

Indice

- [LINK BUILDING: Oltre i soliti dieci comandamenti](#)
 - [PREMESSA: Nella Link Building i trucchi non esistono](#)
 - [Come è fatto un link?](#)
 - [Nofollow: parliamone](#)
 - [Le caratteristiche del tag title nei link usati per la link building](#)
 - [Dove deve essere posizionato un backlink per essere il più efficace possibile per la tua link building?](#)
 - [Qual'è il ruolo dei Backlinks all'interno di una strategia SEO?](#)
- [LINK BUILDING: Ecco i link che è meglio perdere che trovare: cinque esempi](#)
 - [#5 - Directory scadenti](#)
 - [#4 - Le pagine spamnose](#)
 - [#3 - 5.000 link per 5 dollari](#)
 - [#2 - Schemi di Link](#)
 - [#1 - Software di generazione di link](#)
 - [Pensaci un secondo dai... Chi vorresti fregare?](#)
- [Il ruolo dell'esperto SEO nella Linkbuilding](#)
- [Dieci strategie da conoscere per la tua Link Building](#)
 - [#1 - Le risposte che contano davvero](#)
 - [#2 - Le infografiche](#)
 - [#3 - Le iscrizioni alle directory \(quelle buone\)](#)
 - [#4 - Condividi il tuo valore](#)
 - [#5 - Crea un report per il tuo settore](#)
 - [#6 - Sviluppa dei software](#)
 - [#7 - Partnership with love](#)
 - [#8 - Comunicati Stampa](#)
 - [#9 -EGO BAIT](#)
 - [#10 - Premi di qualità](#)
- [Conclusione](#)
- [LINK BUILDING: Ma è finito finito?](#)

LINK BUILDING: Oltre i soliti dieci comandamenti

Difficilmente avrei potuto preparare un regalo più gradito a te e alla tua attività online di quello che ti stai preparando a scartare: **oggi ti parlerò infatti di Link Building & [amp](#); [SEO](#)**, e quindi di autorevolezza e di come **migliorare il posizionamento organico del tuo**

sito.

Se sei alle prime armi ti consiglio di prepararti leggendo prima la [guida seo](#) ma in caso contrario, nello specifico, in questo post che si preannuncia bello ciccione ti illustrerò non una, non due, ma ben 10 strategie **Link Building & SEO** per **acquisire dei link di qualità**: no, tranquillo, non sto parlando dei soliti dieci comandamenti pieni di 'ma' e di 'se'. Seguendo questi consigli, **il risultato è assicurato!**



PREMESSA: Nella Link Building i trucchi non esistono

In quest'articolo ti parlerò di come ottenere link e non approfondirò su come questa influisce sull'[indicizzazione](#) di un sito ma se vuoi approfondire quest'argomento puoi leggere l'approfondimento [+16 strategie per indicizzare il tuo sito come farebbe un SEO.](#)

Ma prima di iniziare c'è un preambolo che non posso assolutamente evitare di fare. Nella **Link Building & SEO** come in qualsiasi altra operazione che facciamo quotidianamente per **costruire una solida reputazione online per il nostro sito**, la

prima regola da fissare in testa è che **non esistono trucchi furbi** e soprattutto duraturi per fregare i motori di ricerca e posizionarsi così in cima alle **Serp di Google**.

Vuoi sapere perché ne sono tanto sicuro? Semplice: io questi trucchetti li ho provati tutti quanti in prima persona, e ti posso confermare che sono solo e unicamente tempo perso. In questo caso le [frasi ad effetto](#) non ci aiuteranno, sicuro, occorre rimboccarsi le maniche ed essere pronti a fare il lavoro duro.

Ho voluto fare questa piccola introduzione perché, quando si parla di Link Building & [SEO](#), capita spesso di trovare dei racconti esoterici di pratiche oscure e misteriose, attraverso le quali dei **personaggi quantomeno sinistri hanno guadagnato tonnellate di link in pochissimo tempo**.

Te lo voglio dire già qui, al secondo paragrafo: in questo post non ti parlerò di [come promuovere un prodotto](#) guadagnando link buttando giornate intere della tua vita su 'appositi' software (te li presenterò comunque dopo, perché il nemico va conosciuto), né di come ottenere dei link al chilo acquistando pacchetti preconfezionati, né di come fare faville inserendo le tue pagine in centinaia di directory dalle premesse miracolose e mirabolanti, che alla fin fine si rivelano per esser piene di spamming, e no, non ti inviterò a riempire il web con i tuoi commenti corredati da link a pioggia.

No! **Oggi scoprirai invece:**

- come ottenere link duraturi e di qualità
- come programmare una seria strategia di Link Building
- come riconoscere un'opportunità di link a colpo d'occhio
- quali sono le caratteristiche di un buon link
- quali sono le caratteristiche di un link scarso
- quali sono gli errori più comuni e le idee sbagliate sulla Link Building

Se non vuoi per forza cercare qualcosa di furbo, di segreto e potenzialmente fallimentare, e **se hai invece intenzione di costruire una rete di link solida che possa dare valore al tuo business**, allora fermati qui, sei proprio nel posto giusto!

Hey, se invece sei all'inizio e vuoi approfondire la [SEO](#) più in generale ricordati che puoi sempre leggere la mia [guida seo](#) da +5000 parole!

Questo è il post perfetto per chiunque voglia migliorare il **posizionamento organico** del

proprio sito attraverso Link Building & SEO, sia per i novizi che hanno appena lanciato le prime pagine web, sia per gli smanettoni più consumati.

In ogni caso, per non lasciare indietro nessuno, partirò dalle basi, senza dare nulla per scontato. Quando si parla di Link Building & SEO, tra l'altro, una spolveratina delle regole non fa mai male!

Iniziamo dunque dall'epicentro della Link Building: ecco l'anatomia di un link!



Come è fatto un link?

