

## Indice

- [Vorresti rendere i tuoi link più potenti? Ora ti dico tutto...](#)
  - [NO. Non vale solo per la Link Building.](#)
  - [Ciò che non senti spesso in giro: I link non sono tutti uguali.](#)
  - [Cosa fa un link potente?](#)
  - [5 ingredienti sferrare il Link perfetto.](#)

## Vorresti rendere i tuoi link più potenti? Ora ti dico tutto...

Link, ne hai sentito parlare un sacco di volte (i [consulenti SEO](#) ne parlano spesso) e hai sicuramente capito che sono molto importanti. Nel caso avessi ancora dei dubbi devi sapere che nell'ottobre del 2016 niente po po di meno che Andrey Lipattsev, Senior Strategist di ricerca di qualità di Google, ha dichiarato che i link stanno seduti di diritto nella **top3 dei fattori di ranking** presi in considerazione da Google.



La posizione su quest'aspetto è dunque chiara: I link sono un fattore di posizionamento.

Tralasciando le [tecniche di acquisizione di link](#) e l'aspetto più tecnico (già trattato in precedenza nella [guida seo](#)) in questo articolo ti voglio parlare di un tema a mio avviso **cruciale** tenuto in sordina dalla maggior parte degli articoli che trattano di [Link Building](#) Online.

Proprio così. A differenza degli altri milioni di articoli sulla [Link Building](#) che trovi online in questo articolo ti mostrerò come rendere i tuoi link abbastanza

potenti da mettere KO Mike Tyson nel pieno rispetto delle norme di qualità di Google così da guadagnare la consapevolezza necessaria per sferrare il giusto link proprio la dove serve.

### **NO. Non vale solo per la Link Building.**

Premessa importante: La parola LINK è **spesso associata alla [Link Building](#)**. Nei paragrafi qui sotto troverai solo ed esclusivamente informazioni pertinenti alla creazione di un link potente con l'obiettivo di mettere i guantoni sia ai link interni che a quelli esterni. Non solo [Link Building](#) dunque.

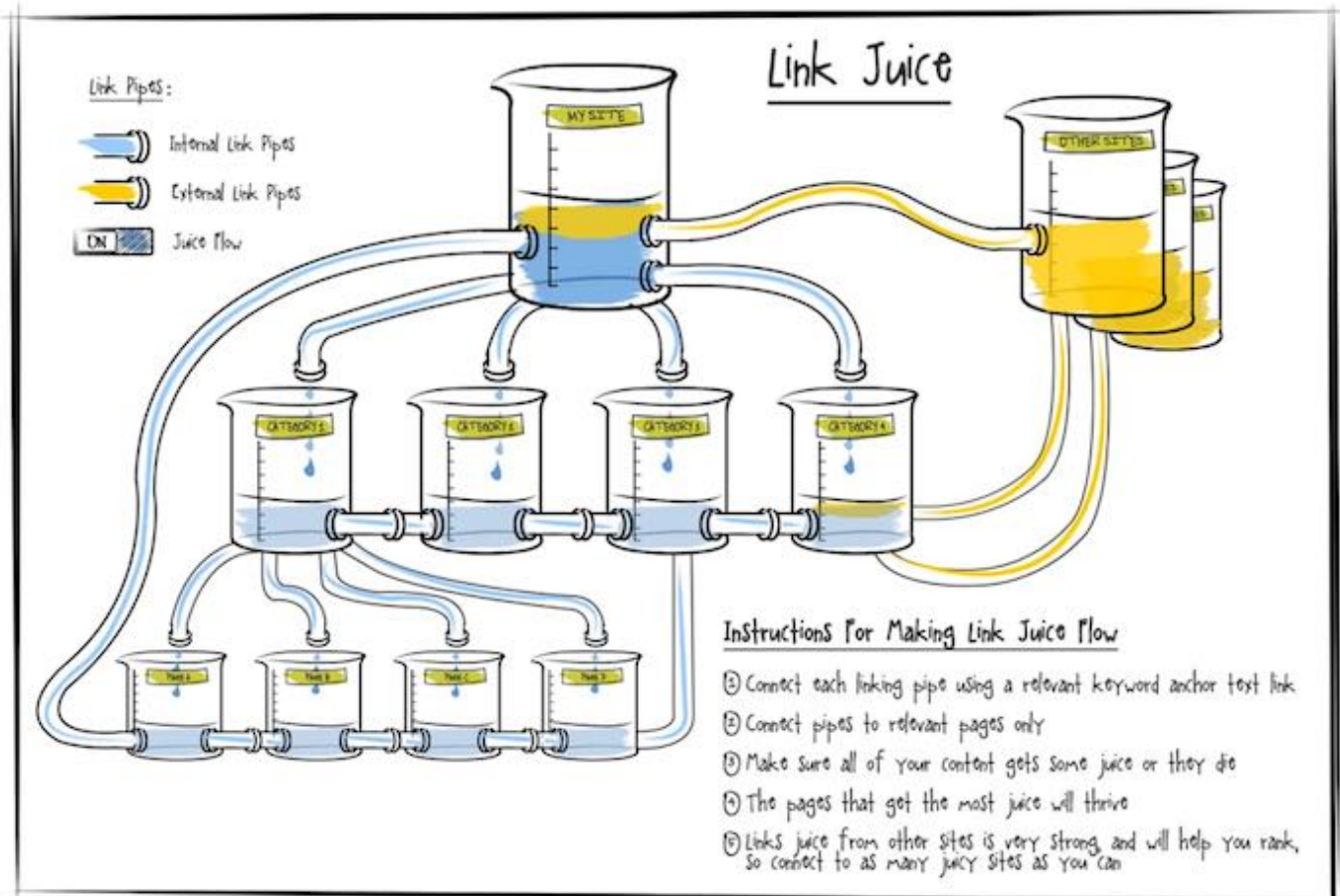
### **Ciò che non senti spesso in giro: I link non sono tutti uguali.**

