

**Antonio Sisto© - 2020**

# **L'ARTE DELLA SEO senza frottole!**

**Guida pratica sul mondo  
dell'indicizzazione web,  
ottimizzazione siti,  
webmarketing e altro...  
con casi e traguardi reali!**



*Dedicato a tutte le persone che hanno bisogno di consigli per la loro  
attività.*

*L'informatica è, di base, amore per la conoscenza e la condivisione del  
sapere. L'informatica è, di base, una forma gratuita di comunione dei  
beni.*

*Dedicato a tutte le persone che non capiscono cosa sia il web.*

*Dedicato a tutte le persone che preferiscono far vivere gli altri  
nell'ignoranza digitale.*

*Dedicato a chi sfrutta la loro ignara inconsapevolezza per fare soldi.*

*Dedicato alla mia famiglia, fidanzata, amici, colleghi.*

Attenzione: il libro tratta argomenti di natura digitale, informatica e quindi soggetti al cambiamento nel tempo, grazie all'arrivo di nuove tecnologie e metodi di approccio ai problemi reali. Se ti Sembrano troppo vecchie, non esitare a contattarmi per modificarle. Usalo come trampolino di lancio per il futuro.

Il libro, attualmente in fase di revisione, è solo una parte di una più ampia opera che tratterà altri argomenti ed esempi di casi reali, che attualmente sono stati omessi per motivi personali.

Copyright Antonio Sisto – 2020

Tutti i diritti riservati.

I materiali contenuti in questo ebook sono protetti dal diritto d'autore ed è vietato in ogni modo e forma la replica totale e parziale.

Il prodotto non può essere inviato a terzi previa autorizzazione del titolare al trattamento dati.

I trasgressori saranno puniti a norma di legge.

Il prodotto non può essere venduto, copiato, rivenduto a terzi né in totale né in porzioni.

## Sommario

Capitolo 0 – Prefazione e chiacchiere .....	9
Capitolo 1 – Perché essere online? .....	10
Capitolo 2 - Seo, Sem, indicizzazione, siti web: il tuo sito non compare su Google?.....	12
Cos'è il Seo (Search engine optimization) .....	12
Sem: search engine marketing per l'indicizzazione sito web .....	14
Ma come funziona un motore di ricerca? Vedi Google!?!? .....	14
Parole chiave: usane poche ma giuste .....	15
SEO e la struttura del sito web .....	16
Capitolo 3 - Seo, guida pratica per indicizzare al meglio il tuo sito web .....	18
Ma, ripetiamolo, cosa è la Seo e come si migliora? .....	18
Perchè è importante posizionarsi in prima pagina?.....	18
Cose da non fare, prima di iniziare.....	19
Seo on page e Seo off page, cosa sono?.....	19
“Content is King”: i contenuti sono il cuore di tutto .....	20
Capitolo 4 - dal tema alle Keywords .....	22
Keywords, come sceglierle bene per non sbagliare .....	22
Capitolo 5 - On-page Seo, l'arte dell'ottimizzazione delle pagine web.....	25
On-page Seo: non solo codice HTML e contenuti testuali! .....	25
Ottimizzazione codice HTML .....	25
Il titolo deve iniziare con la keyword.....	25
Url-Slug: la parte importante del link del vostro articolo.....	26
L'importanza del tag H1, ossia il primo paragrafo del testo .....	27
A proposito di immagini.....	28
I paragrafi: aiutiamo l'utente a capire in che punto del testo si trova! .....	29
Keywords, keywords... quando usarle? .....	29
Link interni, come wikipedia! .....	29
Outbound link, quando il link è diretto verso l'esterno .....	30
Capitolo 6 - Come aumentare la velocità di un sito web: quando la tecnica e il contenuto non sono tutto...31	
L'importanza di un sito veloce e leggero.....	31
Modificare il file .htaccess per velocizzare il server .....	33
Compressione Gzip.....	33
La cache e la sua gestione tramite file .htaccess.....	35
Capitolo 7 - Come gestire la cache di un sito: la velocità è importante .....	37
Cosa è la cache?.....	37
Perchè bisogna utilizzare un sistema di cache? .....	37

I migliori plugin di cache per WordPress .....	38
Cache CDN: un metodo per velocizzare il nostro sito a livello mondiale! .....	38
Velocizzare la cache in .htaccess col metodo Gzip.....	38
Abilitare la cache in Joomla .....	40
Capitolo 8 - Seo, come ottimizzare le immagini di un sito web per aumentare i click! .....	42
L'avviso di Google pagespeed insight.....	42
Perchè le immagini sono così importanti per Google e il Seo? .....	42
Come rimpicciolire le immagini su WordPress.....	43
Ultimi consigli per la gestione e ottimizzazione delle immagini per un sito web .....	44
Capitolo 9 - Google Pagespeed Insights ci consiglia di eliminare il javascript che blocca la visualizzazione dei contenuti above the fold, ma come fare? .....	45
I consigli di Google sui Javascript e CSS above the fold.....	45
Capitolo 10 - l'importanza della struttura del sito web: guida per ottimizzarla al meglio.....	48
Link di ancoraggio: come funzionano .....	50
Consigli utili sulla Seo per la struttura web .....	51
Capitolo 11 - Come adeguare il proprio sito al GDPR: la guida, i plugin e i consigli.....	52
Cosa è il GDPR, la normativa europea sul trattamento dati .....	52
Punti essenziali del GDPR che non devono mai mancare sul tuo sito web.....	53
Titolare del trattamento dati GDPR / GDPO.....	53
Diritti dell'interessato.....	53
Cookie di terze parti .....	55
In ultimo, non per importanza.....	55
I consensi nell'informativa privacy – GDPR .....	55
Data Breacher: quando è importante avvisare gli utenti in merito a falle di sicurezza .....	56
Plugin per WordPress e Joomla.....	56
Capitolo 12 - Come inserire un link html click-chat per whatsapp.....	57
Come funziona link whatsapp html .....	57
Dove funziona il link html per chattare tramite whatsapp.....	58
Come usare bene il link html Whatsapp sui siti web.....	58
Capitolo 13 - 15 consigli utili su come CREARE un sito ECOMMERCE di successo online .....	59
Creare un sito Ecommerce primi passi .....	59
L'avvio con CMS e Ecommerce gratuiti online .....	59
Ecco dunque una serie di CMS e plugin gratuiti dedicati all'ecommerce: .....	60
Consigli utili per sito ecommerce di successo .....	60
Capitolo 14 - Come comprimere il CSS di un sito web .....	63
Comprimere un file CSS e migliorare la velocità del sito.....	63
Come ottimizzare il codice CSS.....	63

Plugin e tool per comprimere un file CSS.....	64
Capitolo 15 – Finale... ma anche no! .....	65

Il libro non può essere manomesso in nessun modo e tramite nessuna tecnica a mero titolo di esempio reverse engineering, decompilato, disassemblato, oppure creando lavori basati su questo ebook.

