

## Indice

- [Consigli SEO per blog: una guida per ottimizzare le tue pagine e migliorare il tuo posizionamento](#)
  - [Prima fase: la creazione di un blog](#)
  - [Seconda fase: i migliori tool e plugin per fare SEO per blog](#)
  - [Terza fase: il miglior tema per il tuo blog](#)
  - [Quarta fase: le keyword per la SEO del tuo blog](#)
  - [Quinta fase: gli elementi di navigazione del tuo blog](#)
  - [Sesta fase: i contenuti SEO per blog](#)
  - [Settima fase. Di tutto e di più: heading, tag e categorie](#)
  - [Ottava fase. Il mondo dei link](#)
  - [Nona fase: fatti aiutare dai social media](#)
  - [Decima - e ultima - fase](#)

E così hai un blog, o hai deciso di avviarne uno per **migliorare le performance della tua attività**.

Ti posso dire una cosa sincera nella veste di [consulente web](#)?

Mi posso permettere?

Ben fatto! Che tu ci creda o no, proprio il blog rappresenta ancora uno dei migliori strumenti di [growth hacking](#).

Applaudo alla tua virtuosa iniziativa, prima di tutto perché avere un blog è molto, molto utile. In secondo luogo, perché gestirlo in modo efficace non è affatto uno scherzo: c'è di mezzo la forza di volontà necessaria per **scrivere dei contenuti di valore**, originali e interessanti, nonché quella per farlo abbastanza spesso, a cadenza regolare così da riuscire ad [aumentare le visite al sito](#).

E poi ci sono tutte le **tecniche SEO per blog** da scoprire, da studiare e da mettere in pratica, ed è proprio per questo che sei qui, oggi, a leggere questo mio - lungo - post.

Lo abbiamo ripetuto un sacco di volte: avere un blog gestito bene, per un'azienda di qualsiasi tipo, è un gran vantaggio.

Ma perché?

Beh, visto che tra poco, mentre ti elencherò decine e decine di consigli [SEO](#) per il tuo blog, ti renderai conto della mole di lavoro che comporta avere un blog ottimizzato - e forse si spaventerai un po' - ho deciso di riassumerti **i principali benefici dell'avviare un blog aziendale**, così da avere le giuste motivazioni per continuare.

Ecco per cosa ti serve - realmente - un blog Aziendale.

- Per intercettare nuovi clienti
- Per fidelizzare la tua audience
- Per costruire una community
- Per aumentare la tua autorevolezza nella tua nicchia di riferimento
- Per ottenere preziosi link in ingresso
- Per svelare il volto umano del tuo marchio
- Per diffondere il tuo messaggio aziendale e i suoi valori

Ecco, per tutti questi motivi avviare un **blog aziendale** - e spendere ogni settimana tempo, energie e risorse per gestirlo al meglio - è certamente un buon proposito, che può fare un gran bene al tuo business.

Direi che ora, a partire da queste basi, dovresti essere entusiasta, pronto e pimpante per ascoltare tutti i consigli [SEO](#) che ho accumulato in oltre dieci anni di lavoro sui miei blog e su quelli dei miei clienti.

Sì, non nascondo che ci ho messo tantissimo tempo per metterli insieme tutti, per capire quali tecniche [SEO](#) fossero efficaci e quali no, quali sono degli strumenti da mettere in pratica e quelli che invece, in fin dei conti, sono solo dei voli pindarici di qualche nerd smanettone.

E non è tutto qui: non devi dimenticare che, con il tempo, alcune tecniche [SEO](#) sono cadute in disuso, dopo essere state prese di mira dai nuovi **algoritmi di Google**.

Qui, esattamente in questa che è in tutto e per tutto una [consulenza web](#) da paura, ho condensato per te solo delle tecniche efficaci e attuali con l'unico obiettivo di aiutarti ad ottimizzare al meglio quello che mi auguro possa diventare anche per te il miglior amico del tuo Business.

Tutto quello che devi fare tu è leggere questo post da cima a fondo e poi salvarlo nei preferiti ☐

Bene, diamo un taglio le ciance e iniziamo a scorrere questa lunghissima lista!

## Consigli SEO per blog: una guida per ottimizzare le tue pagine e migliorare il tuo posizionamento

### Prima fase: la creazione di un blog

Sì, partiamo proprio dall'inizio, anzi, da ancora prima.

Ti sei già chiesto quale hosting scegliere per migliorare l'ottimizzazione futura del tuo sito?

Sai già su quale dominio puntare?

In questa prima fase voglio dare una veloce risposta a queste e ad altre domande, tutte belle succose.

1) **Non lesinare sull'host:** Siteground, Netsons, Hostinger, la rete è piena di servizi di hosting gratuiti e perfetti per chi ha poca dimestichezza con il web. Ma se vuoi avviare un blog professionale e gratuito, che possa essere visto di buon occhio dai motori di ricerca, il mio primo consiglio è quello di spendere qualche euro per acquistare un servizio di hosting vero e proprio.

E poi, vuoi davvero mettere la differenza che c'è tra un ipotetico 'www.robortoblog.it' e 'www.robortoblog.wordpress.it'?

Ecco, diciamocelo, il sotto dominio non piace a te e non piace neanche ai motori di ricerca.

2) **La scelta dell'host:** potrei cavarmela subito dicendo semplicemente che devi scegliere un buon host, ma di certo non sarebbe un bel bigliettino da visita per farti continuare a leggere tutti gli altri consigli [SEO](#) per blog qui sotto. Ti dirò dunque che un buon dominio è quello che ti permette di avere un buon tasso di risposta e un'ottima velocità di caricamento delle pagine, in quanto bastano pochi secondi di attesa per perdere altissime percentuali di potenziali clienti. Anche la **posizione del server**, inoltre, ha una sua importanza, e qualora l'hosting non lavorasse su CDN andrebbe scelta in base alla posizione del pubblico. Per amor di verità (e per aiutarti a scegliere sulla fiducia) sappi che io ho scelto [Siteground](#)

3) Scegli **l'argomento del tuo blog:** vuoi che il tuo blog abbia successo, e magari in tempi relativamente rapidi? Bene, rifuggi dal creare un portale **generalista**. Al contrario, dovresti scegliere un tema preciso sul quale il tuo blog si focalizzerà. Questo perché per fare bene

una cosa ci si deve concentrare solo su quella, ma anche e soprattutto perché Google ama posizionare i portali in relazione ad una determinata nicchia. Insomma, se hai un blog che generalmente parla di pesca in acqua dolce, difficilmente riuscirai a guadagnare delle posizioni rilevanti con un post che parla di Bitcoin!

4) **Compra un dominio di qualità:** per i fini [SEO](#), vale la pena investire qualche euro in più nell'acquisto di domini di qualità. Certo, puoi benissimo acquistare un dominio a 10 euro, ma stai pur certo che c'è un motivo se ce ne sono altri che costano 50, 100, 500 o 3.000 euro. Quanto vuoi - e quanto puoi - investire nel tuo blog?

5) Cosa pensare **prima di scegliere il dominio:** chiunque si occupi di [SEO](#) per blog sa che la presenza della keyword principale nel **domain name** non è obbligatoria, ma di certo aiuta. E non è tutto qui: il tuo nome di dominio deve essere possibilmente breve, facile da scrivere e semplice da ricordare, così da restare calcificato nella memoria degli utenti che in questo modo lo raggiungeranno digitandolo direttamente nella barra posta in alto del proprio browser. Questo tipo di visite dirette sono un segnale molto forte per i motori di ricerca che per questo tenderanno a premiare il tuo sito consegnandoli un trust proprio a livello di dominio.

6) **Non seguire le ultime tendenze nella scelta del nome del dominio:** non fare come quelle ditte che, negli ultimi decenni del Novecento, hanno creato il nome della loro ditta anticipandolo con le classiche 'AAAA..' per essere sempre i primi sulla rubrica. Il mondo della rete è invece per esempio pieno di nomi di dominio con trattini - andavano forte nei primissimi 2000 - e con combinazioni strane di caratteri - molto web 2.0. Al giorno d'oggi, però, questi nomi di dominio non si presentano al meglio all'utente che preferisce dei nomi pienamente comprensibili e chiari.

---

Nel mio caso ad esempio il sito robertoserra.com era già stato registrato e per questo ho dovuto optare per un trattino tra il nome e il cognome. Non sai quanto ho sofferto per questo!