Essenzialmente, un link si compone di una ancora tramite l'attributo **href** che esplicita il link della pagina che ci interessa. Ecco qui un esempio senza **title e nofollow**:

```
<a href= "https://www.miosito.com/Page.html"> parola che cliccando ci porterà alla pagina </a>
```

E uno con title 'chiave' ma senza nofollow:

```
<a href= "https://www.miosito.com/Page.html" title="chiave"> parola che cliccando ci porterà alla pagina </a>
```

Così invece si scrive un link con attributo esplicito "nofollow":

```
<a href="https://www.miosito.com/Page.html" title="chiave" rel="nofollow"> parola che cliccando ci porterà alla pagina </a>
```

Ma che significa "Nofollow"?

L'attributo nofollow è un segnale che scegliamo di dare al motore di ricerca per dichiarargli la nostra impossibilità di verificare/controllare in futuro la pagina linkata. Questo attributo limita in parte il trust del link rendendolo di fatto meno "potente" rispetto ad un link privo di tale attributo.

Semplice, no? I link in ingresso verso il tuo sito rappresentano un segnale di trust molto importante e per questo, allo scopo d'attribuire valore (e dunque traffico) a tutto il sito e non solo ad alcune pagine, è importante che questi vengano "dosati" per bene e per questo scorretto pensare che tutti i link che ci interessano debbano necessariamente puntare alla homepage del nostro sito web, anzi.

All'interno di una buona strategia di Link Building, infatti, può risultare molto utile fare sì che **tutti gli argomenti chiave di un sito ricevano un buon numero di link dall'esterno**. Non sono dunque solamente le homepage ad abbisognare di link che puntano verso di esse, ma anche le **pagine interne**.

```
.entry-header -->
59
60                                     <div class="entry-
content">
61                                     <p><a
href="http://www.basicwp.com" rel="nofollow"
target=" blank" >Click here for cool offer</a></p>
62 <p>This is an example of a WordPress page, you could
edit this to put information about yourself or your
site so readers know where you are coming from. You
can create as many pages like this one or sub-pages as
you like and manage all of your content inside of
```

Nofollow: parliamone

Rel= Nofollow

Riguardo al Nofollow regna sovrana la confusione: le opinioni in merito al suo utilizzo,

infatti, sono le più disparate. Non starò qui ad ammorbarti con tutte le teorie espresse a destra e a manca dai guru e dai supposti tali della rete sulla **variazione di potenza di un link a seconda del tipo di rel impostato**.

Mi limiterò invece a spiegarti qual è il mio comportamento con il Nofollow, saltando a piè pari tutta la manfrina che dovrei pronunciare per arrivare al medesimo risultato: io ti consiglio di utilizzare il rel = Nofollow **quando non hai il controllo editoriale della risorsa che vai a linkare**.

In molti utilizzano il rel = nofollow per negare il potere ad un altro sito, il che a mio avviso è un approccio piuttosto scorretto. Sì, lo so, non sto parlando del **galateo della rete**, ma di Link Building & [SEO](#). Un minimo di buone maniere, però, è ovviamente molto apprezzato anche nel web. Non trovi?

Contatta Roberto

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

[Si lo voglio!](#)

Le caratteristiche del tag title nei link usati per la link building

Prima di tutto, la parola contenuta nel **tag title** non deve essere scelta a caso - cosa del resto viene lasciato al destino nel mondo della Link Building & [SEO](#)? Praticamente nulla! In questo tag, dunque, è doveroso **inserire la parola chiave che intendiamo portare avanti**.

Ma quando si può dire che un tag title è davvero performante? Beh, in primo luogo, si può essere soddisfatti del proprio tag title nel caso in cui questo è un **sinonimo del TitleTag della pagina di destinazione**.

Da questo puoi desumere che, quanto più il tag title del link è coerente con il title della pagina di destinazione, quanto più stiamo dimostrando che quel title specifico non è messo a caso, e ai **motori di ricerca** questa conferma da parte del link piace tantissimo (sì, nel caso te lo fossi dimenticato, fare Link Building & [SEO](#) significa esattamente fare contenti sia gli utenti che Google e compagnia bella, senza scordarsi mai dell'uno né dell'altro).

Un secondo modo per avere dei tag title efficaci è quello di inserire al loro interno quello che è l'**argomento chiave** che viene trattato nella pagina di destinazione. Oppure, un altro title utile può essere in linea generale **una parola semanticamente coerente** con il contenuto della pagina di destinazione.

Come puoi intuire dunque, non bisogna diventare matti per creare dei title per link sempre uguali, anzi, è vero il contrario! Quello che ci vuole è **diversificazione**, così da mostrare ai motori di ricerca che la nostra strategia di Link Building non è fatta con la creazione di link vistosamente 'innaturali' o clamorosamente spinti con sotterfugi quasi criminosi.

6 LINK BUILDING: Ma è finito finito?
6.1 Scelti per te algoritmicamente

LINK BUILDING: Non i soliti dieci comandamenti

← inizio articolo

Difficilmente avrei potuto preparare un regalo più gradito a te e alla tua attività online di quello che ti stai preparando a scartare: **oggi ti parlerò infatti di Link Building & SEO**, e quindi di autorevolezza e di come **migliorare il posizionamento organico del tuo sito**.

Link + potente →

Se sei alle prime armi ti consiglio di prepararti leggendo prima la guida seo ma in caso contrario, nello specifico, in questo post che si preannuncia bello ciccione ti illustrerò non una, non due, ma ben 10 strategie Link Building & SEO per **acquisire dei link di qualità**: no, tranquillo, non sto

Facebook profile picture

Dove deve essere posizionato un backlink per essere il più efficace possibile per la tua link building?

In alto, in basso, a destra, a sinistra? Anche in questo caso la [pianificazione strategica](#) gioca un ruolo decisivo. Nel mondo di Link Building & [SEO](#), come detto, non devi mai dare

nulla per scontato. **Niente deve essere lasciato al caso.** Dove devi posizionare un link per sfruttare al meglio le sue potenzialità? Il posizionamento di quel collegamento, che per molti potrebbe essere un dettaglio di poco conto e del tutto trascurabile, a mio avviso è invece un elemento da prendere seriamente in considerazione.