Qualsiasi utilizzo in qualunque modalità impropria rende violati i termini suddetti.

Utilizza questo libro per crescere professionalmente.

Il mio libro vuole essere una base solida da seguire, sia per chi si appresta allo sviluppo di un sito web, sia per chi ha già conoscenze del mondo web e Seo.

Purtroppo per alcuni potrà essere difficile capire e seguire ciò che è scritto, bisogna avere un minimo di padronanza dell'argomento. Ciò non toglie che sia capibile da chiunque, soprattutto la parte teoria. Per la parte pratica, come dico sempre, consiglio il supporto di uno specialista.

Il libro comprende anche degli esempi dedicati alle maggiori piattaforme CMS come Wordpress e Joomla, sistemi da me usati fino allo sfinimento. Le stesse applicazioni potrebbero essere sfruttate in altri ambiti con le dovute modifiche.

## Capitolo 0 – Prefazione e chiacchiere

Chi sono:

Ciao, sono Antonio Sisto, e mentre scrivo questo libricino ho 32 anni e mi trovo a Bari, provincia in cui vivo e sbatto le dita su una tastiera wireless. Ho, negli anni, studiato informatica, la comunicazione digitale, le leggi del web e del webmarketing. Ho inoltre appreso con molto interesse i trucchi del mondo dei social media e dei social network in generale.

Sono, ad oggi, dipendente presso una grande azienda di tele-radio comunicazione che fa parte di una holding di grande livello e prestigio in cui ho avuto modo e piacere di mettere in pratica i miei studi e idee raggiungendo traguardi importanti a livello di siti web, social e comunicazione digitale e rebranding.

Nel mio piccolo, invece, ho molti clienti a cui dedico parte del mio tempo e che seguo Sempre per la parte online: da Semplici profili social, a siti vetrina per finire a e-commerce. Alcuni piccoli altri medi. Locali e non!

Nel privato, invece, mi diletto nel sistemare i computer quando rotti, o effettuando upgrade hardware e software quando necessitano di una svecchiata. Sono dell'idea, infatti, che se si vuole lavorare nel mondo dell'informatica non si può prescindere da un pc fisso serio e performante, mentre un buon laptop leggero e con batteria di lunga durata è Sempre comodo. Ah, due monitor, Sempre! Si risparmia tempo e si raddoppia il lavoro. Che altro? Adoro la pizza e i videogames...

## Capitolo 1 – Perché essere online?

Che tu sia un privato che vuole raccontare i propri pensieri, che tu sia una piccola realtà locale o un professionista, hai bisogno di essere online.

Si perché oggi giorno l'archivio che usavamo un tempo, ossia le pagine Gialle o robe simili, è sparito ed è stato sostituito dai motori di ricerca: indici velocissimi che contengono tutte le informazioni, o quasi, del mondo digitale. Loro conoscono e possono rispondere ad ogni nostra domanda, che di preciso viene effettuata tramite keyword ossia parole chiave.

Ognuno di noi, in base a ciò che vuole essere e l'obiettivo che vuole raggiungere, è descritto tramite parole chiave. Per esempio Mario, meccanico di Bari, vorrà avere più clienti per la sua attività. Dall'altra parte c'è Francesco che oggi ha fuso il motore (e qui sono cavoli!) e ha bisogno proprio di un... "meccanico a Bari".

Francesco accende il suo pc, va su Google, e cerca un meccanico a Bari usando proprio la parola chiave "meccanico a Bari": il motore di ricerca in un istante gli mostra le cent...miglia...milioni di risultati che seguono quella ricerca e mostrerà a Francesco un insieme di puntini su una mappa, che raffigurano i meccanici di Bari, per poi proseguire con l'elenco dei siti che riportano i meccanici di zona.

Francesco, vuoi per la fretta, vuoi perché ha già trovato il risultato cercato, si ferma massimo alla terza riga e chiama o si reca direttamente verso Mario il quale gli chiederà come lo ha conosciuto e sarà contento di sentire la risposta: "su Google!". Ebbene sì, potrà chiamare direttamente grazie al tastino che avvia la chiamata da Google al suo telefonino, oppure recarsi tramite navigatore verso la sua destinazione, Sempre con un tastino dedicato! Cosa che prima, sulle classiche "pagine gialle", non c'era! Mario e Francesco sono due utenti felici per i risultati raggiunti.

E' facile dunque capire che essere online e avere un buon posizionamento è di vitale importanza per i nostri obiettivi. Quello che va fatto per raggiungere tale scopo è una attività di SEO. Essere su internet è il più potente mezzo per essere sul mercato ed essere competitivi. Non essere

online, come suddetto, equivale a dire non esistere sul mercato e quindi se non ci si fa trovare dai clienti, che usano i motori di ricerca, significa essere invisibili. Ma noi non lo vogliamo.

C'è da dire che anche l'attività parallela, a mero titolo di esempio e che andremo ad affrontare più in là e in maniera meno specifica (ci vorrebbe un trattato a parte), di acquisizione clienti tramite i social e strumenti come blog e newsletter non è da sottovalutare. Semplicemente NON tutti sono sui social e NON tutti usano leggere le mail, ma TUTTI hanno LIBERO accesso ai motori di ricerca.

Dunque si potrebbe suddividere un buon lavoro di posizionamento online in due fasi parallele: la presenza online sui motori di ricerca e la presenza sui social network e in generale nel mondo del digital marketing. In questo modo con la SEO possiamo essere trovati, mentre con i social possiamo raggiungere i nostri potenziali clienti e effettuare un ottimo engagement e customer care per monitorare il sentimento espresso dai nostri utenti in rete.

## Capitolo 2 - Seo, Sem, indicizzazione, siti web: il tuo sito non compare su Google?

Quando sentiamo questo genere di parole siamo un pò “intontiti” e posso capirlo perchè cercare di focalizzare l’attenzione sulle parole Seo, Sem, indicizzazione sito web bla bla bla... risulta difficile quando non si è molto addentrati nell’argomento indicizzazione siti web.