7) **Decisamente HTTPS:** quando Google non fa il misterioso quanto a **fattori [SEO](#)**, e che quindi parla esplicitamente dicendo cosa importa e cosa no per il posizionamento del nostro

sito, è davvero il caso di ascoltarlo. Ebbene, Mister G ha detto chiaramente che l'adozione del protocollo per la comunicazione sicura attraverso la rete è un fattore [SEO](#) importante, [qui la fonte](#). Quindi sì, chi non ha ancora fatto il salto verso l'HTTPS deve metterlo certamente in programma. Certo, non è una cosa facilissima - bisogna per esempio stare molto attenti reindirizzare correttamente tutto quanto - ma ne vale sicuramente la pena. Prima lo si fa, prima si può iniziare a guadagnare posizioni.

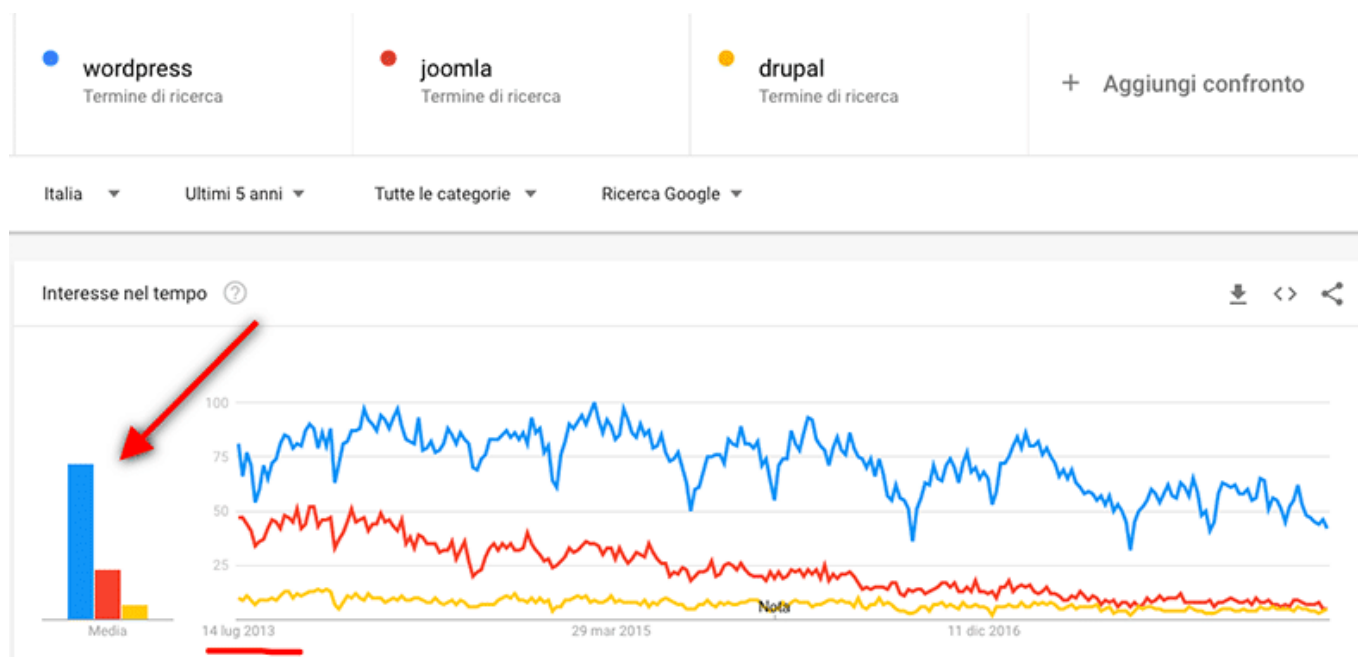
8) **Meglio creare dei sottodomini o delle directory?** Insomma, meglio 'carasau.roberto-serra.com' o meglio 'roberto-serra.com/carasau'? Ecco, dipende tutto da quello che vuoi fare, non c'è una best practice assoluta per quanto riguarda la SEO. Se stai lanciando una nuova area del tuo blog e vuoi che questa venga vista come un'area a sé stante - e quindi con la sua personale [sitemap](#), per capirci - beh, allora ti conviene sicuramente creare un sottodominio. Se invece stai lanciando qualcosa di nuovo per migliorare il ranking del tuo blog principale, beh, la nuova directory è certamente la scelta giusta.

---

Google vede i tuoi sotto-domini come siti assestanti e per questo è molto importante utilizzare un sotto-dominio solo quando si sa bene ciò che si sta andando a fare.

9) **La scelta del CMS:** ognuno ha certamente le proprie preferenze, principalmente in base ai propri trascorsi. Va poi detto che ci sono svariati content management system che, senza grosse pretese, possono fare bene anche sul lato SEO, ma a mio avviso - per la mia esperienza - sarebbe ingenuo cercare fortuna all'infuori del terzetto costituito da **WordPress, Drupal, e Joomla**.

E, se devo sbilanciarmi, basta vedere quest'immagine tratta da [Google Trends](#), assegnerei una stellina in più proprio a WordPress (che con i suoi 18 milioni di siti realizzati stacca brutalmente Joomla!, 2,5 milioni, e Drupal, con circa 772.000 siti)



## Seconda fase: i migliori tool e plugin per fare SEO per blog

Nella corsa verso le prime posizioni su Google non sei da solo, o almeno, non lo sei necessariamente.

---

### **Contatta Roberto**

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

[Si lo voglio!](#)

Al tuo fianco possono infatti esserci svariati **tool e plugin** realizzati appositamente per migliorare la SEO del tuo sito.

10) Non si può non partire da sua maestà **Google Analytics**: ok, non mi dilungherò nemmeno molto, in quanto questo tool è conosciutissimo e la situazione è palese.

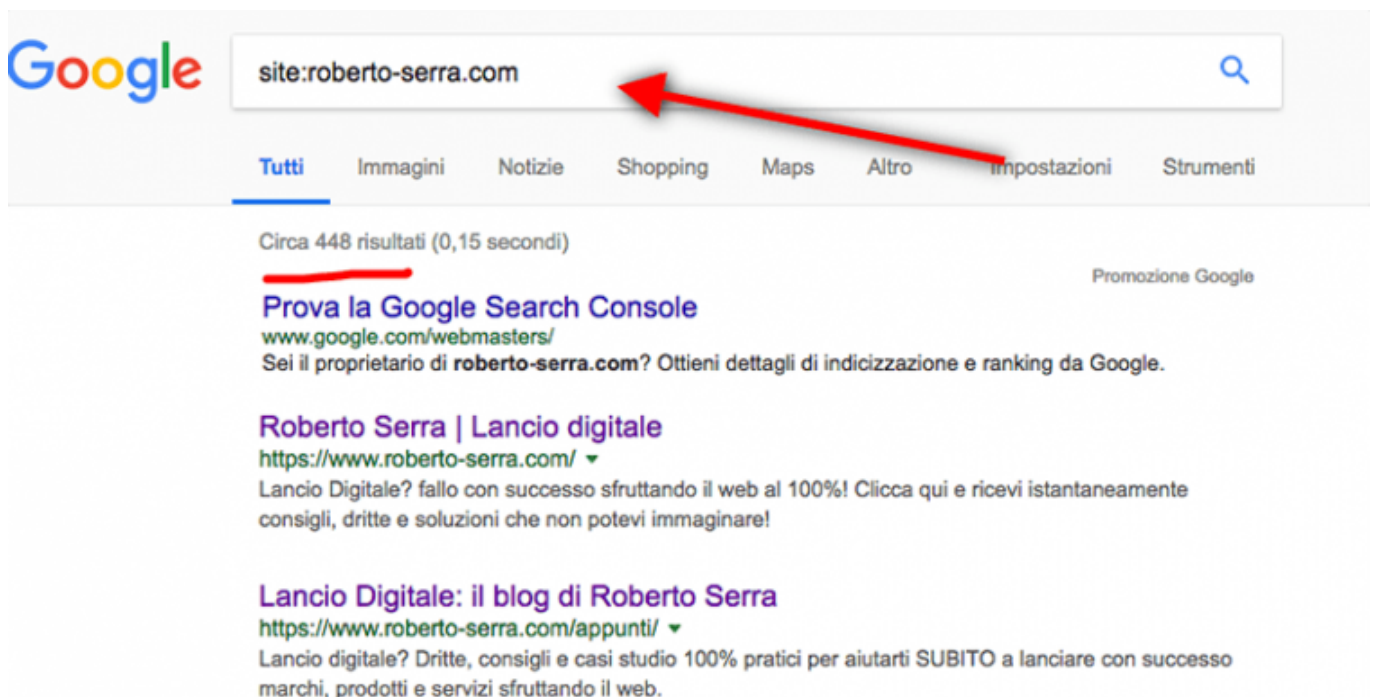
Sono gli algoritmi di Google a decidere in quale posizione presentare il tuo sito web alle ricerche degli utenti, e Google Analytics ti mostra i medesimi dati successivamente elaborati da quegli stessi algoritmi.