Dunque, quali sono le posizioni migliori? In primo luogo, il link deve essere **posizionato in un paragrafo di testo che fa parte della pagina.** Oltre a questo, per sfruttare al massimo un link, è meglio assicurarsi che in quella pagina **non siano presenti altri link di valore modesto** o decisamente mediocre.

Se dunque ti accorgi che una pagina contiene dei link come dei banner, oppure dei commenti del tutto innaturali, intrisi di link esterni poco puliti, magari inseriti non solo nel testo del commento ma persino nel nome dell'utente, ebbene, tutti questi sono segnali inconfondibili che ti dicono che i motori di ricerca, in quella pagina, molto probabilmente non vedono altro che **un ammasso di risorse di poco valore:** e non vorrai certo che Google pensi che anche le tue pagine facciano parte di quell'insipido minestrone, no?

Per differenziarti da quella lista di siti di dubbia qualità, dunque, non devi far altro che stare lontano da pagine che si presentano mediocri già ad una prima occhiata.

L'ultimo consiglio relativo al posizionamento che ti voglio dare è quello di inserire il link nella parte **Above the Bold** della pagina. Ti stai chiedendo cosa diavolo significa Above the Bold? Questo termine deriva dal linguaggio giornalistico della carta stampata, e sta ad indicare **la parte superiore** (sopra alla piega) di una pagina, ovvero quella parte immediatamente visibile ai lettori e, sul web, agli utenti.

Hai presente quanta differenza fa posizionare una fotografia nella parte alta della copertina - ovvero nella parte che resta rivolta verso l'alto nelle edicole - piuttosto che in quella rivolta verso il basso? Ecco, nella rete, invece, un link è da considerarsi Above the Bold nel caso in cui risulti piazzato nella parte della pagina che fin da subito viene visualizzata dall'utente, senza il bisogno di azionare la barra di scorrimento per spostarsi verso il basso.



A questo proposito, voglio suggerirti un tool molto utile, per essere sicuro di poter godere di link Above the Bold su qualsiasi dispositivo gli utenti decidano di utilizzare. Hai mai sentito parlare del sito [foldtester.com](https://www.foldtester.com)? Ti basterà inserire i tuoi link all'interno di questo sito e lui ti mostrerà come effettivamente quelle pagine verranno visualizzate sui diversi dispositivi.

Non pensavi che la Link Building e la SEO nascondessero così tanti segreti e sotterfugi, vero? E siamo solo all'inizio!

Qual'è il ruolo dei Backlinks all'interno di una strategia SEO?

Per capire bene le fondamenta di Link Building & SEO bisogna comprendere che i link forniscono non una, bensì **due informazioni fondamentali ai motori di ricerca**, identificando cioè **sia il sito puntato che il sito informatore**.

In altre parole, con un solo elemento viene individuato sia chi linka, sia chi invece viene

Link Building: 10 modi per aumentare del 300% i link in entrata

linkato. Dall'attenta valutazione di entrambi i siti (bada bene, non solo del primo o solo del secondo, ma di tutti e due) i motori di ricerca traggono delle cruciali considerazioni di tipo qualitativo.

Il fatto che i motori di ricerca valutino anche il sito informatore, per forza di cose, rende incredibilmente più complessa la pratica della Link Building.

Ne consegue infatti che **farsi linkare da un sito di qualità pessima può diventare un motivo di demerito**: in questo caso, oltre ad aver perso tempo nel cercare di costruire quel link, si può incorrere anche in una **penalizzazione** da parte di Google. Tralasciando un'attenta valutazione della qualità dei siti che puntano al nostro sito, dunque, non potremmo mai sperare di migliorare la nostra posizione e quindi il nostro posizionamento!



PER ME E PER I MIEI CLIENTI
HA GIÀ FUNZIONATO!
Come ti sentiresti se avessi già lanciato
anche tu il tuo prodotto con successo ?

**VERIFICA ISTANTANEAMENTE
la mia disponibilità!**

FAMMI VEDERE

Hai compreso che i link sono una parte integrante ed essenziale delle fondamenta della tua presenza online? Ebbene, non ti resta che impegnarti per costruirle solide, no? E proprio

per questo motivo, devi capire che sul web la classica frase *Purché se ne parli* non ha alcun valore, anzi.

Pensare che 'basta che se ne parli' nell'universo di Link Building & SEO è sinonimo di fallimento, in quanto non si parla solo degli occhi e delle orecchie degli utenti, ma anche degli **algoritmi dei motori di ricerca**, i quali ovviamente non sono dediti al chiacchiericcio. Anzi.

Vuoi che il tuo sito goda di una buona reputazione, che sia dunque performante, ovvero che svetti nelle prime posizioni tra i risultati dei motori di ricerca? Ebbene, per raggiungere questo scopo non devi mai sottovalutare il ruolo del sito informatore, che è determinante, soprattutto nella prima fase di [lancio del tuo sito web](#), per definirlo in maniera positiva (oppure, in caso sfavorevole, negativa).

Quando andiamo ad implementare una strategia di Link Building senza curarci della qualità del sito che ci linka stiamo in realtà arrecando **un vero e proprio danno al nostro sito**, e non un danno facile da riparare, tutt'altro: non avendo controllo editoriale sui siti che ci linkano, andare ad eliminare tutti questi collegamenti negativi non sarà per nulla semplice. In certi casi, l'impresa potrebbe rasentare l'impossibile.

LINK BUILDING: Ecco i link che è meglio perdere che trovare: cinque esempi

Come ti ho accennato in precedenza, esistono dei sistemi di generazione di link che è senz'altro meglio perdere che trovare. A questo proposito, visto che oggi vanno di moda più che mai, ho deciso anch'io di fare la mia top five, anzi, la mia **flop five**: questi sono i **sistemi di generazione che dovrai evitare come la peste**.