Si è in difficoltà e al tempo stesso vogliosi di conoscere queste parole soprattutto quando il proprio sito web non compare su Google oppure compare nei risultati secondari (diciamo dalla seconda pagina in poi..).

Con questo argomento voglio introdurvi nel mondo del Seo e di altre tecniche dedicate all’indicizzazione del proprio sito web.

Cos’è il Seo (Search engine optimization)

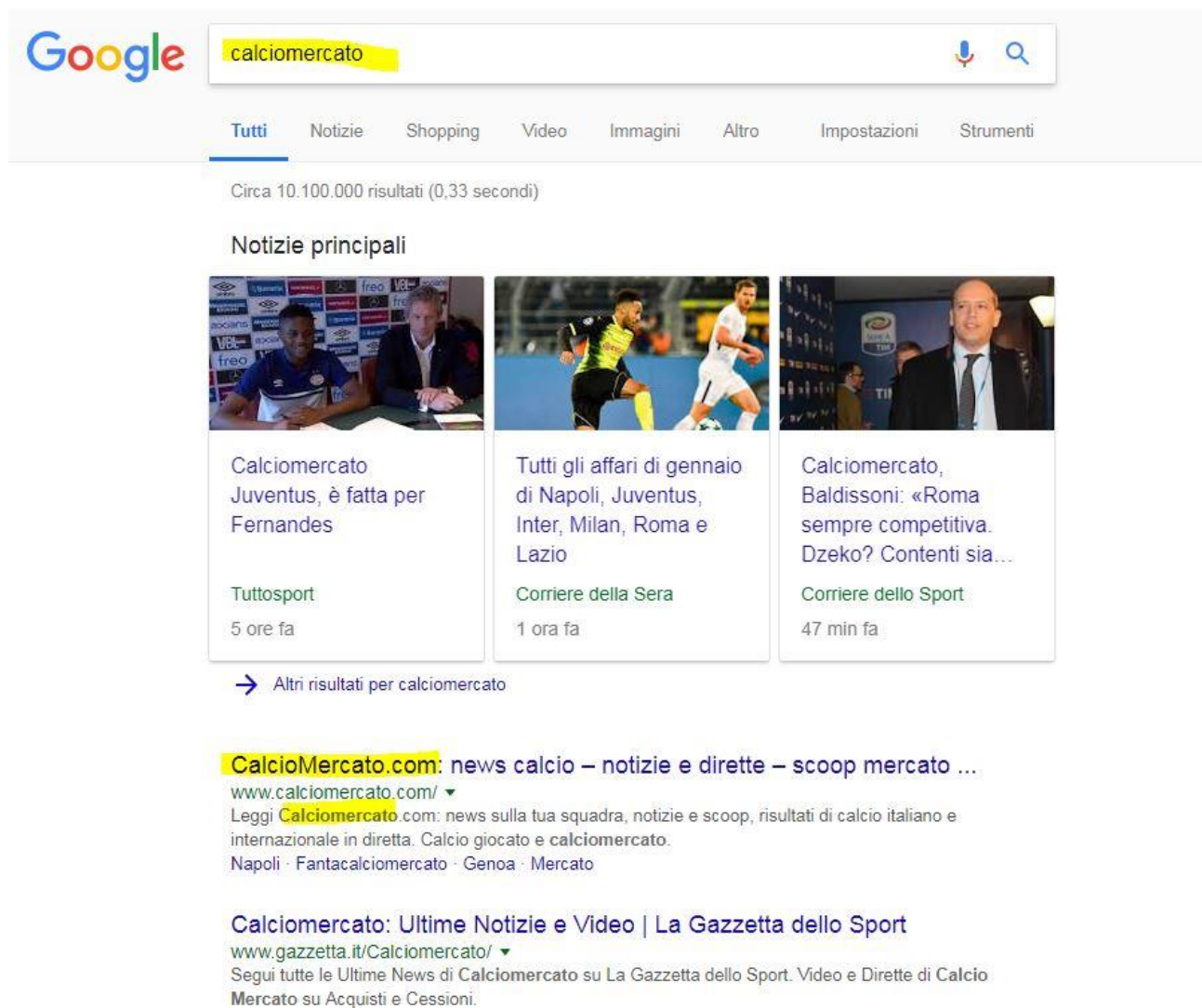
Un sito web è composto da una o più pagine e queste pagine hanno al loro interno degli oggetti: testo, immagini, video, i quali a loro volta sono “costruiti” tramite dei componenti dedicati alla loro “visualizzazione” online.

Per capire meglio ipotizziamo di avere una immagine la quale avrà, oltre l’immagine digitale vera e propria da rappresentare, anche alcuni attributi come il titolo, il nome del file, il titolo alternativo, una descrizione di accompagnamento, il peso e così via... tutti questi attributi possono essere ritoccati sia per quanto riguarda l’aspetto grafico e quindi la gradevolezza del sito web ma anche per quanto riguarda la “digestione” da parte di un motore di ricerca.

Infatti tutti questi attributi saranno sommati agli altri presenti nella pagina (e cioè, come su detto, testi video etc...) e faranno sì che la pagina abbia un’anima cioè tratti un argomento.

Il motore di ricerca riuscirà dunque a capire quella pagina cosa tratta e categorizzarla tramite gli attributi inseriti e sarà data all’utente se digiterà su Google quelle parole chiave a cui la pagina è collegata. In questa maniera metteremo in moto il processo di indicizzazione sito web.

Quindi se il mio sito tratta di sport e in particolare una pagina tratta dell'acquisto di Messi da parte della SSC Bari (cosa davvero improbabile...) potrebbe essere categorizzata come pagina di sport che tratta il calciomercato, Messi e il Bari calcio. Sarà nostra bravura aggiungere dei dettagli alla pagina per essere cercata e trovata in maniera più facile.



The image shows a Google search interface for the term "calciomercato". The search bar contains the text "calciomercato" and shows a search icon. Below the search bar, there are navigation tabs for "Tutti", "Notizie", "Shopping", "Video", "Immagini", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". The search results indicate "Circa 10.100.000 risultati (0,33 secondi)".

Under the heading "Notizie principali", there are three news snippets:

- Calciomercato Juventus, è fatta per Fernandes** - From *Tuttosport*, 5 ore fa.
- Tutti gli affari di gennaio di Napoli, Juventus, Inter, Milan, Roma e Lazio** - From *Corriere della Sera*, 1 ora fa.
- Calciomercato, Baldissoni: «Roma sempre competitiva. Dzeko? Contenti sia...** - From *Corriere dello Sport*, 47 min fa.