Non approfittarne per capire come migliorare il tuo sito web sarebbe davvero un errore.

11) **Google Search Console**: altro strumento dannatamente utile messo a nostra disposizione da Mister G. Vuoi sapere se la tua strategia SEO per blog sta funzionando? Vuoi scoprire quanti sono i backlink che puntano al tuo sito? Vuoi sapere cosa pensano i crawler del tuo portale?

Puoi fare tutto questo grazie a Google Search Console.

12) Lo stesso **Google**: proprio così, Google in persona può essere utilizzato per avere delle informazioni preziose sulla tua strategia SEO per blog. Se vuoi capire quali pagine del tuo sito sono state indicizzate, infatti, puoi andare su Google e digitare la stringa 'site:' seguita senza spazi dal tuo nome di dominio.

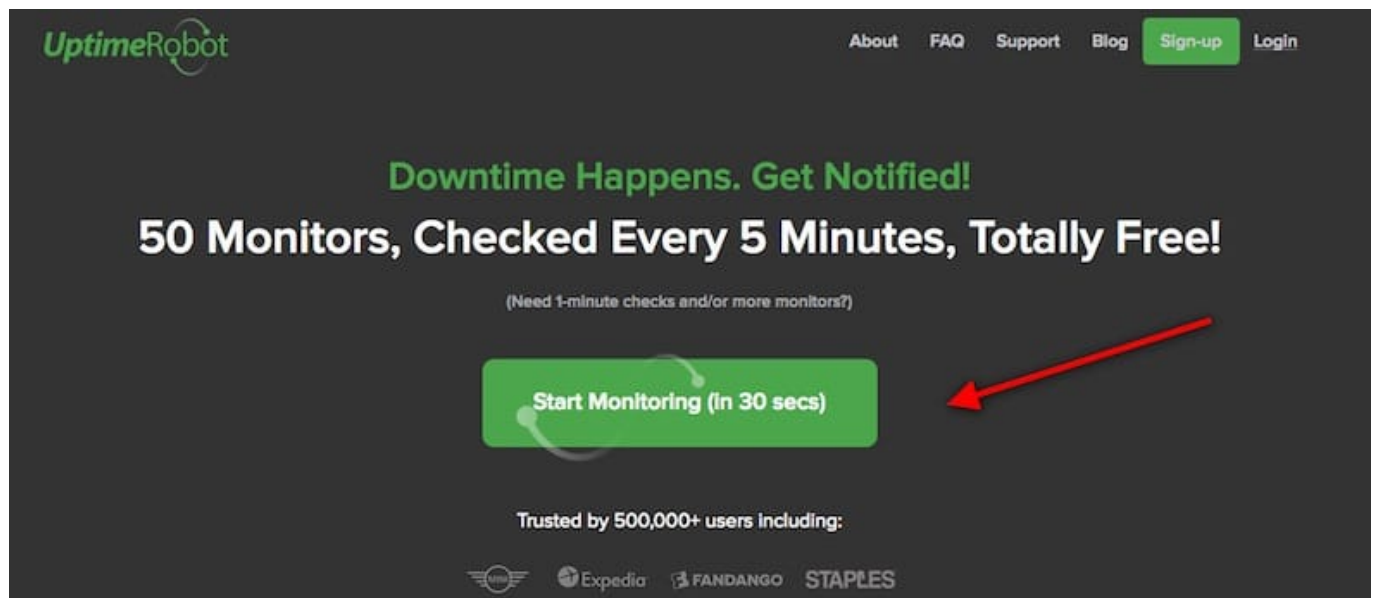


Ti usciranno automaticamente tutte le pagine che Google ha effettivamente indicizzato. Troverai - o meglio, non troverai - le pagine che pensavi?

13) E **Bing**? Non esiste solo Google. Molti utenti, infatti, preferiscono usare Bing e, in ottica SEO per blog dovresti tenere conto anche del motore di ricerca di casa Microsoft, per non rischiare di eliminare alla radice la possibilità di raggiungere anche quella fetta di pubblico.

Vuoi vedere il tuo blog attraverso gli occhi di Bing? Bene, iscriviti a Bing Webmaster Tools, [lo trovi qui](#).

15) **Uptime Robot**: questo tool è una figata atomica.



Ti permette di controllare lo stato del server in continuazione, gratuitamente. Se il server va giù ti manda una mail ed in questo modo puoi star certo di avere sempre il tuo blog effettivamente online.

15) **Majestic SEO Site Explorer**: le funzionalità sono molto simili a quelle di Open Site Explorer, e anche qui c'è la possibilità di iscriversi gratuitamente per accedere ad un discreto numero di informazioni. Altri tool di questo tipo sono Link Diagnosis e Ahref Site Explorer. Se fai SEO in maniera professionale e intendi monitorare seriamente i link in entrata verso il tuo sito non potrai farne a meno.

16) Strumenti per **analizzare il Server**: vuoi sapere qual è la velocità del server al quale ti appoggi? Ci sono delle criticità a livello di protocollo? Allora devi utilizzare degli strumenti



di analisi del Server, come **Pingdom Full page Test** o **BuiltWith**

17) **Screaming Frog Seo Spider Tool**: difficile avere un sito bello, popolato e ramificato senza nemmeno un errore nascosto. Vuoi eliminare le criticità che possono penalizzare la tua SEO, come per esempio link interrotti o titoli duplicati? Screaming Frog Seo Spider Tool è quello che fa per te. Ti consiglio di darci uno sguardo subito!

18) Un **plugin per fare SEO**: se hai scelto WordPress o Drupal, ti consiglio assolutamente di utilizzare anche il plugin [Yoast SEO](#). Nella sua versione base è gratuito, non è perfetto, ma sicuramente ti può mettere verso la direzione giusta per fare della buona SEO per blog. Usalo con cura e non lasciarti ingannare da chi ti dirà che grazie a questo plugin potrai svolgere, al contrario utilizzalo per gestire la [sitemap](#), per modificare meta title e [meta description](#), sarà sicuramente utile.

19) **Un plugin per la sicurezza del tuo blog**: sicuramente non vuoi che qualcuno entri piazzando dei link malevoli in posti in cui non andresti mai a guardare, vero? Per chi usa WordPress, è assolutamente consigliato affidarsi al plugin Wordfence - anche in questo caso un plugin con una valida versione gratuita. Io lo installo di default in ogni mio nuovo lavoro.

20) **Un plugin per velocizzare la navigazione del tuo blog**: la velocità di caricamento è senz'altro un fattore essenziale per la SEO del tuo blog. Vuoi aumentarla? Bene, sappi che se hai scelto un tema sbagliato non ci sarà verso ma in tutti gli altri casi uno di modi migliori è quello di utilizzare quello che gli anglosassoni chiamano browser caching plugin, il quale di fatto va a caricare in anticipo taluni elementi del tuo portale, così da non doverli ricaricare ogni volta. Tra i migliori caching plugin per WordPress ci sono indubbiamente Wp Rocket, W3 Total Cache e Wp Super Cache ma se come hosting sceglierai Siteground avrai il mitico super-cache, per capirci [quello che uso io](#) ☐

## Terza fase: il miglior tema per il tuo blog

La scelta del tema da utilizzare per il proprio blog non è e non può essere meramente estetica, in quanto questo elemento può influenzare anche la SEO del tuo portale.

---

Non farti abbindolare alla prima occhiata, ricorda che è la qualità del codice a fare tutta la differenza!