Se erroneamente fai parte di quelli che pensano che sulle tue pagine i link siano tutti uguali ti darò più di un motivo per ricrederti perché, che ci piaccia o no, le cose non stanno così.

Struttura, contesto, attributi html, pertinenza semantica etc... sono solo alcuni dei fattori che influenzano la potenza dei link e saper organizzare l'habitat ideale per il link perfetto è indispensabile se vuoi ottenere il massimo da ogni link sul tuo sito.

---

Per chiarezza. Quando parlo di Link "Potenti" mi riferisco alla capacità di un collegamento ipertestuale di trasmettere poderosamente la così detta "link Juice" da una pagina ad un'altra.



Come vedi in quest'immagine il cosiddetto "succo" viene distribuito da una pagina ad un'altra dall'alto verso il basso. Maggiore sarà la quantità di succo che passa maggiore sarà il "peso" per le singole pagine che lo ricevono.

## Cosa fa un link potente?

in sintesi possiamo dire che un link potente è un link capace di offrire una maggior quantità di Link Juice alle pagine con le quali si collega. Maggiore sarà la potenza maggiore sarà la capacità di influenzare il giudizio di [Google](#) sul **posizionamento delle pagine del tuo sito** così da aiutarti a guadagnare una maggiore possibilità di [apparire su Google](#) portandoti a casa quel tanto bramato traffico al quale non puoi e non devi assolutamente rinunciare.

## 5 ingredienti sferrare il Link perfetto.

## La posizione dei link nella pagina.

Che tu faccia utilizzo di un CMS come WordPress o che tu sia uno smanettone intrepido ancora alle prese con l'Html (quanti ricordi...) il quadro non cambia. Le tue pagine strutturalmente non possono che essere inevitabilmente piene di Link. Prendiamo questo blog come esempio. Il menù, il testo, la barra destra e il footer sono le 4 aree principalmente interessate in termini di Link.

Queste quattro aree sono tutte potenti uguale? Assolutamente NO.  
Sei ancora la? Molto bene perché ora ti dico tutto.