Below the news snippets, there is a link: [→ Altri risultati per calciomercato](#)

Two website links are also visible:

- CalcioMercato.com: news calcio – notizie e dirette – scoop mercato ...**  
[www.calciomercato.com/](http://www.calciomercato.com/)  
Leggi **Calciomercato.com**: news sulla tua squadra, notizie e scoop, risultati di calcio italiano e internazionale in diretta. Calcio giocato e calciomercato.  
Napoli · FantacalcioMercato · Genoa · Mercato
- Calciomercato: Ultime Notizie e Video | La Gazzetta dello Sport**  
[www.gazzetta.it/Calciomercato/](http://www.gazzetta.it/Calciomercato/)  
Segui tutte le Ultime News di Calciomercato su La Gazzetta dello Sport. Video e Dirette di Calcio Mercato su Acquisti e Cessioni.

Ecco che entra in gioco il SEO: la capacità dello specialista Seo (Seo specialist) è quella di ottimizzare il codice per esempio aggiungendo gli alt tag alle immagini, sistemare il testo tramite i titoli (title), titoli paragrafi (h2-h3), le meta description e meta keywords;

se la nostra pagina tratta un locale commerciale sarebbe utile aggiungere i geo-tag cioè quegli attributi che tendono a localizzare una pagina e associarla a un servizio-luogo.

Per esempio se cerco una pizzeria in Bari, la nostra ricerca potrebbe far apparire la nostra pagina e farla visualizzare come luogo dove mangiare la pizza. Esempio:

### La Piazzetta

[www.lapiazzetta-bari.com/](http://www.lapiazzetta-bari.com/) ▼

... gusto dei sapori tipici campani per un pranzo od una cena indimenticabile. Tanti prodotti tipici campani e pizze preparate secondo la tradizione partenopea, sapranno stupirti ogni giorno con il loro gusto genuino. prev. next ... Via Dante 47, 70121 Bari. Telefono: 0802460490. Email: [lapiazzetta.saporicampani@gmail.com](mailto:lapiazzetta.saporicampani@gmail.com).

Dunque, il SEO possiamo definirlo come qualsiasi tecnica che permette di migliorare la visibilità ONLINE del sito web.

[Sem: search engine marketing per l'indicizzazione sito web](#)

L'acronimo Sem sta per search engine marketing ossia il marketing dedicato ai motori di ricerca ed è la strategia usata dal Sem specialist (specialista Sem) che permette a un sito web di vivere e essere raggiunto anche al di fuori dei motori di ricerca.

Se un tempo la forma basilare del marketing era il passaparola per poi diventare il volantinaggio cartaceo, la radio e infine la tv, oggi per Sem identifichiamo tutte le possibilità virtuali con cui raggiungere l'utente senza che esso venga a cercarci e quindi saremo noi a raggiungerlo.

Per fare un esempio alcune strategie sono il pay per click su Google Adwords o pubblicità su Facebook Ads, oppure creare una rete di link building e così via... Anche di questo argomento ne parleremo più in là.

[Ma come funziona un motore di ricerca? Vedi Google!?!?](#)

Hai ragione, ti starai chiedendo come un motore di ricerca analizza il nostro sito web.

In pratica, una volta terminato un sito web, lo si dà in pasto a Google il quale manda in ricognizione dei ragnetti che scansionano il sito.

La prima fase è appunto quella in cui i ragnetti (crawler) entrano nel nostro sito e vanno link per link, pagina per pagina, e "mangiano" tutto ciò che trovano. In un modo o nell'altro digeriranno ciò che hanno mangiato e daranno un responso. Poi torneranno dopo qualche ora, o

giorni, e ripeteranno il procedimento per scovare altre pagine nuove e aggiornate del nostro sito. Ecco perché scrivere tanto e spesso è importante.

La seconda fase, parallela alla prima, è quella dell'indicizzazione vera e propria in cui il motore di ricerca copia i contenuti del nostro sito e li inserisce in un archivio dedicato all'argomento trattato. In questo modo potrà dare subito la risposta all'utente.

L'ultima fase è il ranking della pagina, posizionamento per dirla in maniera semplice. Come abbiamo detto ogni utente fa una domanda al motore di ricerca e in base a quella, lo stesso motore decide quale risposta dare tramite degli algoritmi sofisticati.

Algoritmi di cui noi non siamo a conoscenza: diffidate dai maghi del Seo sparsi per il mondo. Se si conoscesse la vera formula per essere al primo posto, tutti la userebbero e tutti sarebbero al primo posto.. ma per logica non è possibile tutto ciò!

Dicevamo, Google dà come risposta la miglior pagina dedicata a quella parola chiave – ricerca dell'utente. Va da sé che se l'utente cerca un argomento scientifico, la miglior risposta sarà una pagina dedicata al tema, ma aggiornata con nuove informazioni. Qui entra in gioco anche il modo e i tempi con cui si aggiornano le pagine web. Google deve! dare la miglior risposta all'utente, altrimenti perderebbe di importanza. E piuttosto che perdere clienti-utenti, tenderà a declassare il nostro sito!

[Parole chiave: usane poche ma giuste](#)

Le parole chiave sono i termini con cui gli utenti cercano un argomento sui motori di ricerca. Per capire quale parola chiave usare nel nostro sito immedesimiamoci nel nostro cliente tipo: cosa gli interessa? quale è la soluzione che cerca? ci cerca in italiano o in altre lingue? Gli altri nostri avversari come si comportano in questo caso? Che soluzione danno?

Ecco, così facendo potrai già trovare le risposte presenti sul web... sfruttale a tuo vantaggio "copiando" dagli altri la parte migliore e tralasciando ciò che non ti serve o il superfluo. Non vergognarti, è la

strategia di partenza quella dell'analisi dei competitor. Più che altro per evitare di essere uguali a loro ;)

Ricorda che le parole chiave sono l'inizio della tua ottimizzazione SEO.

Ovviamente per cercare le parole chiave devi usare una strategia ben definita. Usa gli strumenti che trovi online per vedere i volumi di ricerca di una parola chiave ossia il numero di volte in cui viene cercata; la rilevanza cioè l'importanza nel tuo sito; la concorrenza ossia quanti altri competitori la usano.