21) **La scelta del tema:** occhei, deve essere bello, deve essere coerente con l'immagine del tuo business, etc, etc, ma deve essere soprattutto ottimizzato in ottica SEO.

Ciò significa che il tema che andrai a scegliere deve essere munito di tutti gli elementi per permetterti la costruzione di una buona strategia SEO per blog, e quindi categorie, footer, alta velocità di caricamento etc.

---

Non lasciarti rapire da uno sfondo carino o da un'atmosfera particolare: ci sono fin troppi blog 'carucci' con zero traffico grazie a temi non correttamente curati.

22) **La differenza tra un tema gratuito e un tema a pagamento:** tanti, tantissimi blogger utilizzano temi gratuiti, ma resta valido lo stesso discorso che abbiamo fatto sopra per i domini, ovvero sì, vale la pena investire qualche euro nel proprio blog.

Sai perché? I motivi principali sono due: i temi a pagamento vengono aggiornati piuttosto frequentemente e sono maggiormente ottimizzati per la SEO.

23) Il tema perfetto offre una eccellente **user experience**: quando si parla di user experience, ovviamente, si pensa all'utente, e non al motore di ricerca. Eppure, come probabilmente sai, Google sta diventando sempre più intelligente, e sta aumentando nel tempo la sua capacità di guardare alle pagine web con gli stessi occhi degli utenti.

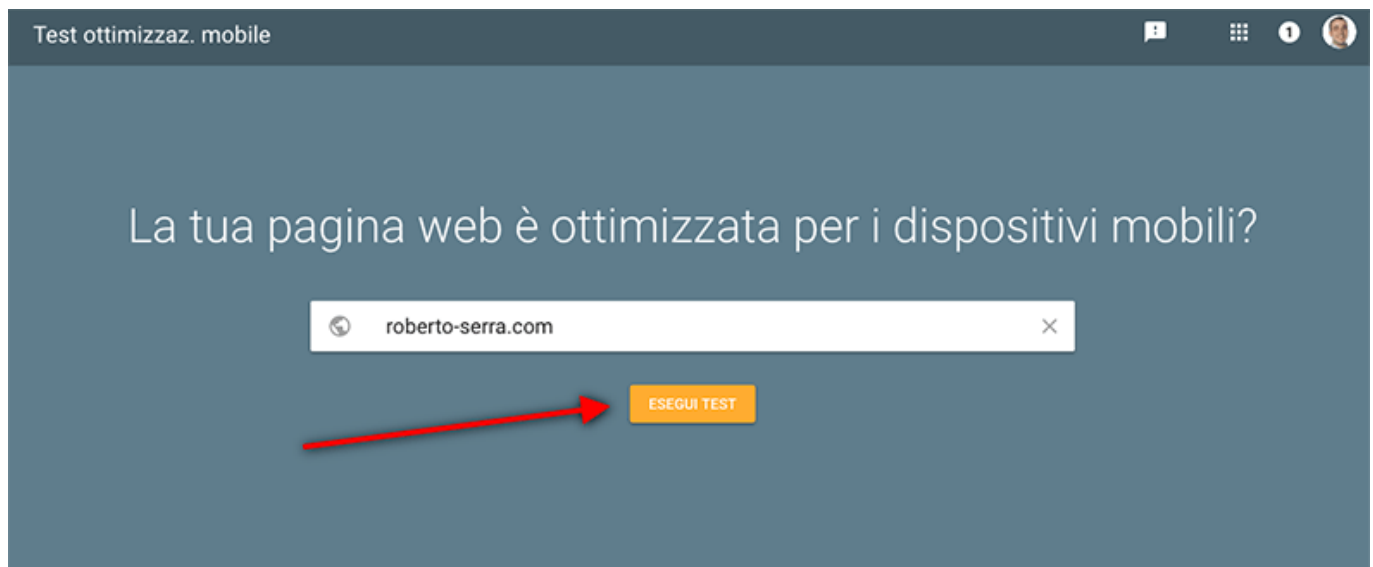
Cosa significa tutto questo?

Semplice: un blog bello, ben strutturato e facilmente navigabile ha più probabilità di piazzarsi bene sulla SERP di Google. Di fatto, dunque, ti sto dicendo per la seconda volta che alcuni euro, per il tema del tuo blog, ti conviene davvero spenderli. Meglio ancora se riesci a farti seguire da un bravo sviluppatore che ti realizza qualcosa ad hoc.

Vorresti un consiglio su quale tema scegliere? Chiedi pure, [clicca qui per contattarmi](#).

24) Ovviamente **responsive**: devo davvero sottolineare che il tema che sceglierai per il tuo blog deve essere ottimizzato per la visualizzazione da dispositivi mobili?

Dai, sono certo che sai benissimo che il tasso di navigazione via smartphone e tablet continua a crescere di anno in anno, e che quindi le probabilità che i tuo visitatori visitino i post del tuo blog da mobile sono sempre più alte.



Vuoi essere certo che il tuo blog sia davvero responsive? Grazie al tool Google Mobile Experience puoi scoprirlo in tempo zero!

[Lo trovi qui.](#)

## Quarta fase: le keyword per la SEO del tuo blog

25) Trovare **la keyword giusta per i tuoi post**: sicuramente sai che, tra i fattori più importanti della SEO per blog e per qualsiasi altro sito c'è proprio la [keyword research](#). Ma come scegliere quale utilizzare, in base al proprio target?

Ebbene, per aiutarti in questa decisione puoi utilizzare i tools Google Keyword Planner,

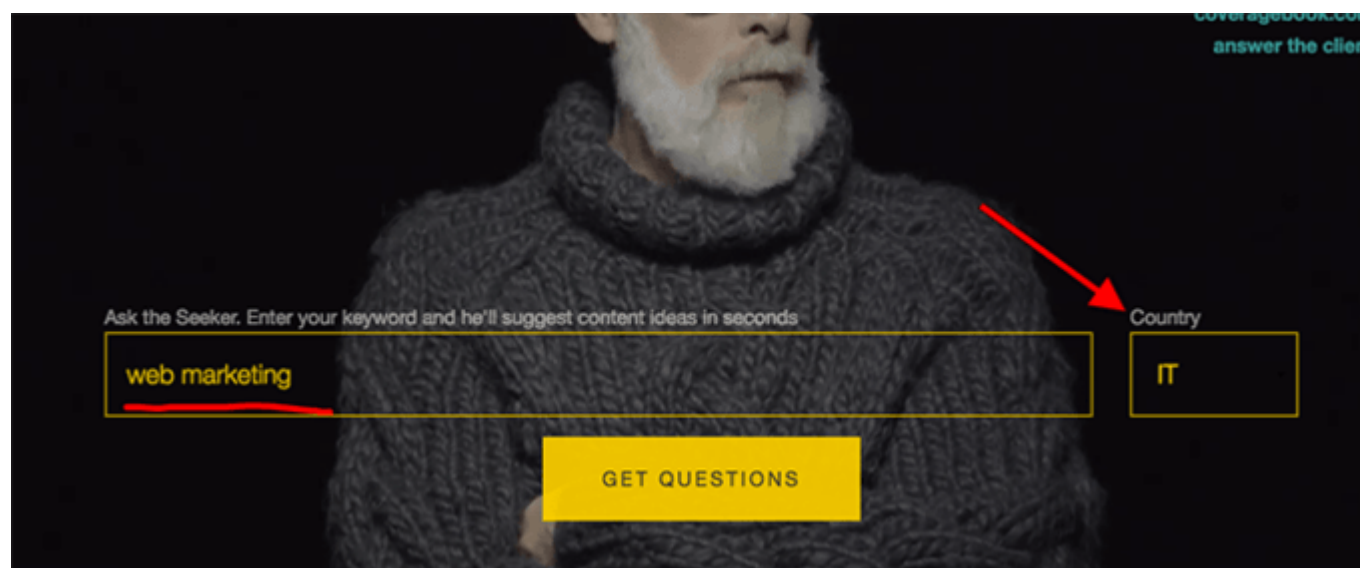
Seozoom o Semrush, i quali ti possono offrire suggerimenti e informazioni preziose.

Non si limiteranno infatti unicamente ad ipotizzare delle parole chiave efficaci, ma faranno di più, ti restituiranno infatti il volume di ricerca ed il costo per click per ogni singola keyword (nel caso di Keyword Planner, infatti, potrai avere anche una panoramica relativa al costo che gli inserzionisti AdWords pagano per assicurarsi quelle parole)

26)Ulteriori **idee per keywords e parole chiave correlate**: scrivere quattro o dieci post al mese non è affatto semplice, e non lo è nemmeno trovare parole chiave e temi freschi.