#5 - Directory scadenti

In primis, ricordati sempre di stare alla larga dalla **directory scadenti**. Non sai cosa sono le directory? Sono quei siti che ti invitano con fare suadente a registrarti per migliorare il posizionamento del tuo portale, con frasi come «iscriviti qui, registrati qui, segnalati qui, non perdere l'occasione di»... Praticamente quello che ti propongono è quello di inserire il link del tuo sito in mezzo ad altre **migliaia di link a siti di bassa qualità**. Certo, ci sono anche delle directory che lavorano bene (te le mostrerò dopo, abbi fede), ma il 90% di questi strumenti, invece di essere delle rampe per Link Building & SEO, sono delle vere e proprie tombe per l'autorevolezza del tuo sito.

#4 - Le pagine spamnose

Occhio alle pagine spamnose. Prima di darti alla Link Building & SEO, devi allenare il tuo occhio per imparare a riconoscere all'istante le **pagine piene di spam**. Montagne di commenti che appaiono tutto fuorché spontanei, contributi alla pagina che nulla hanno a che fare con l'argomento principale, link posizionati persino nei nomi degli utenti... tutti questi sono segnali che indicano una pagina spammosa, infarcita cioè di link a pagine che non sono per nulla coerenti tra loro, come negozi di scarpe online, rifornitori di viagra e consulenti finanziari capaci di trasformare un clochard nel prossimo Donald Trump nel giro di tre settimane. Gira alla larga, se non vuoi che **Google** confonda anche il tuo link per dannosissimo spam.

#3 - 5.000 link per 5 dollari

Ecco qui, siamo arrivati sul podio dei peggiori spacciatori di link: al terzo posto inserisco senza ombra di dubbio tutti **quelli che propongono l'acquisto di link al chilo**, tipo 5.000 link per 5 dollari. Non ti sei mai imbattuto in questo tipo di offerte? A me è capitato abbastanza spesso! eccoti un esempio: [fiverr.com](https://www.fiverr.com). Ma non lasciarti affascinare, poiché non è la quantità di link che vai a posizionare che determina o meno la riuscita della tua strategia. Acquistare pacchetti di link non ti potrà servire a nulla, in quanto in quel modo non farai altro che mettere in giro della **spazzatura**, la quale non farà altro che danneggiare il tuo sito e quindi il tuo business. Il mondo di Link Building & Seo, per fortuna per tutti gli utenti della rete, non funziona assolutamente così! Prima lo imparerai, prima smetterai di perdere tempo e soldi in questi metodi truffaldini!

#2 - Schemi di Link

Hai presente le catene di Sant'Antonio? Ecco, il funzionamento degli **schemi di link** deriva un po' da un ragionamento simile. Te lo dico subito: ho visto moltissima gente illudersi del successo e cadere in questo tranello. Ma in cosa consistono? Praticamente, in cambio di una registrazione ad un sito x, tale sito offre al nuovo utente dei link da parte di tutti gli iscritti. Questi portali, dunque, fanno parte di quelle **pseudo-strategie di Link Building che si utilizzavano negli anni Novanta**, quando le barriere di difesa dei motori di ricerca erano incredibilmente più basse di quanto lo sono attualmente. Oggi, invece, un meccanismo di questo tipo non può assolutamente funzionare, anzi, non può che creare dei danni irreparabili portando alla penalizzazione del tuo sito web.

#1 - Software di generazione di link

Ma i danni peggiori sono quelli che derivano dai software di generazione di link. Vuoi alcuni esempi? I più famosi si chiamano *Scrapebox*, *SenukeX*, *wp auto robot*... Stanne alla larga, loro possono davvero mettere una croce sopra ogni possibilità di riuscita del tuo sito web. Se usati per scopi sbagliati sono dei **software dannosissimi**, che ti permettono di creare migliaia di link e di commenti che puntano al tuo sito, con conseguenti [penalizzazioni](#) da parte dei motori di ricerca. Il tuo obiettivo, invece, è quello di costruire una buona reputazione per il tuo sito e quindi migliorare il tuo posizionamento nei motori di ricerca, non certo quello di farti marchiare come **spammer**! Quella che cerchi è la qualità, non la quantità dei link!

Pensaci un secondo dai... Chi vorresti fregare?

Google è un'azienda multimilionaria: questo è il testo del cartellone che dovresti attaccare sulla parete di fronte alla tua scrivania. Ogni volta che nella tua mente affiorano dubbi circa l'opportunità di usare uno dei tremendi trucchi che ti ho appena elencato, ripensa al fatto che Google è un colosso tecnologico e finanziario senza paragoni: come puoi pensare di fregarlo con questi mezzucci da quattro soldi?

Ecco, partendo sempre e comunque da questo presupposto, dovresti essere abbastanza in allerta per **non incorrere in pericolose penalizzazioni** durante il tuo cammino in quel complesso mondo costituito da Link Building & SEO, senza andare quindi a pestare i piedi a quella che è, in definitiva, la vera divinità - onnipotente e vendicativa - della rete.

Ricordatelo: questi trucchetti possono dare **l'illusione della quantità**, ma alla fine, sul lungo periodo, possono generare solo e unicamente dei problemi.

Il ruolo dell'esperto SEO nella Linkbuilding

Il ruolo di chi si occupa di Link Building & SEO, quindi, non è assolutamente quello di andare a dopare i risultati per un chilogrammo di keywords.

Sorpresa! L'**esperto SEO** non è un mago slegato dal mondo esterno che prende un qualsiasi mucchietto di parole chiave e con un soffio le porta in alto sui risultati dei motori di ricerca! No, gli esperti di **Link Building & SEO** sono invece dei professionisti che sanno **individuare il potenziale di un progetto** e che sfruttano i migliori strumenti del web per trasmettere ed emanare al meglio tale potenziale verso l'esterno: è questo, infatti, l'obiettivo

della Search Engine Optimization fatta bene.