## I Link Sitewide più pericolosi di tutti.

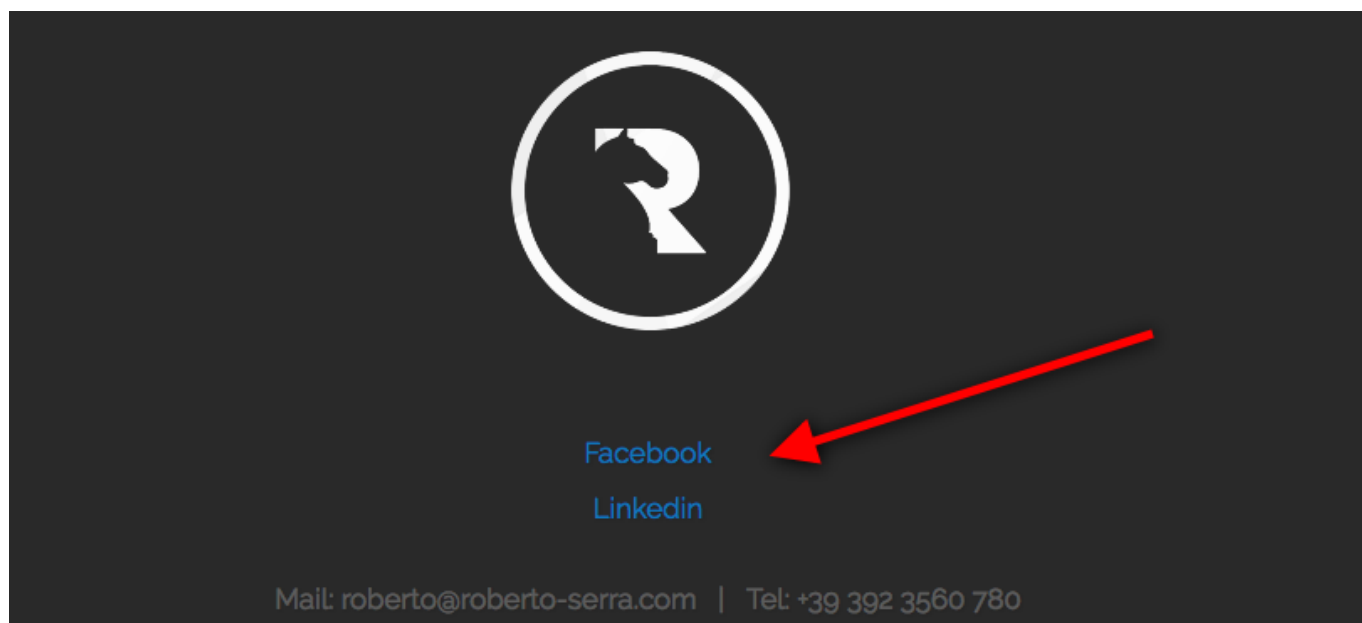
I cosiddetti link "sitewide" sono quelli che si ripetono strutturalmente nel sito. Alcuni sono interessanti, altri invece molto pericolosi. Tra quelli pericolosi ci sono gli stra-abusati link presenti nel footer che, nonostante siano stati messi al bando già nel 2012 da Matt Cutts di Google (pace all'anima sua) e dall'intera comunità internettiana webbettera smanettona persistono ancora oggi in tanti, tantissimi siti web.

Nello specifico i link sitewide sono stati dichiarati particolarmente pericolosi in alcune situazioni come ad esempio:

1. Quando non esiste alcuna rilevanza con il contenuto o il tema del sito.
2. Quando la parola linkata è di tipo "exact match" dunque uguale alla parola che si intende posizionare.
3. Quando questi puntano a siti individuati come parte in schemi di link.

I collegamenti a piè di pagina **verso siti esterni** devono essere utilizzati con molta parsimonia e solo quando si è certi di quanto si sta andando a fare. In caso contrario sappi che rischi concretamente di buttare giù dalle SERP le tue adorate pagine. E tu non vuoi far sprofondare nell'abisso il tuo sito vero?

Nel mio caso utilizzo i link sul Footer per mostrare il collegamento ai miei profili social. In questo modo creo una relazione semanticamente corretta. Al contrario, inserendo link verso siti esterni non a tema come quello della web agency X, oltre a non trasferire potenza metterei in discussione la credibilità di quel collegamento.



---

Fai attenzione a TUTTI i link che si ripetono nelle pagine. Alcuni probabilmente ti conviene metterli nofollow, altri invece possono aiutarti. Quando un link si ripete la parola d'ordine è sempre la stessa: massima attenzione.

### **I Link nel menù hanno una marcia in più.**

Questa tipologia di Link nasce con l'intento specifico di fornire un accesso diretto alle principali pagine che compongono il sito web. Quest'aspetto già di per se dovrebbe esserti d'aiuto per comprendere come il peso di queste pagine venga dichiarato maggiore in partenza.

## Link Building: 5 tecniche per rendere più potenti i tuoi link



Inserire un link nel menù significa dichiararne un peso specifico differente da qualunque altro link sul tuo sito. Strutturalmente devi pensare a quelle pagine come ai tuoi principali obiettivi di posizionamento o in alternativa come la porta d'accesso alle categorie principali del tuo sito web.

Ipotizza per un secondo di avere un sito vetrina con un blog di supporto. Una soluzione corretta sarebbe quella di inserire tra le voci di menù il tuo principale obiettivo di posizionamento.



A quel punto potresti utilizzare gli articoli del blog per creare dei link verso quella pagina così da trasferirgli sempre più potenza un articolo dopo l'altro.

Ma quali sono i segni particolare della [muffa](#)? Insomma, è possibile costruire l'identikit di questo ospite indesiderato?

Per capire qual è il tipo di minaccia che dobbiamo affrontare e decidere quale rimedio adottare, è necessario osservarne la posizione, la forma e il colore. Va poi sottolineato che capirne la tipologia e l'origine non è utile [solo](#) per eliminarla quanto prima, con i migliori [rimedi contro l'umidità di risalita capillare](#), contro la muffa e contro le **infiltrazioni**.

Con questa semplice ottimizzazione di base puoi garantirti la crescita costante sui motori di ricerca della tua pagina assicurandoti tra l'altro una [migliore indicizzazione del sito](#) dato il rapporto in-out continuo con la home page.