Questo ti aiuterà a capire come cercare una parola chiave.. e da qui inizierai a notare qualcosa che ti porterà a "drizzare le antenne". Noterai infatti l'esistenza di parole chiave singole o a coda lunga: la differenza sta nel fatto che una parola chiave potrà essere appunto una, oppure un insieme di due o più parole chiave.

Devi però capire che se una parola chiave è sfruttata tantissimo significa che il tuo sito potrà non essere trovato facilmente.. quindi sarebbe meglio scegliere più parole chiave lunghe ma con minore ricerca e non il contrario. Per esempio "Pizzeria Bari" è troppo, troppo generica. Mentre "pizzeria Bari via Pippo" sarà più specifica: quante pizzerie in via Pippo, a Bari, ci saranno?

Quali programmi utilizzare? Usa quello di Google ADS detto Keyword Planner. Lo strumento è gratuito e ti aiuta a capire volume e traffico per ogni parola chiave dedicata al tuo sito.

[SEO e la struttura del sito web](#)

La struttura di un sito web è importantissima in ottica Seo. Ovviamente è importante anche lato utente: meglio suddividiamo il nostro sito e più facile sarà per l'utente navigarci dentro e quindi non uscendo subito dalle nostre pagine ma anzi saltare di pagina in pagina alla ricerca dei suoi bisogni e risposte.

La struttura di un sito web è importante per la Seo perchè meglio è architettata e meglio gli spider scansionano il sito e indicizzano il contenuto.

In linea di massima le regole sono semplici: struttura piatta e veloce con le pagine più importanti a livello homepage, e poi tutte le altre ben suddivise nelle loro tematiche.

A proposito di link, ricorda che il miglior esempio di sito ben indicizzato in ottica Seo è Wikipedia e sai perchè? Presto detto: i siti web sono nati come hypertext ossia testi semplici che avevano fra di loro dei collegamenti in modo da saltare di pagina in pagina. Più il nostro sito risulta ben linkato nel suo interno e più piace a Google e agli altri motori di ricerca.

Fermati qui. Forse ci sono troppe cose che devi rileggere... quando ti sarai informato meglio tramite la mia guida, leggi anche le successive che ti serviranno per continuare a sviluppare (o migliorare) il tuo sito in ottica Seo.

## Capitolo 3 - Seo, guida pratica per indicizzare al meglio il tuo sito web

Dopo aver cercato di farti capire come mai il tuo sito non appare su Google, oggi ti introdurrò nelle mie lezioni di Seo, campo nel quale sono abbastanza ferrato e in cui mi sono tolto un bel pò di soddisfazioni... Ecco dunque una guida pratica sulla Seo suddivisa in più lezioni, ognuna delle quali ti permetterà di approfondire diversi aspetti della tematica Seo e capire perchè il tuo sito web non è ben posizionato e quindi indicizzato su Google e gli altri motori di ricerca.

[Ma, ripetiamolo, cosa è la Seo e come si migliora?](#)

Secondo Wikipedia, la SEO è “il processo che influisce sulla visibilità di un sito Web o di una pagina Web nei risultati non a pagamento di un motore di ricerca”. Ora cercherò di tradurtelo in maniera facile: la Seo è quella tecnica con cui viene steso un sito web in base a determinate parole chiave, le quali saranno utilizzate dagli utenti per cercare quel tuo argomento di cui stai parlando.

In pratica, se il nostro sito tratta di ricerche di cucina e vogliamo far trovare all'utente la ricetta della pasta alla carbonara, la parola chiave sarà “ricetta pasta alla carbonara” e quindi grazie alla Seo cercheremo di far capire a Google (al 90% la persona userà questo browser) che il nostro sito web risponde e quella parola chiave.

Facile vero? Beh sì, più a dirsi che a farsi. Ma pian piano riusciremo a migliorare la situazione e l'indicizzazione del nostro sito web.

[Perchè è importante posizionarsi in prima pagina?](#)

Secondo alcune recenti statistiche, il 75% degli utenti che cerca qualcosa sul web lo fa tramite il motore di ricerca (Google, Bing, etc..) e usando Google solo i primi 5 siti web vengono cliccati! Da qui puoi capire quanto sia importante essere ai primi posti.

E' chiaro, però, e ci sembra anche inutile sottolinearlo, che se tutti fossimo in grado di essere al primo posto allora nessuno sarebbe al primo posto... in poche parole: le tecniche Seo sono frutto di anni di studio dell'algoritmo con il quale Google piazza i siti in diverse posizioni e

pagine. Nessuno conosce queste regole e quindi solo grazie a diverse prove si è arrivata a una piccola spiegazione e alcune risposte.

Sembra, infatti, che le regole con cui Google gestisce i risultati siano intorno alle 250. Un numero impressionante se pensiamo che al cambiare di un valore Seo cambia completamente il risultato.

[Cose da non fare, prima di iniziare](#)

Ogni regolamento, come dice la parola stessa, è fatto per essere rispettato. Le pene sono ovviamente degli ammonimenti o peggio l'allontanamento dall'obiettivo finale. Tutto questo per dirvi che bisogna seguire alla lettera le cose da non fare (perchè le cose da fare, come detto, sono... segrete!). E' successo in passato che alcuni grandi siti web abbiano ricevuto dei ban temporanei per aver utilizzato tecniche vietate e quindi si sono visti oscurare per molti giorni il loro sito web. E' famosa la storia di una famosa casa automobilistica che si è vista oscurare il proprio sito web per 48 ore perdendo così visibilità sui motori di ricerca.

Dunque, le categorie tecniche di Seo sono due: white hat e black hat. La prima, cappello bianco, richiama i maghi buoni che usano la magia solo a scopo benefico. Loro seguono pedissequamente le regole ed evitano di andare al di fuori dai ranghi. I black hat, i maghi col cappello nero, sono quelli che usano la magia a scopo puramente malvagio e quindi vengono penalizzati.

La differenza fra le due tecniche è che i primi, i buoni, raggiungono risultati Seo dopo un pò di tempo e riescono, anche se a fatica, ad arrivare a un buon risultato; i cattivi black hat invece hanno buoni risultati ma prima o poi vengono scoperti.

[Seo on page e Seo off page, cosa sono?](#)

Ti chiedo di immaginare insieme a me di avere una casa e ovviamente all'interno ci saranno le stanze e gli oggetti, mentre all'esterno un giardino col vialetto per l'accesso.