Arrivato qui, dunque, dovresti aver capito che con la Link Building dobbiamo puntare a creare **trust e autorevolezza**. Afferrato per bene questo concetto, possiamo arrivare al sodo, ovvero a quanto ti ho promesso all'inizio di questo articolo: ecco che arrivano le mie dieci migliori strategie Link Building!

Dieci strategie da conoscere per la tua Link Building

#1 - Le risposte che contano davvero

Partiamo da uno strumento banale che tutti quanti hanno sotto il naso ma che in pochissimi hanno davvero pensato di sfruttare in modo razionale.



Puoi racimolare una buona dose di link qualitativamente interessanti andando a **portare delle risposte complete ed esaustive laddove gli utenti della rete si riuniscono per porre le proprie domande**.

Penso dunque a dei portali dedicati propriamente a queste dinamiche di domanda e risposta (**Yahoo Answer**, ma anche **Quora**, per chi se la cava bene con l'inglese, e via dicendo), oppure ai siti di discussione, o agli intramontabili forum. In quei luoghi virtuali la gente pone molte domande per risolvere in modo efficace e veloce i propri problemi, o semplicemente per dipanare i propri dubbi, e se tu sei un esperto di un settore (il tuo) puoi andare ad intercettare quelle che sono le loro domande.

Nel caso in cui tu sia in grado di rispondere in modo autorevole ai dubbi degli utenti, non ti resta che investire qualche minuto del tuo tempo nel redarre **una risposta che faccia da megafono al tuo business**, inserendo ovviamente anche un link verso un tuo contenuto capace di informare ulteriormente gli utenti su quello specifico argomento.

In questo modo stai generando un link, ma stai anche costruendo la tua autorevolezza, parlando direttamente ad un interlocutore interessato. Personalmente, questa tecnica mi ha permesso di crescere molto in termini qualitativi, e sono certo che qualsiasi altro esperto di Link Building & Seo può confermare l'estrema utilità del saper intercettare le domande degli utenti proprio lì dove queste vengono poste.

#2 - Le infografiche

Le **infografiche** sono un ottimo modo per guadagnare dei link. Pensate che queste creazioni grafiche sono talmente interessanti per gli utenti e attraggono una tale quantità di link da spingere Google ad effettuare un'apposita modifica per frenare quelle orde di spammer che stavano cercando di mettere lo zampino proprio sulle infografiche.

Link Building: 10 modi per aumentare del 300% i link in entrata

LINK BUILDING: INFOGRAFICHE



- 1 [PICKTOCHART.COM](https://picktochart.com)
- 2 [INFOGR.AM](https://infoogr.am)
- 3 [EASEL.LY](https://easel.ly)

Le infografiche vengono percepite come "risorse importanti" per l'investimento di tempo necessario a crearle e per la chiarezza nel mostrare le informazioni. Crearne alcune, renderle embeddabili e inserire i crediti ti garantirà un buon livello di appetibilità.

Come puoi capire, dunque, per gli utenti le infografiche rappresentano una enorme risorsa. Allo stesso tempo richiedono **un concreto impegno** ed un notevole impiego di tempo per la loro realizzazione, e questo raddoppia la sensazione - nella maggior parte dei casi del tutto giustificata - di ritrovarsi davanti a delle risorse importanti.

All'interno di esse è possibile **inserire dei crediti**, ed è inoltre possibile renderle facilmente incorporabili all'interno dei siti dei tuoi utenti: anche qui, con queste semplici ma efficaci mosse, cresce l'autorevolezza ed aumentano i link. Questi ultimi, attraverso le tue infografiche, saranno sicuramente di qualità, in quanto saranno molto probabilmente semanticamente coerenti con l'infografica e quindi con gli argomenti trattati dal tuo sito.

#3 - Le iscrizioni alle directory (quelle buone)

Come certo ti ricorderai, all'interno della top five dei m

Link Building: 10 modi per aumentare del 300% i link in entrata

LINK BUILDING: ISCRIVITI SULLE DIRECTORY A+++



- 1 DMOZ.org
- 2 BOTW.org
- 3 GIORGIOTAVE.it/directory

Iscriverti in Directory di tipo A++ (poche ma buone) ti aiuterà ad ottenere visibilità e fornirà al motore di ricerca indicazioni sul tuo campo di lavoro.

etodi peggiori per creare dei link al tuo sito web, ho parlato delle directory, affermando testualmente che il 90% di esse è del tutto controproducente. Ma cosa ne facciamo del restante 10%? Le vogliono buttare via tutte? Assolutamente no, anche perché alcune di esse, bisogna ammetterlo, funzionano davvero bene. In particolare, mi sento di consigliarti queste **tre directory**:

- DMOZ.org (Aggiornamento: haimè il progetto è stato chiuso al 17 Marzo 2017)
- BOTW.org
- GIORGIOTAVE.it/directory

Queste tre directory per Link Building non sono assolutamente come quelle di cui ti ho parlato prima. Al contrario: **sono gestite bene**, archiviano tutti i record in maniera congrua, e - fattore determinante - vengono riconosciute come autorevoli dai motori di ricerca.

Questi tre strumenti ti aiuteranno quindi ad ottenere **visibilità**, e allo stesso tempo forniranno ai motori di ricerca delle informazioni utili riguardanti il tuo campo di lavoro. Esse ti danno infatti le possibilità di inserire il tuo sito web **in una categoria ben determinata** che contiene altri siti simili al tuo: come vedi, dunque, torna anche qui la questione della **coerenza semantica**.