Vuoi qualche suggerimento?

Oltre agli strumenti che abbiamo visto sopra, puoi per esempio farti aiutare dall'utilissimo AnswerThePublic, un tool che, a livello di SEO per blog, può davvero fare la differenza.



Grazie allo scraping della funzione suggest di Google Search, questo tool ti segnala infatti tutte le corrispondenze per le tue parole chiave aiutandoti ad individuare le domande esatte che i tuoi utenti si fanno sul tema per il quale intendi scrivere.

## 55 consigli SEO per blog per migliorare il tuo posizionamento



27) **Long Tail Keyword**: perché dovresti usare delle [Long Tail Keyword](#) nel tuo blog?

Ebbene, prima di tutto perché le ricerche degli utenti su Google e colleghi si stanno facendo via via sempre più colloquiali (per diversi fattori), e quindi sono sempre di meno le query costituite da una parola singola. Ma non è tutto qui. Visto il più alto numero di combinazioni

possibili, è infatti più facile competere intorno ad una [Long Tail](#) Keyword piuttosto che intorno ad una semplice parola chiave

Vuoi capire esattamente come trovare parole chiave a coda lunga?

Leggi l'approfondimento: [Long Tail Keyword, cosa è e come si possono trovare le giuste parole chiave a coda lunga](#)

28) E gli altri? Sì, perché intorno a te ci sono tanti altri blog che parlano pressapoco delle medesime cose di cui parli tu. Insomma, non sei l'unica voce nella tua nicchia. E sai qual è una buona tecnica SEO per blog?

Andare a **vedere cosa fanno gli altri**. E non dico limitarti a leggere i post altrui No, dico che dovresti andare ad utilizzare gli strumenti messi a disposizione da SEMRush ma anche da Ahrefs e da Moz, che ti aiuteranno ad analizzare in modo professionale e veloce le tecniche e i risultati dei tuoi concorrenti, così da poter affinare la tua strategia SEO per blog e trovare delle parole chiave da 'rubare'.

Si, lo so ci vogliono software da migliaia di euro, esperienza e tempo. Se tutto questo ti sembra complicato potresti pensare di commissionarmi una Web Audit, l'analisi grazie alla quale smascherare il potenziale del tuo mercato. [Qui maggiori info](#).

## Quinta fase: gli elementi di navigazione del tuo blog

Quando si parla di elementi chiave della SEO per blog si tende a dimenticare l'importanza che rivestono delle entità laterali come i menu e via dicendo. Non vorrai fare questo errore, vero?

29) **Il menu principale:** il menù principale del tuo blog non serve solamente agli utenti. Nossignore, questo elemento torna utile anche a Google, il quale infatti manda i suoi crawler a guardare le voci dei menu. Per questo motivo qui dovrebbero essere utilizzate delle parole chiave correlate o rappresentative della keyword principale del tuo intero blog.

30) Ai piedi del tuo blog: e il **footer**? Chi dà mai importanza al footer all'interno dello sviluppo della strategia SEO per blog? Te lo dico io: praticamente nessuno. Eppure questo elemento dovrebbe essere valorizzato e ottimizzato, poiché ti offre l'opportunità di

posizionare dei contenuti (ottimizzati) e dei link che verranno visualizzati in ogni singola pagina del tuo portale.

---

Il mio consiglio? Inserisci nel footer del tuo blog una breve ma efficace descrizione del tuo sito (meno di 200 parole), strizzando così un occhio ai motori di ricerca, cerca azioni mettendo icone social, insomma... dai un motivo ai tuoi utenti per cliccarci su!

31) **Non troppi link nella tua homepage:** Google, che ha imparato a riconoscere - e a odiare - le pratiche scorrette legate alla [link building](#), guarda con un certo sospetto le pagine troppo ricche di link. Perché te lo dico in un post dedicato alle tecniche SEO per blog? Beh, perché è tipico - e giusto, fino ad un certo punto - trovare delle homepage di blog piene di link, che puntano a post, a categorie, a pagine, a social network e a tag.

Vuoi essere sicuro che l'homepage del tuo blog non infastidisca inutilmente il motore di ricerca?

Bene, allora non oltrepassare di troppo i 50 link (se non vuoi metterti a contarli e se soprattutto non vuoi commettere errori nel farlo, ti consiglio di usare un tool come Screaming Frog per avere la somma precisa dei link che partono dalla tua home). Sia chiaro, più che una regola aurea si tratta di un consiglio.

32) Occhio ai **popup**. Ne ho parlato qualche giorno fa in un [articolo ad essi dedicato](#): quelli di Google hanno fatto capire in modo piuttosto esplicito che i popup invasivi, che rendono difficoltosa la navigazione agli utenti - oscurando dunque la pagina e richiedendo di essere forzatamente chiusi, senza magari agevolare questa azione - sono dei fattori penalizzanti per la SEO.

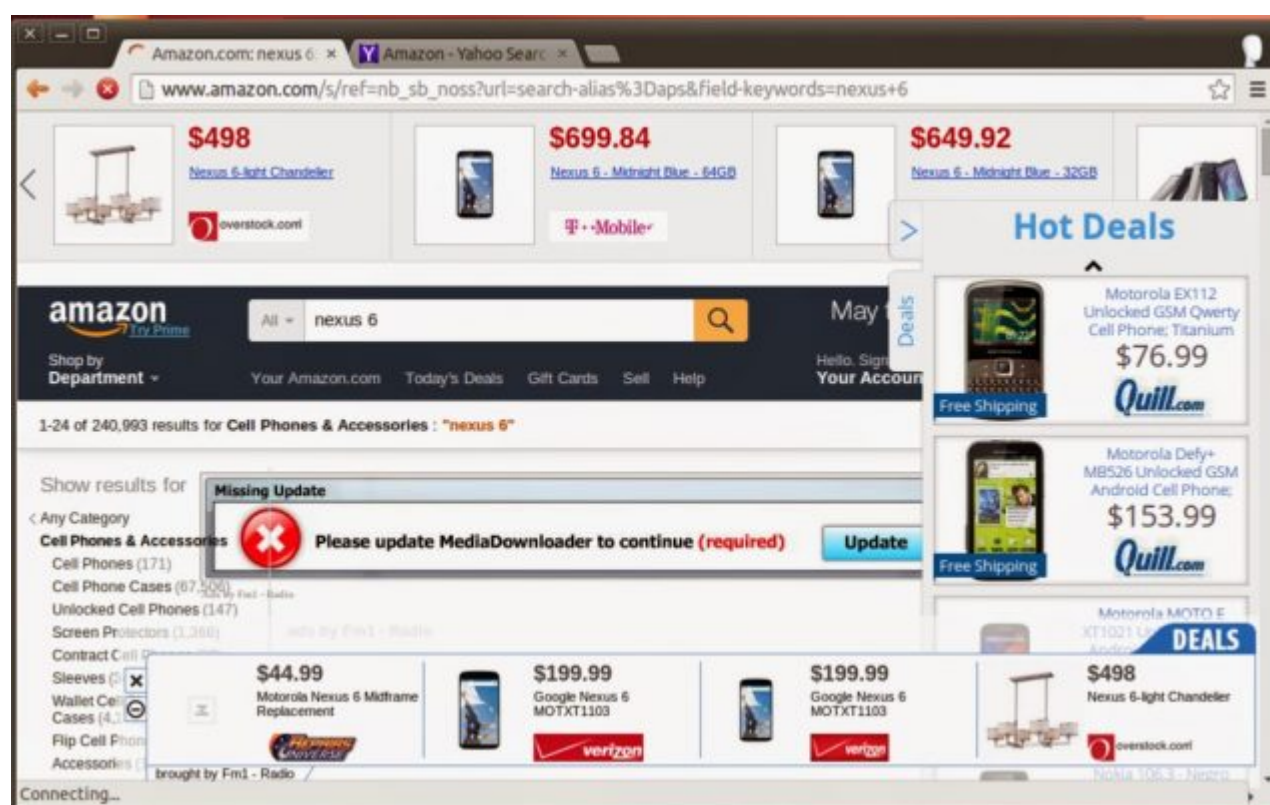
Se dunque il tuo blog ha dei popup non del tutto discreti, ti consiglio di soppesare pro e contro, partendo dal presupposto che, senza traffico, i popup sono assolutamente inutili.