Come vedi nel grafico qui sopra, nel caso di questo sito vetrina, l'applicazione di questa strategia ha portato il sito da zero a circa 800 visite al mese in soli 3 mesi!

NOTA BENE: Viene da se che per poter funzionare al meglio l'ottimizzazione dei link sitewide richiede una struttura perfettamente [ottimizzata on page](#) in ottica [SEO](#).

### **Contesto semantico.**

Troppo spesso ignorato il contesto semantico determina quella condizione nella quale un link si ritrova letteralmente circondato da parole fortemente correlate con la pagina che riceve il link. In questo caso la prossimità di parole semanticamente correlate o di sinonimi di contesto consegna pertinenza e dunque potenza al link.

Ti faccio un esempio. Prendiamo il **Knowledge Graph** e supponiamo che io volessi promuovere agli occhi di Google l'approfondimento sul **Markup** scritto qualche settimana fa a proposito di [dati strutturati](#). In questo caso parole come **schema.org** o **rich snippet** aiuterebbero di certo a contestualizzare meglio il link.



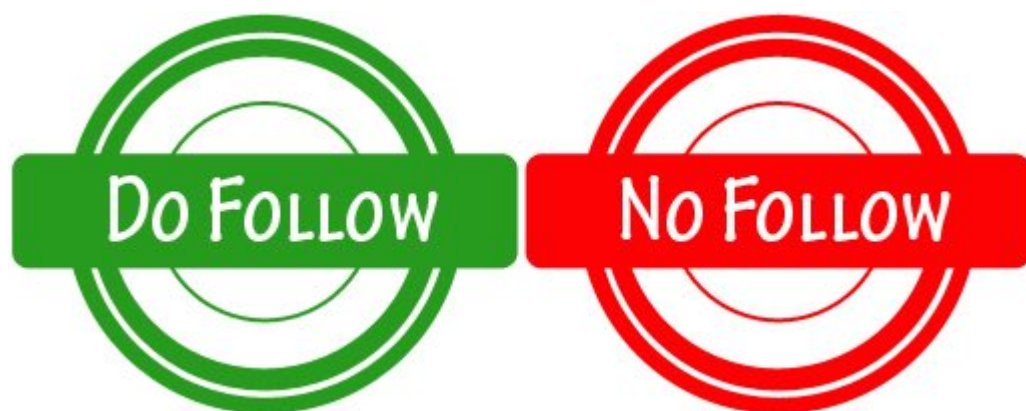


Come vedi nel paragrafo qui sopra ho utilizzato non a caso (vedi i grassetti) parole correlate al tema prima e dopo il link che in questo caso si trova sulla chiave secca “[dati strutturati](#)”. Preso il concetto?

È davvero possibile posizionare i propri articoli scrivendo in ottica [SEO](#)? Leggi l’approfondimento: [SEO Copywriting + 24 Dritte reali per migliorare il tuo posizionamento sui motori di ricerca.](#)

### **Dofollow e Nofollow**

Potevano forse mancare? NO. Decisamente NO.



Era l'alba di un martedì e correva l'anno 2005. L'annuncio fu impresso nella storia con il numero di patente internazionale 20040205. Fu la prima volta che Google consegnò a noi poveri mortali la possibilità di dichiarare a piene lettere "io di quello che fa quel sito non ne so una benemerita minchia volevo solo citarlo mica sposarmelo!".

Si lo so forse ho esagerato ma ti assicuro che parliamo esattamente di questo.

Poter dichiarare un "non controllo editoriale" non è poca cosa perché ti mette nella condizione di non essere responsabile qualora la risorsa linkata faccia qualche passo falso. Prima dell'introduzione del NoFollow due siti linkati si passavano infatti tutto il trust incondizionatamente. Quello buono e quello negativo senza alcuna possibilità d'intervento su questo processo.

L'attributo NoFollow serviva esattamente ad arginare questa criticità.

Pensato per la gestione dei link in uscita è presto diventato protagonista di numerose discussioni riguardanti (al contrario) i link in entrata. Ricevere un Link NoFollow ha valore in termini di acquisizione di trust? Sebbene in giro si senta ancora dire NO io la vedo in maniera differente e sono convinto che i link NoFollow aiutino (e come) il processo d'acquisizione di trust del sito. Sebbene non trasferiscano la potenza piena sono infatti sempre e comunque portatori sani di link juice.

---

Che se ne dica i link restano un fattore determinante per il posizionamento sui motori di ricerca. In questo articolo ho voluto fare il punto su aspetti spesso trascurati o troppo sopravvalutati. E tu invece che mi dici? Che te ne pare? Hai già pensato come rivedere la struttura dei link sul tuo sito?

Fai marketing ascoltando, non strillando.  
Un abbraccio.

**Che mi racconti di bello?**