#4 - Condividi il tuo valore

Youtube.com, Flickr.com, e SlideShare.net: questi tre siti sono delle ottime opportunità per il tuo sito online. Per capire se puoi o meno sfruttarle a tuo vantaggio, devi però porti

delle domande prelim

LINK BUILDING: CONDIVIDI IL TUO VALORE



- 1 YOUTUBE.com**
- 2 Flickr.com**
- 3 SLIDESHARE.com**

Quando crei un contenuto non tenerlo per te!
Utilizza le giuste piattaforme per condividerlo con più gente possibile. Un approccio di questo tipo ti permetterà di inserire un link di approfondimento gradito e duraturo.

inari: **hai realizzato dei video, delle immagini, delle slide?**

In caso di risposte positive, potrai utilizzare queste piattaforme per condividere le tue creazioni, esponendoti al pubblico con un utilissimo link verso il tuo sito.

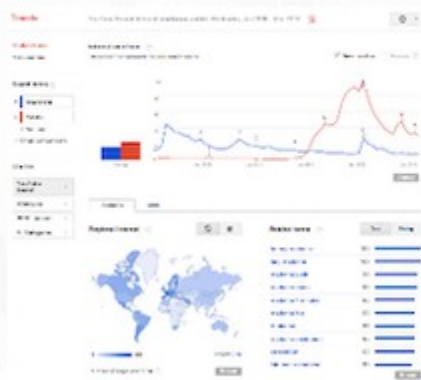
Su YouTube il link al tuo sito può essere ovviamente inserito nella descrizione, insieme a tutte le altre informazioni del caso; lo stesso vale con le immagini su Flickr e con le presentazioni su SlideShare. Nel caso di quest'ultimo sito, in particolare, ho notato una **velocità incredibile nell'[indicizzazione dei risultati](#)**.

Più un sito è autorevole, infatti, più frequentemente gli spider vanno a controllare dentro le sue pagine, rendendo così velocissima l'[indicizzazione](#). Anche qui, dunque, gli obiettivi congiunti di Link Building & SEO sono sempre la costruzione di link di qualità e la creazione di autorevolezza presso gli utenti.

#5 - Crea un report per il tuo settore

Un'altra strategia interessante nell'orizzonte della Link Building & SEO è quella relativa alla **creazione di report informativi** per il proprio settore di competenza.

LINK BUILDING: CREA UN REPORT PER IL TUO SETTORE



- 1 DIFFERENZE CON L'ANNO PRECEDENTE
- 2 PREVISIONI FUTURE
- 3 TENDENZE DEI CONSUMATORI

Creando un report **dettagliato, chiaro e gradevole** esteticamente spingerai altri professionisti come te ad incorporarlo tramite embed, a condividerlo e a commentarlo. Aumenterai la tua autorevolezza ed i link in entrata in un colpo solo.

Molto probabilmente la tua azienda è posizionata in un settore ben preciso, intorno al quale tu hai raccolto una grande mole di esperienza e di informazioni: perché non dovresti sfruttare questo bagaglio di conoscenze generando uno o più report innovativi che possano essere utilizzati con profitto da chi opera nel tuo stesso settore?

Può essere un report in cui vengono descritte le tendenze generali del momento, le differenze rispetto all'anno precedente, i dettagli più tecnici di una certa area di business, oppure le previsioni riguardanti il futuro di quel preciso mercato.

Il discorso, anche qui, è sempre il medesimo: stiamo creando dei **contenuti di qualità** per aumentare la nostra autorevolezza, e allo stesso tempo guadagniamo una buona mole di link come corrispettivo di un contenuto interessante.

#6 - Sviluppa dei software

Ho avuto il piacere di testare direttamente questa tecnica di Link Building. Hai presente getbootstrap.com?



Praticamente è una raccolta online di strumenti open per la creazione di siti web e di applicazioni.

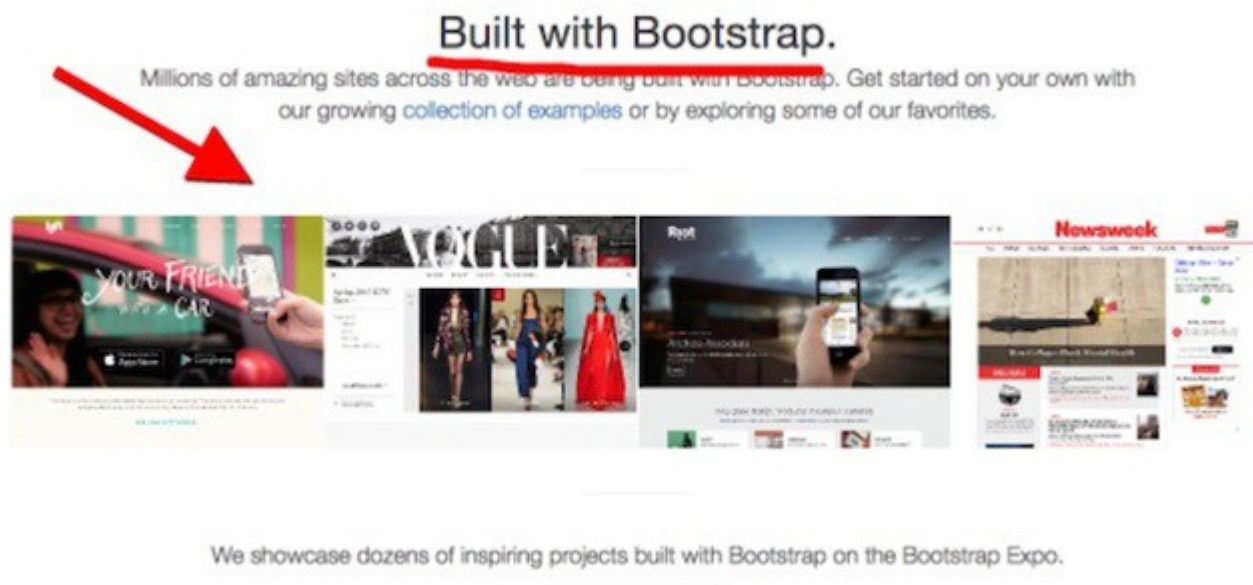
Ci puoi trovare dunque un vero e proprio mare di roba utile: **modelli di progettazione HTML e CSS**, componenti per l'interfaccia, moduli, estensioni di JavaScript... Ecco, dal mio punto di vista quella di Bootstrap rappresenta **una strategia di Link Building attuata nel migliore dei modi**.