Scenario 1: la casa al suo interno è bellissima, le stanze sono ben suddivise (quindi la cucina con i suoi oggetti, il bagno con i suoi oggetti e così via...). All'esterno, invece, il vialetto è praticamente sporco, l'erba non è curata così come i fiori. In questo caso il Seo on page (quindi il contenuto del tuo sito) è perfetto: hai ben definito le pagine, gli argomenti etc... Mentre tutti i link che arrivano da fuori (Seo off page, tipo dai social network, altri siti che ti citano e così via) non hanno validità e quindi perchè il motore di ricerca dovrebbe indicizzarti? Perchè dovrebbe mostrarti come risultato all'utente?

Il tuo sito è stato dunque penalizzato.

Scenario 2: il giardino è ben curato mentre la casa è sporchissima e in disordine. In questo caso il Seo off page funziona benissimo perchè molti siti importanti ci citano e hanno un link diretto al nostro sito ma... il visitatore una volta arrivato nelle nostre pagine magari trova qualcosa che non centra nulla con la sua ricerca. Cosa è accaduto dunque? Che il visitatore ha lasciato subito il tuo sito web e quindi Google (o qualsiasi altro motore di ricerca) ha capito che l'utente non ha trovato ciò che cercava in base al percorso che ha effettuato.

Il tuo sito è stato dunque penalizzato.

Questa spiegazione è importantissima: quando si progetta un sito web bisogna pensare anche a come creare una rete di link (il link building, altro punto importantissimo che spiegheremo nelle prossime lezioni).

[“Content is King”: i contenuti sono il cuore di tutto](#)

Questa è una famosa frase di Bill Gates, correva l'anno 1996 se non ricordo male, e possiamo dire che è la base su cui si basa (scusate il gioco di parole) la tecnica Seo: i contenuti.

Un utente di Google è felice quando trova il risultato grazie alle parole che ha digitato. Se io cerco ricetta lasagna vegana mi aspetto di trovare

un sito che mi dica gli ingredienti e i procedimenti per cucinare e mangiare finalmente una buona lasagna vegana!

Preferisco la classica, ma è un altro discorso.

Ciò significa che per avere un buon risultato in termini di indicizzazione del tuo sito web tu devi creare un contenuto che risponda a quei requisiti, alle esigenze dell'utente e che sia soddisfacente. Ecco, "che sia soddisfacente" è proprio ciò che devi schiaffarti nella testa: il contenuto non deve essere breve ma anzi più scrivi meglio è (di base almeno 300 parole), possibilmente ben suddiviso in paragrafi e magari con un titolo che divida le varie sezioni. Le parole chiave sparse qua e là nel testo (senza esagerare, altrimenti è spam). L'uso di immagini leggere e con la spiegazione nell'alternative tag etc etc...

Come vedi, insomma, di lavoro da fare ce n'è. Mettiamoci dunque all'opera.

Ma questo lo faremo nella prossima lezione in cui parleremo delle keywords.

## Capitolo 4 - dal tema alle Keywords

Grazie alle nostre lezioni sul Seo, e dopo l'introduzione al mondo Seo, abbiamo capito che un sito web è come una casa: deve essere tutto in ordine, ben suddiviso per argomenti, con i giusti oggetti per ogni stanza (le keywords) e, ultimo ma non per importanza, avere un bel percorso facile (e senza buche!) per raggiungerlo da qualsiasi punto della città (la rete di link).

Quindi, in poche parole, il nostro sito web dovrà avere una base tematica, un argomento che sarà affrontato in diverse sezioni (struttura a silo). Grazie all'argomento di cui parleremo saremo in grado di scegliere le parole chiave che sono alla base della tecnica Seo.

### Keywords, come sceglierle bene per non sbagliare

Una volta scelto l'argomento, sarà facile (diciamo..) scegliere da una a tre parole chiave. Le parole chiave sono quelle parole che l'utente può utilizzare nei motori di ricerca per cercare un argomento. E' chiaro e lampante che se il nostro sito è una pizzeria di Bari, le parole chiave potranno essere

- Pizzeria
- Bari
- Pizzeria Bari
- pizza d'asporto

e così via... Avete notato però la differenza fra le 4 scelte? Le prime due sono le cosiddette short key, mentre le altre due sono le long tail ossia a coda lunga: la differenza sta nell'uso di una o più parole che insieme compongono la parola chiave.

Il mio consiglio è sempre quello di usare da una a tre parole chiave per pagina. Un abuso porterebbe alla perdita di punteggio Seo da parte di Google e degli altri motori di ricerca.

Da questo discorso abbiamo capito che direttamente dal tema trattato potremo estrapolare le parole chiave. Ci sembra scontato pensare che se il tema è troppo generico sarà anche impossibile ridurre le parole chiave

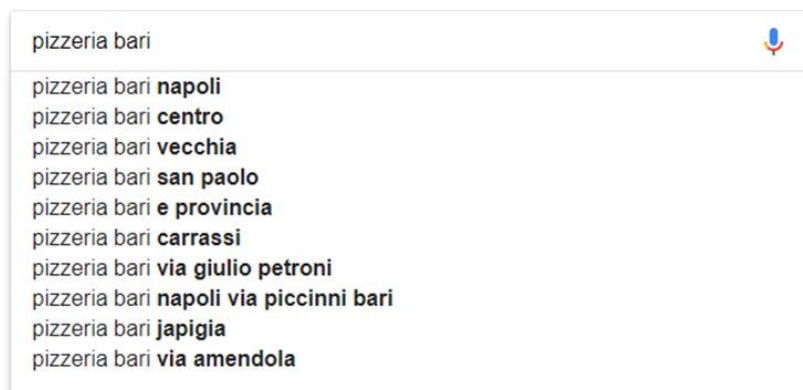
alle 3 indicate ma avremo la necessità di usarne di più -> pena il punteggio Seo.

Dunque Google premierà la pagina che tratterà un tema nello specifico e che sarà prolissa: un altro punto da tenere sotto controllo è la percentuale dell'uso della parola chiave: non deve superare il 3-5% su un totale di 2000 parole.

Un testo ben visto dai motori di ricerca è dunque un testo non breve ma che tratta l'argomento in maniera esaustiva: dunque più scriviamo meglio è!

Le parole chiave vanno usate in maniera intelligente e soprattutto varia: la chiave "pizzeria" non rimarrà solo al singolare ma potrà essere usata al plurale tipo "la migliore fra le pizzerie".