Vuoi sapere tutto su come i popup possano influenzare la SEO?



Leggi l'approfondimento: [SEO & Popup: influenze negative per il posizionamento sui motori di ricerca.](#)

33) **Banner e Ads vari.** Il discorso per quanto riguarda i banner e gli altri tipi di advertising è simile a quello fatto per i popup, ma allo stesso tempo è diverso.



Avere troppi ads sulle pagine del tuo post, agli occhi di Google, può equivalere ad avere delle pagine piene di spam. E non è tutto qui: nemmeno gli utenti amano troppo i siti web fittamente popolati da advertising, e finirebbero così per lasciare bene presto il tuo blog.

Questo porterebbe ovviamente all'aumento del tasso di rimbalzo, il che, tornando a noi, è a tutti gli effetti un fattore che Google tiene altamente in considerazione per determinare il posizionamento di un sito web. Per non rischiare, dunque, ti consiglio di non oltrepassare il numero massimo di 4 o 5 ads per pagina. Tieni solo quelli che ti fanno davvero fare qualche soldo e se puoi farne completamente a meno... ancora meglio!



## Sesta fase: i contenuti SEO per blog

Qui si parla del nocciolo duro del posizionamento sui motori di ricerca, ovvero dei **contenuti**: URL, [Title](#), [metadescrizioni](#), ecco i fattori chiave del [SEO copywriting](#) per blog.

34) **Qualità... per l'utente**. Produrre dei contenuti ottimizzati per i motori di ricerca, al giorno d'oggi, equivale per la maggior parte a creare dei testi ottimizzati anche per gli utenti. Entrambi, infatti, esigono qualità e originalità.

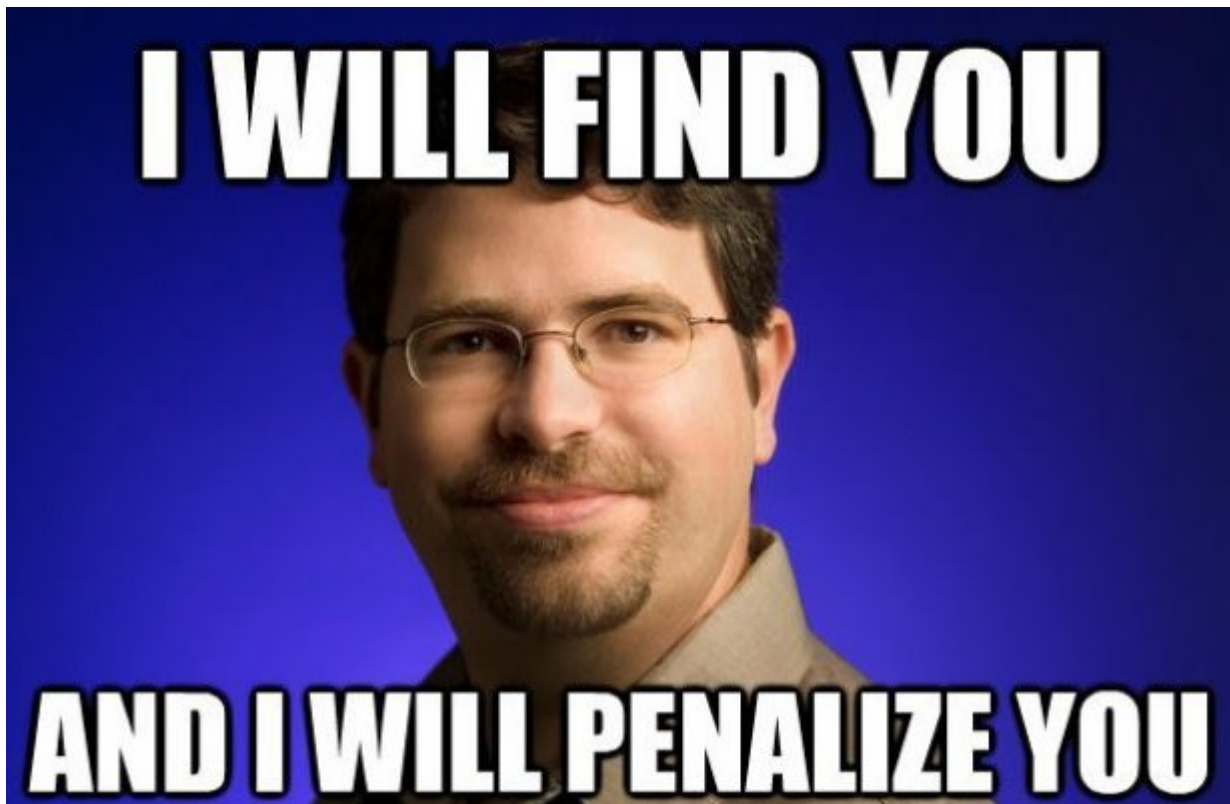
Gli utenti arrivano sul tuo blog per avere delle risposte, e Google premia i siti web che forniscono delle risposte utili agli utenti. E quindi, ancora prima di pensare ai tag, ai [titoli](#) e alle [meta descrizioni](#), pensa a passare del valore reale ai tuoi utenti: il motore di ricerca lo capirà e ti premierà.

35) **Ogni quanto pubblicare?** Non esiste una regola precisa. Il linea di massima, ti posso però dire che la regolarità viene molto apprezzata, e che il minimo sotto al quale è meglio non scendere è quello di un nuovo contenuto per ogni settimana. Non bisogna nemmeno esagerare, ma non per una questione legata direttamente alla SEO: produrre troppi contenuti all'inizio, infatti, può voler dire bruciare subito tutti i propri argomenti principali e, insieme ad essi, anche il proprio entusiasmo, prefigurando così fin da subito la morte del blog.

Fai come faccio io, cerca di produrre dei buoni contenuti freschi con una buona regolarità.

36) **URL**: come devono essere le URL del tuo blog? Beh, essenzialmente sono due le regole da seguire: una ci dice che le URL devono essere brevi, e l'altra che devono contenere la keyword principale del post.

Sì, sono d'accordo con te, 'breve' è un concetto piuttosto relativo. Il buon vecchio Matt Cutts, di Google, disse che, in linea di massima, non si devono oltrepassare le 5 parole.



Vuoi andare sul sicuro? Fai tre parole, e non se ne parli più!

37) **I title tag dei tuoi post:** questi elementi hanno un impatto enorme sulla tua SEO, essendo uno dei fattori principali utilizzati da Google per capire di cosa parla il tuo blog. Occhio, non sto parlando del titolo che l'utente vede all'inizio del tuo post: quello infatti è l'heading, l'[H1](#). Qui stiamo invece parlando del [title tag](#), ovvero di quello che viene visualizzato a livello di SERP. Questo, tra le altre cose, influisce grandemente sul CTR delle tue pagine, e quest'ultimo, a sua volta, influenza il ranking.

Come devono essere, dunque, i title tag del tuo blog?

Beh, prima di tutto devono contenere la parola chiave. Poi non devono essere né troppo corti (per non perdere l'opportunità di inserire altre parole correlate) né troppo lunghi, per non essere 'tagliati' da Google nei risultati di ricerca. Il titolo perfetto, insomma, è sempre compreso tra i 30 e i 60 caratteri (Vuoi accertarti di non aver fatto dei title tag troppo lunghi in passato e non hai voglia di controllarli uno per uno? Fatti aiutare da Screaming Frog).

38) Le **metadescrizioni**, anche se non influenzano direttamente il ranking delle tue pagine: in tanti non ci vogliono ancora credere, eppure è così. Il tag [meta description](#) non influenza

direttamente il posizionamento della pagina, e non aiuta neanche a [indicizzare un sito](#).

E allora, a cosa serve?

Aspetta, abbi fede, stiamo pur sempre parlando di consigli SEO per blog: qualcosa di utile c'è di certo. Ogni post che scriverai deve avere una [meta description](#), per il semplice fatto che questa ha un'influenza notevole sul CTR. Se invece non ne realizzerai una ad hoc e ottimizzata al punto giusto, sarà Google a crearne una, estraendo un pezzo del testo da te realizzato - che però, ovviamente, non sarà ottimizzato a sufficienza per attirare l'attenzione degli utenti al punto di spingerli a cliccare il tuo risultato in SERP.