Questo portale ti fornisce infatti dei piccoli software e codici che ti risolvono dei problemi concreti e che quindi vengono utilizzati con grande soddisfazione, facendo sì che chi accede a Bootstrap una prima volta non può più farne a meno.

Tutti quanti in fondo cerchiamo degli strumenti per semplificare la nostra vita, no?

E così, distribuendo dei contenuti davvero utili, i link di Bootstrap sono finiti ovunque nel web, a migliaia. Sull'esempio virtuoso di Bootstrap, dunque, potresti prendere la via del software per assicurarti un costante vento in poppa nella tua strategia di Link Building.

Link Building: 10 modi per aumentare del 300% i link in entrata



Sei uno sviluppatore? Potresti pensare ad un **plugin per WordPress o anche per Joomla**, due dei CMS più utilizzati al mondo (a dicembre del 2016, il 60% dei siti con CMS presenti sul web è stato realizzato con WordPress, il 7% con Joomla, il 5% con Drupal).

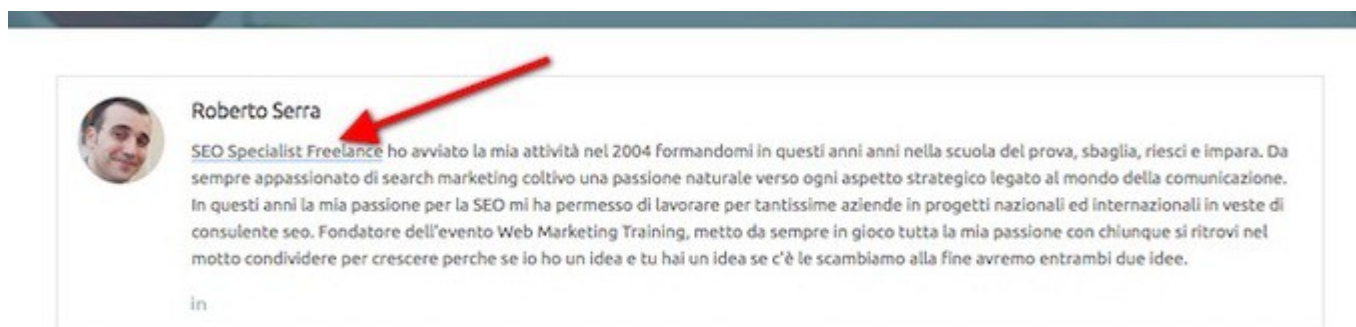
Se riuscirai a creare un piccolo software in grado di risolvere un problema (anche minimo), ti assicuro che quelle righe di codice diventeranno la tua migliore e più remunerativa fonte di link. Oppure, per esempio, puoi pensare a sviluppare un template CSS!

Come puoi capire, dunque, **lo sviluppo di un software** può essere a tutti gli effetti un ottimo modo per incrementare l'autorevolezza del tuo sito e dunque anche i link in entrata.

#7 - Partnership with love

Creare delle **partnership**, instaurare delle relazioni, è in assoluto il migliore mezzo che tu possa trovare per ottenere un buon numero dei link.

Link Building: 10 modi per aumentare del 300% i link in entrata



Pensavi forse che chi si occupa di Link Building & SEO si trovasse a lavorare in una torre di avorio completamente isolata dal resto del mondo? Errore!

Collaborando attivamente con delle persone ad un progetto si può infatti entrare in contatto con **un florido network di professionisti**, attraverso il quale è possibile rafforzare concretamente la propria autorevolezza, ottenendo così in tutta risposta dei link di approfondimento verso il proprio profilo.



Quando alle tue orecchie arriverà il sussurro di un progetto che ti stuzzica, per il quale sentirai di poter dare il tuo contributo e in virtù del quale ti sentirai disposto a dedicare una fetta del tuo tempo, beh, non esitare: quella partnership, se gestita bene, molto

probabilmente ti restituirà un notevole ritorno di immagine, con un **corrispettivo aumento dei backlink al tuo sito web**.

#8 - Comunicati Stampa

Stai organizzando un evento promozionale, stai preparando la tua partecipazione ad una fiera del settore, o magari **stai lanciando un nuovo prodotto o servizio?**



Non lasciarti scappare l'occasione di sfruttare la potenza dei **comunicati stampa**, i quali ovviamente devono essere corredati da un link verso il tuo sito e veicolati sui canali che possono diffonderli nel modo migliore: dalle testate di settore ai blog tematici, fino agli indirizzi di posta elettronica dei tuoi clienti, il comunicato stampa è uno strumento efficace quanto incredibilmente versatile.

#9 -EGO BAIT

Cosa vuol dire **EGO BAIT**? Letteralmente, si tratta di un'esca per l'ego.

Fare Ego bait in una strategia Link Building, dunque, significa **creare dei contenuti appositamente per andare a stuzzicare l'amor proprio di determinate persone**. In altre parole, mediante questa tecnica andiamo a creare dei link dando valore alle persone su argomenti specifici, su temi in cui questi utenti credono.

LINK BUILDING: EGO BAIT



- 1 INTERVISTA
- 2 RECENSISCI
- 3 INTERESSATI

Le persone adorano mostrare agli altri una prova esterna e tangibile del loro essere considerati importanti ed esperti.

Se per esempio io ti chiedessi di concedermi **un'intervista**, così da darti l'opportunità di raccontarmi cosa fai, come lo fai, quali miglioramenti significativi hai apportato nel tempo alla tua attività... sono sicuro che tu apprezzeresti questo mio vivo interesse nei confronti della tua persona e del tuo business, no?

Ecco, sono altrettanto sicuro che, se io ti volessi intervistare, molto probabilmente il giorno dopo andresti a linkare l'intervista pubblicata sul mio sito. Non è forse vero? È ovvio, anzi, è decisamente umano cercare qualcosa che mostri all'esterno quello che ci definisce come persone importanti, esperte e capaci.

