gratuita!

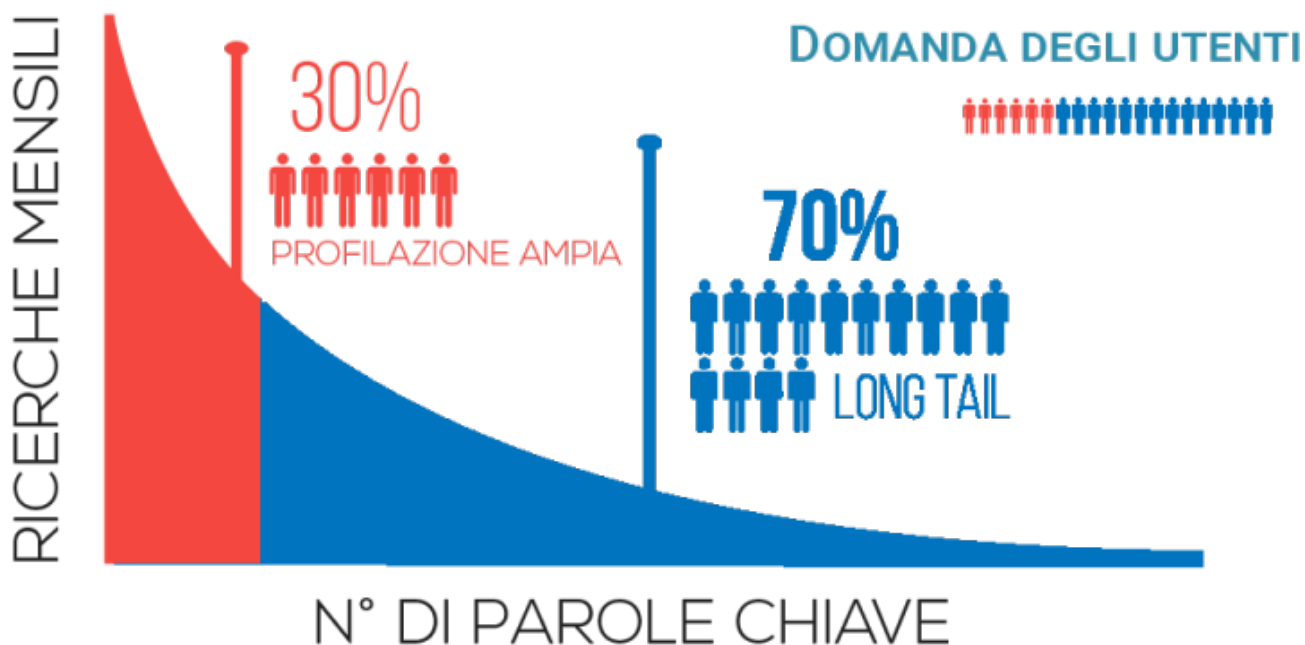
[Si lo voglio!](#)

Questo significa che, puntando sulle giuste **long tail keyword** per i tuoi prodotti e servizi, costruirai **una vera e propria macchina per la vendita!**

Ma da dove diavolo arriva il nome long tail?

Per capire da dove è arrivato il termine coda lunga devi pensare ad un grafico che, sull'asse delle ascisse, ha la frequenza delle ricerche, mentre su quello delle ordinate ha la **concorrenza** intorno alle parole chiave.

Coda lunga: cosa è e come si possono trovare le giuste long tail keywords



Come puoi immaginare, più alta sarà la frequenza delle ricerche, più alto sarà la concorrenza e quindi il costo: lì ci troverai le parole chiave secche come "[SEO](#), Posizionamento, [Link building](#)" eccetera eccetera.

Dall'altra parte ci sarà invece la vera moltitudine dei termini con ricerche meno frequenti e con concorrenza e dunque costi bassi e bassissimi, una lunghissima 'coda' di parole chiave tutte da sfruttare.

Da qui, dunque, il termine long tail keywords: coda lunga.

Come trovare le giuste parole chiave per la tua long tail?

Ecco qui: hai dunque capito che le parole chiave perfette per sfruttare la coda lunga sono quelle costituite da **3,4,5 parole** che definiscono alla perfezione e in modo specifico alcune delle tue offerte, siano questi prodotti o servizi specifici.

Ma **come si trovano** le long tail keyword perfette per il tuo business?

Beh, devo dire che ci sono davvero tanti modi. Il primo - come nella maggior parte dei casi -

Coda lunga: cosa è e come si possono trovare le giuste long tail keywords

è quello di usare la testa. Ipotizziamo che tu sia un consulente.

Bene, smettila di sbattere la testa per posizionarti con la parola chiave 'consulente', e inizia invece a concentrarti su delle long tail come 'consulente + la tua città' (esempio: [consulente SEO Cagliari](#)) oppure come 'consulente + settore' (esempio: consulente di web marketing a Cagliari).

E poi spremi ancora di più le meningi, e arriverai ad un incredibile e roboante - e dannatamente efficace - 'consulente web di web marketing Cagliari specializzato in posizionamento sui motori di ricerca'.

Scommettiamo che un utente che sta cercando proprio te, molto probabilmente, scriverà queste esatte parole su Google, e non semplicemente 'consulente'? A te non frega niente di attirare le attenzioni di chi cerca un consulente fallimentare a Torino, no? Pensa a chi vuoi che ti cerchi, e formula le parole chiave perfette per la tua **SEO coda lunga**.

Ma ehi, **la tua testa non è l'unico strumento possibile** per trovare le tue long tail keywords.

Anche Google, in effetti, viene in tuo aiuto. Cambiamo totalmente esempio? Bene: immagina di vendere lampade online. Hai già lavorato sulle keyword 'lampade Cagliari' e 'lampade moderne', e non sai quali pesce pigliare. Te lo dico io: vai sulla barra di ricerca del motore di ricerca, digita 'lampade' e guarda i consigli di ricerca di Google, e troverai una cosa tipo:



Già questo ti potrà aiutare. Ma non solo! Premi invio, effettua la tua ricerca su Google, e vai in fondo alla pagina. Lì troverai la sezione '**Ricerche correlate a lampade**', dove scoprirai tanti altri consigli utili per l'ottimizzazione sapiente del tuo sito web per i motori di ricerca (lampade moderne a sospensione, lampade da tavolo, lampade design, lampade da terra, lampade a sospensione...).

Coda lunga: cosa è e come si possono trovare le giuste long tail keywords

ottimi risultati; non potevano ovviamente mancare dei tool utilissimi per quanto riguarda la coda lunga.

UberSuggest: tra i primi strumenti di questo tipo, [UberSuggest](#) è un ulteriore tool pensato appositamente per avere delle parole chiave da url: ti dà dei suggerimenti precisi - e pure tanti - indicandoti il volume di ricerche, il livello della competizione e via dicendo. Da non dimenticare!

Capita la coda lunga?

Eccoci qui, alla fine di questo post sulla coda lunga [SEO](#). Non so te, ma io mi sento proprio meglio: con questo post sono - quasi - certo di aver messo sulle pagine del mio blog davvero tutti **i pilastri principali del mondo SEO**. Adesso... non mi resta che seguire la coda lunga degli argomenti meno battuti... e più specifici!

Fai marketing ascoltando, non strillando.
Un abbraccio.

Che mi racconti di bello?