39) **Meta keyword:** sì, è vero che Google non ritiene più le meta keyword come dei fattori SEO. Ma se non lo fa Google non significa che non lo facciano nemmeno gli altri, no? Bing e yahoo infatti ancora tengono conto di questo fattore.

40) **Il sommario dei contenuti:** ti sei accorto che questo mio post - come del resto tutti gli altri - presenta un bel sommario dei contenuti? Ebbene, a mio avviso tutti i post che oltrepassano una certa lunghezza dovrebbero assolutamente averne uno, sia per ragioni legate alla SEO per blog (in quanto aiuta Google a capire di cosa parla il tuo post, paragrafo dopo paragrafo) che legate alla user experience (gli utenti, infatti, possono capire cosa li aspetta, e persino decidere di leggere un 'capitolo' prima di un altro).



The image shows a screenshot of a table of contents for a blog post. At the top, there is a link labeled 'Indice' followed by a link in brackets '[Nascondi]'. A red arrow points from the right side of the image towards the 'Indice' link. Below this, there is a list of numbered items, each with a blue underlined link. The items are: 1 Doverosa premessa sulla SEO on page., 2 Definizione di SEO on page, 3 Miti e leggende leggiadre sulla SEO on page, 4 SEO on page: Google? predica bene ma razzola male!, 5 SEO on page: principali benefici, 6 SEO on page: patti chiari amicizia lunga., 6.1 SEO on page & page-speed: No, ignorare il tempo di caricamento delle tue pagine non è un opzione., 6.2 SEO on page : Qui ci cascano in tanti, verifica la dichiarazione della lingua!, 6.3 TIPS: il tag "hreflang" per la SEO on page dei siti web multilingua, 6.4 SEO on page: il tag title, 6.5 SEO on page: Sulle landing page ha senso?, 6.6 SEO on page: il tag description, 6.7 SEO on page: il tag rel-canonical, 6.8 SEO on page: Devi ottimizzare il testo delle tue pagine, and 6.9 ROBERTO SERRA.

**Indice** [\[Nascondi\]](#)

- [1 Doverosa premessa sulla SEO on page.](#)
- [2 Definizione di SEO on page](#)
- [3 Miti e leggende leggiadre sulla SEO on page](#)
- [4 SEO on page: Google? predica bene ma razzola male!](#)
- [5 SEO on page: principali benefici](#)
- [6 SEO on page: patti chiari amicizia lunga.](#)
  - [6.1 SEO on page & page-speed: No, ignorare il tempo di caricamento delle tue pagine non è un opzione.](#)
  - [6.2 SEO on page : Qui ci cascano in tanti, verifica la dichiarazione della lingua!](#)
  - [6.3 TIPS: il tag "hreflang" per la SEO on page dei siti web multilingua](#)
  - [6.4 SEO on page: il tag title](#)
  - [6.5 SEO on page: Sulle landing page ha senso?](#)
  - [6.6 SEO on page: il tag description](#)
  - [6.7 SEO on page: il tag rel-canonical](#)
  - [6.8 SEO on page: Devi ottimizzare il testo delle tue pagine](#)
  - [6.9 ROBERTO SERRA](#)

Per farlo io utilizzo TOC PLUS, un plugin per WordPress che genera il sommario automaticamente.

41) **Tutto quello che devi sapere sulle immagini:** ogni tuo post deve avere un'immagine, per il semplice fatto che questo elemento ti aiuta a guadagnare posizioni migliori sui motori di ricerca. Un post corto potrà avere una sola immagine, mentre un post più lungo potrà invece contenerne 3, 5, 10... Sicuramente in qualche [Guida SEO](#) per blog hai già letto che le immagini, per essere ottimizzate, devono essere accompagnate da un Alt Tag e da un nome contenenti la tua keyword.

In realtà, però, devi fare attenzione anche ad altro, ovvero alle dimensioni - e quindi al peso - delle immagini che andrai ad utilizzare: non vorrai certo che vadano a rallentare il tuo sito, vero?

Bene, allora prima di caricarle nel tuo CMS ti consiglio di ridimensionarle, e di fare in modo di avere un risultato inferiore agli 1,5 MB.

Se vuoi scoprire tutto sull'[ottimizzazione SEO delle immagini](#) ti suggerisco di

leggere questo mio approfondimento: [Ottimizzazione SEO delle immagini, +25 dritte immediate.](#)

42) **...e tutto quello che devi sapere sui video:** certo, non tutti hanno la voglia di produrre in proprio dei video. Ma devi sapere che inserire nei tuoi post dei video - presi magari da YouTube, con i dovuti riferimenti - può aiutare parecchio il tuo posizionamento.

Sai il perché?

Perché gli utenti apprezzano molto la multimedialità, e quindi Google, di conseguenza, ha deciso di premiare i siti che forniscono questa tipologia di contenuti.

Hai già pubblicato un numero discreto di video e pensi di continuare a farlo post dopo post?

Allora ti consiglio di creare una [sitemap](#) dedicata esclusivamente ad essi, da aggiungere alla tua normale XML [sitemap](#). E non è tutto qui: se invece hai investito tempo, risorse ed energie nel confezionare dei video tutti tuoi, ti consiglio di fare un altro passo, e di pubblicare anche la rispettiva trascrizione, così da avere un doppio contenuto, in due formati differenti.

43) **E la lunghezza perfetta per un post?** Sì, arriviamo finalmente a dare una risposta alla domanda che tutti neo-blogger - e non solo - si pongono: quanto deve essere lungo un post dal punto di vista della SEO?

Ebbene, non c'è una risposta unica e precisa, ma ci sono degli accorgimenti che vanno assolutamente seguiti in modo molto scrupoloso. Prima di tutto, non si deve mai tirare i post per le lunghe al solo scopo di scrivere qualche centinaio di parole in più: prima della lunghezza, infatti, bisogna considerare l'utilità dei propri contenuti: ogni paragrafo deve offrire del reale valore a chi lo legge, oppure è fondamentalmente inutile.

Detto questo, va precisato che in linea di massima i post SEO per blog, nella stragrande maggioranza dei casi, non dovrebbero essere mai inferiori alle 500 parole: è dunque buona norma produrre dei testi di lunghezza compresa tra le 500 e le 1.000 parole, riservandosi, eventualmente, l'opportunità di produrre saltuariamente dei post 'pillar' di lunghezza superiore (come per esempio questo che stai leggendo).

Vuoi avere una bella spinta motivazionale? Pensa che la lunghezza media delle pagine che si trovano nella prima pagina delle SERP di Google è di 1.890 parole □

## Settima fase. Di tutto e di più più: heading, tag e categorie

Categorie tag e heading non rappresentano nulla di difficile, giusto? Eppure in molti fanno confusione tra questi elementi, i quali occupano dei posti di prima fascia nella SEO per blog.

44) **Ottimizzare il tag del tuo blog:** non pensare che i tag del tuo blog, nel mucchio, costituiscano dei dettagli insignificanti. Niente affatto, devi usare questi elementi per taggare e quindi evidenziare determinati concetti espressi nel testo. E ti dirò di più: alcuni temi offrono la possibilità di inserire nelle varie pagine del tuo blog - tendenzialmente a livello di footer i i tuoi 20 - 30 - 50 tag più popolari. Non pensare che sia uno spreco di spazio: in questo caso, infatti, offri a Google un riassunto affidabile e schematico dei principali temi trattati dal tuo blog, così da facilitare il lavoro dei crawler.

---

Attenzione: utilizza i Tag (o rendili indicizzabili) solo se il tuo blog macina un buon numero di articoli, al contrario rischi di generare pagine che Google vedrà esclusivamente come dei contenuti duplicati.

45) **Organizzare le categorie del tuo blog:** qui sopra avrei potuto dire che i tag sono diversi dalle categorie, e devono dunque essere differenti anche a livello di contenuto. La prima cosa che ti voglio dire a proposito delle categorie del tuo blog è dunque quella di non avere doppioni tra tag e categorie. Queste ultime, infatti, devono essere una lista dei topic che tu andrai a trattare più spesso nel tuo blog: laddove puoi avere un numero altissimo di tag, dunque, dovresti limitare quello delle categorie, senza oltrepassare la soglia delle 30 (in caso contrario, infatti, potresti finire per confondere Google). Come nel caso dei tag, anche la lista delle categorie - in questo caso di tutte quante - dovrebbe essere presentata a livello di footer o di sidebar, costituendo di fatto una preziosa serie di link interni.