Sfruttate Google! La seguente immagine è molto eloquente



In pratica lo stesso motore di ricerca auto-completa la nostra ricerca indicandoci ciò di cui potremmo essere in cerca, perché già cercati dagli altri utenti grazie alla parola chiave "pizzeria Bari". Il metodo auto-suggest è utilissimo infatti ci indica in anticipo ciò che gli utenti cercano più frequentemente.

Potremo dunque usare i suddetti suggerimenti sparsi nel nostro testo per accalappiare più % di valutazione Seo.

Continuate a seguire i consigli di Google...

L'immagine seguente è davvero esplicativa: racconta, infatti, dei suggerimenti a fondo pagina che l'utente potrebbe seguire se la prima pagina non l'avesse soddisfatto

### Searches related to engineering jobs seattle

engineering jobs seattle <b>entry level</b>	seattle <b>aerospace</b> engineering jobs
seattle <b>mechanical</b> engineering	seattle <b>civil</b> engineering jobs
<b>top</b> engineering <b>companies in</b> seattle	<b>mechanical</b> engineering jobs seattle <b>entry level</b>
seattle engineering <b>companies</b>	seattle <b>electrical</b> engineering jobs

L'utente in questione cercava un posto di lavoro come ingegnere a Seattle: Google stesso offre nuove prospettive di ricerca per esempio indicando i campi di lavoro possibili (in pochi istanti ha controllato se in altre città c'erano offerte di lavoro simili, incredibile!) e quindi indica come possibile risultato anche posti di lavoro in agenzie aerospaziali, meccaniche etc... site in Seattle.

Come avete potuto capire, prima di iniziare la stesura di un sito web bisogna ben definire i suoi argomenti e trattarli di conseguenza con tutti i crismi del caso. Il tema, le keywords, sono IL punto iniziale da cui partire.

Siate precisi fin dall'inizio e ricordate che la cipolla nella carbonara non ci va! 😊

## Capitolo 5 - On-page Seo, l'arte dell'ottimizzazione delle pagine web

Fino ad ora abbiamo parlato di come funziona il Seo e l'avvio dell'ideazione di un sito web. Diciamo che è stata una introduzione prettamente teorica. Ora invece iniziamo con la pratica grazie all'uso delle tecniche di on-page Seo.

### On-page Seo: non solo codice HTML e contenuti testuali!

Un buon posizionamento del proprio sito web dipende anche da come abbiamo sviluppato gli elementi del nostro sito quindi il titolo, i tag, le immagini etc...

Un grande punto a favore dell'indicizzazione è anche l'uso di un server veloce e stabile (un hosting di buon livello, insomma!).

Si dice anche che Google controlli l'anzianità del dominio (più anni ha e meglio è) e altre statistiche come lo stazionamento dell'utente sul tuo sito, le pagine che visita, etc...

### Ottimizzazione codice HTML

La prima cosa da fare è definire il titolo della pagina/articolo che andremo a scrivere. Ricordiamoci Sempre che tutto deve ruotare intorno alle parole chiave, in tutti i modi possibili e cioè singole, al plurale, in un contesto di frasi etc...

### Il titolo deve iniziare con la keyword

Il titolo è la parte più importante di una pagina web e in generale è importante che il titolo inizi con la parola chiave.

Fateci caso, tutti gli articoli di notizie sul web iniziano con uno schema del tipo "Bari, incidente in via..., quattro feriti". per scriverlo, basterà farlo così <title>titolo</title>