Tralasciando l'aspetto manipolatorio che viene suggerito dal nome, questa tecnica in realtà offre dei **vantaggi ad entrambe le parti**: l'imprenditore, il blogger, o l'influencer chiamati in causa potranno infatti a loro volta godere di un ritorno di immagine. Perché non dovresti dunque sfruttare questo meccanismo per guadagnare dei link?

Sì, metti per un po' da parte le altre tecniche cervellottiche di Link Building & SEO, e affidati per qualche attimo alle esigenze del nostro Ego. Fai delle interviste, pubblica delle **recensioni**, e mostrati profondamente interessato all'argomento che andrai ad affrontare! Vedrai che dei link preziosi verso il tuo sito spunteranno come i funghi!



PER ME E PER I MIEI CLIENTI
HA GIÀ FUNZIONATO!
Come ti sentiresti se avessi già lanciato
anche tu il tuo prodotto con successo ?

**VERIFICA ISTANTANEAMENTE
la mia disponibilità!**

 **FAMMI VEDERE**

#10 - Premi di qualità

Eccoci arrivati all'ultima delle dieci strategie Link Building che ti ho promesso: anche qui andiamo a cercare sia l'autorevolezza che i **link in ingresso**.

LINK BUILDING: PREMI DI QUALITÀ



- 1 **AWWARDS.COM**
- 2 **PHPCLASSES.COM**
- 3 **THEFWA.COM**

Se hai fatto bene perchè non provarci?

Vincere un premio di qualità farà bene alla tua autorevolezza e produrrà link in ingresso verso il tuo sito. Sul web sono tantissimi i siti di questo tipo, come capita spesso l'occasione sta dietro l'angolo!

Sei convinto di aver prodotto qualcosa davvero valido e meritevole? Perché non dovresti provare a vincere **un premio di qualità** su siti che trattano degli argomenti specifici e quindi attinenti al tuo settore?

Così facendo, il tuo sito potrebbe ricevere dei link da portali che, oltre ad essere altamente autorevoli, sono anche semanticamente coerenti con le tue pagine, capaci di impressionare molto positivamente non solo gli utenti, ma anche i motori di ricerca. Le possibilità, in questo senso, sono ovviamente infinite. Chiunque abbia un sito web originale e magistralmente concepito, per esempio, può intentare la corsa verso i principali premi di qualità internazionali, ovvero:

- Awards.com: qui viene premiato il sito del mese
- Phpclasses.com: premia le classi Php più utili
- Thefwa.com: altro portale dedicato al miglior sito del mondo

Vuoi provare a metterti in gioco? Questi tre siti sono perfetti per testare senza mezzi termini le potenzialità del tuo sito Internet!

Conclusione

Insomma, eccoci giunti alla fine di questo lungo post dedicato al mondo della Link

Building & SEO. Con queste dieci strategie avrai modo di **guadagnare link incrementando la tua autorevolezza**, mettendo in pratica le vere, oneste ed efficaci tecniche di Link Building, così da creare una rete di link in siti autorevoli che parlano bene della tua attività.

I link scaturiti da collaborazioni, da software adottati dagli utenti, da report diffusi nella rete, da interviste e da premi, inoltre, sono **destinati a durare nel tempo**: non verranno eliminati dopo due o tre settimane, e faranno dannatamente bene al tuo posizionamento organico.

Ma quindi... sto forse dicendo dicendo che la maggior parte dei link utili al mio sito non sono quelli che vado a costruire io in prima persona, bensì quelli che arrivano spontaneamente dall'esterno? Proprio così, hai capito bene: certo, 'Link Building' contiene la parola 'building', **ma chi ha detto che devi essere proprio tu a costruire i link per il tuo sito?** Sicuramente Google non la pensa così, anzi, pensa esattamente l'opposto!

E come abbiamo visto alcuni paragrafi più in alto, è proprio mister G a dettare le regole del gioco!

Se sei stato attento fin dall'inizio, avrai capito che c'è un elemento in comune tra tutte le strategie di Link Building che ti ho mostrato, un filo rosso che corre dal primo all'ultimo: **il valore!**

Tutte quante queste strategie, infatti, vanno alla ricerca del valore. Il segreto è questo: non dobbiamo puntare alla quantità con trucchetti da quattro soldi, bensì alla qualità. **Dobbiamo smettere di costruire i link, e dobbiamo invece cominciare ad attrarli davvero**, producendo dei contenuti di valore per noi, per gli utenti e per i motori di ricerca.

LINK BUILDING: Ma è finito finito?

Ma è davvero tutto qui? **Abbiamo esaurito il mondo di Link Building & SEO in un solo articolo, per quanto bello ciccione?**

Macché: oggi hai imparato le migliori strategie per attirare i link esterni, ma c'è ben altro di cui parlare. Ci sono per esempio i **link interni ad un sito**, quelli cioè che tu devi utilizzare per dire a Google di posizionare una pagina piuttosto che un'altra.

Quante volte ti è successo che ti si posizionasse una pagina diversa da quella che avresti voluto spingere in alto nelle Serp?

Ecco, i link interni giocano un ruolo fondamentale proprio in questo senso. Ma oltre ai link esterni ed interni ci sono anche i **link dentro le immagini**, e persino i **maledetti link della SEO negativa**... e per aiutarti nella gestione di questo amalgama di collegamenti ci sono dei tool indispensabili come SEMrush o Seozoom che ti permettono di analizzare tutti i link in ingresso sul tuo sito e su quello dei tuoi concorrenti.

Insomma, come vedi, **quando si parla di Link Building & SEO non si smette davvero mai di imparare**: intanto, però, metti nel cassetto i preziosi consigli che ti ho dato oggi ok?

Fai marketing ascoltando, non strillando.
Un abbraccio.

Che mi racconti di bello?