46) **Occhio agli Heading:** partiamo dall'[H1](#). Da non confondere con il tag title, il tag [H1](#) indica l'heading della pagina. Ogni pagina web, di conseguenza, dovrebbe avere un solo tag [H1](#), che spiega agli utenti e ai motori di ricerca qual è l'argomento principale della pagina.

47) Tutti gli altri heading, **dall'H2 in poi:** ogni pagina può dunque ospitare un solo [H1](#), mentre non ci sono limiti calati dall'alto per quanto riguarda gli altri tag heading.

Il tag H2, in particolare, è rivestito di una particolare importanza: ogni pagina dovrebbe averne almeno uno, nel quale andrebbe specificata tendenzialmente la parola chiave.

I vari H3, H4 e H5 sono invece meno importanti, ma restituiscono in ogni caso ai crawler qualche utile suggerimento sugli argomenti trattati: vanno dunque usati in modo saggio - e non eccessivo - per strutturare la pagina e lanciare dei segnali a Google.

## Ottava fase. Il mondo dei link

Il tuo blog non può fare a meno di link: sono loro, infatti, a dimostrare a Google il valore delle tue pagine. Non è dunque un caso se, all'interno di ogni strategia SEO per blog efficace, compare inesorabilmente anche un piano preciso per la [link building](#).

48) **I link interni del tuo blog:** ecco l'intelaiatura interna e nascosta del tuo portale, la ragnatela che collega 'semanticamente' tra loro i contenuti del tuo blog e che indica esplicitamente a Google la ragion d'essere delle tue pagine. Per questo ti dico che mai, in nessun caso, dovresti realizzare dei post senza dotarli di una buona struttura di link interni verso altri contenuti che hai scritto.

Anche in questo caso - come del resto accade sempre quando si parla di blog per SEO - è una questione di buon senso e di naturalità: i link interni devono dunque essere inseriti quando c'è una reale corrispondenza tra ancora e pagina di destinazione, la quale può concretamente fornire al lettore delle informazioni a lui utili in quel preciso momento.

Vuoi conoscere tutti i dettagli riguardanti il COME costruire una corretta [architettura SEO](#)? Leggi l'approfondimento: [Architettura SEO, ecco come posizionare il 99% delle tua parole chiave](#).



49) **Gli indispensabili link dall'esterno:** qualunque [esperto SEO](#) spendono ore per creare delle efficaci [strategie di link building](#) proprio perché i motori di ricerca usano i link esterni per determinare l'autorità di un sito su un certo argomento. Guardando quanti altri siti fanno riferimento al tuo blog per uno specifico topic, infatti, Google riesce a capire se i tuoi contenuti apportano qualcosa di davvero utile, interessante e originale.

Non ti dovrebbe dunque stupire il fatto che Google abbia iniziato a penalizzare tutti quei siti che cercano di aumentare i propri backlink in modo artificioso, acquistandoli dall'esterno o creando reti del tutto fittizie e senza alcun valore reale per l'utente.

Ci sono diversi modi per far crescere 'naturalmente' la mole dei link provenienti dall'esterno, e il primo è senza ombra di dubbio quello di creare dei contenuti di alta qualità.

50) **I link verso l'esterno.** Una tua pagina non dovrebbe dunque mancare di link interni, di link provenienti dall'esterno e sì, anche di link verso l'esterno, persino verso i tuoi concorrenti.

Ma come, una volta definito il fatto per cui Google calcola l'autorità di un sito proprio in base ai link che riceve, perché mai dovresti fare questo favore alla tua concorrenza?

Beh, in primo luogo per una faccenda di etica, in quanto si linka una fonte esterna nel momento in cui questa dice qualcosa di particolarmente utile e originale su un certo tema, o magari quando questa viene usata come fonte. In secondo luogo, indirizzare un link verso i competitors fa capire a Google che c'è una relazione tra le tue pagine e quelle degli altri brand a livello di argomento.

Quindi non dimenticare di inserire nei tuoi post almeno uno o due link verso l'esterno - vedrai che molti dei siti linkati, quando si accorgeranno di essere finiti sotto i tuoi occhi, non mancheranno di restituire il 'favore'!

## **Nona fase: fatti aiutare dai social media**

Essere presenti online con un blog senza connetterlo in alcun modo ai **social media** sarebbe del tutto assurdo. Ecco alcuni accorgimenti di base che i [social media manager](#) ci suggeriscono a riguardo:

51) Usa dei **plugin per la condivisione sui social media**, ma sceglili attentamente: i social media possono davvero fare la differenza per il tuo blog, e per questo è davvero consigliabile 'oliare' la condivisione a livello social attraverso degli appositi plugin.



Attenzione però: alcuni di essi finiscono per rallentare in maniera eccessiva il tuo sito web. Ti consiglio dunque di fare delle prove, andando poi a verificare la velocità di caricamento delle tue pagine con Google page speed. Vuoi sapere quale uso io? Eccoti servito: Easy Social Share Buttons per WordPress!

52) **Google My Business**: se il tuo blog è stato creato per promuovere un'attività locale, non devi assolutamente dimenticarti di registrarti su Google My Business. Di cosa sto parlando? Semplice: si tratta di un servizio gratuito che unisce le Pagine Google+ Business e Local nonché quelli che un tempo erano i Google Places.

In questo modo avrai una marcia in più a livello di ricerche di tipo locale (ovvero query con il nome della tua città, oppure ricerche effettuate con la geolocalizzazione attiva).

53) Non dimenticarti di **YouTube**: sì, lo so, abbiamo già parlato sopra dell'importanza dei video per il tuo blog. Ma qui voglio sottolineare un'altra cosa: YouTube è una piattaforma per la condivisione di video, è un social network, ma è anche il secondo motore di ricerca al mondo, secondo solo a Google. Partendo dal presupposto per il quale ogni secondo vengono effettuate più di 1.000 ricerche su YouTube, è assolutamente il caso di sfruttare anche questo canale, pubblicando i video che produci per il tuo blog anche su questa piattaforma.

54) **Condividi i tuoi post sui social**, soprattutto su Twitter: in base alla tua audience dovrai decidere quali social network usare per condividere i tuoi post. Chi porta avanti un blog sul mondo delle risorse umane non può fare a meno di appoggiarsi a LinkedIn, mentre chi si occupa di Cake design, beh, molto probabilmente deve sfruttare delle piattaforme come Instagram e Pinterest. Fare il contrario, invece, avrebbe poco o nessun senso. In ogni caso, per quanto riguarda la strategia SEO per blog, non si dovrebbe mai trascurare Twitter, in quanto degli studi hanno dimostrato che esiste una relazione forte tra il numero di tweet e il ranking del contenuto relativo.

## **Decima - e ultima - fase**

55) **Non smettere mai di ottimizzare i tuoi contenuti**: sai cosa ti voglio dire in quest'ultimo punto di questa lunghissima lista di consigli SEO per blog? Semplice: non esiste il contenuto perfetto.

Questo significa che c'è sempre spazio per fare dei miglioramenti e per ottimizzare i nostri post. Puoi tornare sui tuoi vecchi post e aggiornare il loro contenuto, aggiungere dei link utili o delle immagini ottimizzate, o magari puoi affilare la meta descrizione, rendendola più attraente per gli utenti. Insomma, ogni singolo post è sempre un potenziale cantiere aperto,

basta sapere dove mettere le mani!

---

Bene, siamo finalmente arrivati in fondo a questo lunghissimo post dedicato ai consigli SEO per blog. Avevi presente quando si parlava della lunghezza dei post? Ecco, in questo caso siamo ben oltre quota 6.000 parole e, come anticipato, non è detto che nei prossimi mesi io non decida di tornare sui miei passi per aggiungere qualche altra tecnica SEO per blog.

Ora, in ogni caso, è il tuo turno: un miglioramento alla volta, il tuo compito è quello di ottimizzare il tuo sito web lavorando sui dettagli!

Fai marketing ascoltando, non strillando.  
Un abbraccio.

**Che mi racconti di bello?**