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 St:
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:
<head>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="te
  <meta http-equiv="Content-Script-Type" cont
  <meta http-equiv="Content-Style-Type" conte
  <title>Document Title</title>
  <link rev="made" href="mailto:validator@ml.
  <link rev="start" href="." title="Main Pag
  <style type="text/css" media="all">
    @import "style/base.css";
  </style>
  <script type="text/javascript" src="scripts
  <script type="text/javascript" src="scripts
</head>

```

Come vedete, la key Bari è il focus dell'argomento perchè sicuramente il sito tratterà le notizie locali della città in oggetto. Successivamente riporteremo il luogo e il fatto accaduto.

Successivamente, cercate di capire se è utile o meno rinforzare il titolo con alcune modifiche tipo l'aggiunta della data/anno, alcune parole come "recensioni, guida, checklist". Tutto questo per Google è importante: darete modo al motore di ricerca di categorizzare al meglio il vostro articolo.

[Url-Slug: la parte importante del link del vostro articolo](#)

Se analizziamo i link dei siti web, vedremo che sono di due tipi: quelli vicini alla lettura umana esempio

<http://www.antoniosisto.it/blog/Google-chrome-blocca-le-pubblicita-sui-siti-web-funziona-la-nuova-funzione/> e quelli invece di difficile comprensione tipo <http://www.pippo.it/nunufueqn&afn1na=1> .

Ecco, il primo link contiene al suo interno, tendenzialmente, il titolo dell'articolo mentre il secondo è un insieme di numeri e lettere che lo differenziano dagli altri di quel sito.

Salta all'occhio che il primo è di facile lettura per l'umano, il secondo no.

L'url in questione si dice Seo-Friendly ossia amico del Seo, infatti contiene il titolo dell'articolo che abbiamo detto essere importantissimo e al

tempo stesso può essere cambiato manualmente (la maggior parte dei cms lo permette!).

L'importante è che l'url sia breve e conciso.



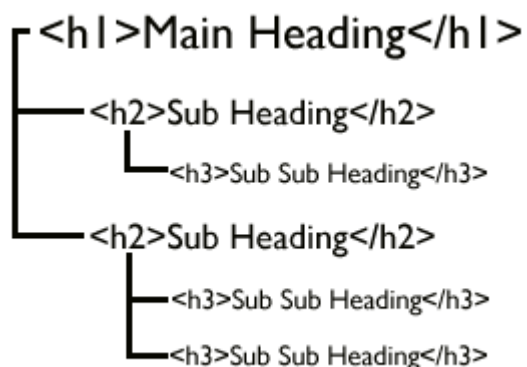
L'importanza del tag H1, ossia il primo paragrafo del testo

Il tag h1 è un tag importantissimo in quanto permette al lettore di far cadere l'occhio sul titolo dell'articolo e permette al motore di ricerca di capire di cosa andremo a parlare.

Se inseriamo un h1 errato, cioè che non tratta l'argomento sviluppato nel testo, il motore di ricerca ci penalizzerà.

E' importante ricordare che bisogna avere al massimo un h1 per pagina.

In html si scriverà così <h1>titolo</h1>.



Il lettore deve rimanere sul nostro sito per molto tempo...

La frequenza di rimbalzo (bounce rate) è quel dato che ci fa capire dopo quanto tempo l'utente esce dal nostro sito. Se arriva e subito dopo va via,

significa che c'è qualcosa che non va. Allora dovremo mettere mani con l'on-page Seo.

Per farlo rimanere molto tempo, e quindi far capire al motore di ricerca che l'utente ha trovato quel che cercava, potremo usare molte immagini, video, diagrammi che ci permettano di diminuire quel bounce rate tanto temuto.

Perchè usare le immagini e i video? Perchè l'utente si deve sforzare un pò per capire le grafiche e quindi aumenterà i secondi di stazionamento sul sito.

[A proposito di immagini...](#)

E' utile usare molte immagini per aiutare il testo ad avere una lettura facilitata e oltremodo varia.

Le immagini però devono sottostare a rigide regole di struttura html: devono essere molto leggere e usare formati comuni sul web (jpeg e png su tutti). Devono inoltre possedere i tag alternative.

Un esempio ``.

Bisogna notare che l'alternative text è un testo importante perchè non deve riportare il titolo dell'immagine ma una vera breve descrizione di ciò che l'utente andrà a visualizzare. Alcuni utenti ipotizzano che l'utilizzo del tag title sia utile perchè l'utente può soffermarsi col mouse sull'immagine e visualizzare la classica casellina di testo che appare in sovrapposizione per leggere qualcos'altro di quella fotografia esempio ``.

Infine, un consiglio che vi diamo è quello di nominare le foto in maniera corretta quindi non lasciamo un classico immagine.png, ma inseriamo tipo pizzeria-nomepizzeria.png.

Utilizziamo in ogni contesto almeno una parola chiave! L'on-page Seo ci permette di migliorare anche la struttura interna degli oggetti e quindi anche le foto avranno un'anima.

I still remember the first **bicycle** I owned. It was a **red bicycle**. **Red** frame, **red** seat, **red** handlebars. My father purchased it for me for my 11th birthday, and I must have rode 1000 miles on that **bike**. When I got on that **red bicycle** I felt like I was flying. I would ride my **bike** down to my grandparents and feel the wind through my hair.

We can't promise you'll have this same experience, but we can promise you the same **red bicycle**. Read on for more information.

Photo of red bicycle

``

image filename with keyword      image alt and title attribute

image caption      keywords around image

I paragrafi: aiutiamo l'utente a capire in che punto del testo si trova!

I tag h2 sono davvero importanti e aiutano l'utente a navigare meglio nel testo (che ricordiamolo più sarà lungo meglio è).

Anche gli h2 dovranno contenere in qualche maniera una delle parole chiavi, se possibile, e dovranno suddividere il testo in microargomenti per permettere all'utente di navigare e arrivare subito a ciò che gli interessa.

Utili anche gli h3, ma vi consigliamo di non andare oltre.

Keywords, keywords... quando usarle?

Praticamente Sempre! Utilizzare le keywords almeno una volta e massimo 3 in ogni paragrafo.

Utilizzatele nelle prime 100 parole di introduzione del vostro articolo.

Link interni, come wikipedia!

Come fa wikipedia ad essere Sempre tra i primi risultati? E' Semplice: fa dei link interni il suo punto di forza.

Vi ricordate di quando parlavamo della struttura a forma di silo che deve avere il nostro sito web? Ecco, wikipedia vince grazie al fatto che ogni argomento è collegato a centinaia di altri creando così una fitta rete di link interni. Un buon modo per fare on-page Seo è quello di unire le varie parti del sito tramite i link contestuali.

In questo modo l'utente potrà arrivare da una parte all'altra dell'argomento, spaziando ogni sua peculiarità, senza uscire dal sito (abbassando il bounce rate!!!).

Il link interno alla lezione 2 di questo paragrafo, che trovate subito sopra, è un modo Semplicissimo di creare link interni. Diamo la possibilità all'utente di navigare nel nostro sito e non uscire mai e dare anche autorevolezza alle nostre pagine e direttamente a tutta la struttura del sito web: Google capirà che l'argomento del nostro sito viene suddiviso in più pagine perciò tutta la struttura del sito è importante ai fini della ricerca dell'utente.

[Outbound link, quando il link è diretto verso l'esterno](#)

Non dobbiamo avere paura di far uscire il nostro utente dal nostro sito. Google adora il fatto che alcune delle nostre pagine sono collegate ad un altro sito che tratta la stessa tematica.

Così facendo, creiamo una grande rete di siti web collegati al nostro e diamo la possibilità allo stesso Google di percorrere una strada di link che trattano tutti lo stesso argomento. Dunque potrà dare all'utente molte più scelte nella sua SERP (la pagina dei risultati di Google).

Voi direte: "eh vabbè ma che ci guadagno?". Detto fatto: non sarete gli unici a linkare dei siti esterni, ma anche i vostri "colleghi-competitor" faranno lo stesso se vorranno aumentare la qualità e l'indicizzazione del loro sito perciò anche voi ricevere un link dall'esterno 😊

Il classico scambio di link, tecnica Semplice di white Seo. Un esempio è questo link con cui l'utente potrà leggere l'on-page Seo su un autorevole sito ma in lingua inglese.

Tutto qui? Ehm... no!

No non è tutto qui, questa è solo la base per indicizzare un sito web. L'on-page Seo è il punto di partenza per fare in modo che almeno un occhio di Google cada sul nostro sito web.

Prendiamo la mano con questi dettagli per poi passare alla seconda fase dell'indicizzazione che è strettamente "meccanica". Ma lo faremo nella prossima lezione.

## Capitolo 6 - Come aumentare la velocità di un sito web: quando la tecnica e il contenuto non sono tutto...

Abbiamo già parlato nella scorsa lezione di quanto sia importante decidere subito la tematica da affrontare, non spaziare molto e allontanarsi da essa e soprattutto avere ben chiare le parole chiave da utilizzare in ottica di Seo, on-page, indicizzazione.

Ma la velocità di un sito web, di cui parleremo oggi, è molto importante e non va assolutamente presa sotto gamba.

Abbiamo visto di come la tecnica dell'ottimizzazione on page sia importante, definendo titoli, descrizioni, immagini etc... ma è pur vero che oltre questo esiste il fattore umano.

Voi direte "cosa centra l'uomo in tutto ciò?". Semplicissimo: dall'altra parte dello schermo c'è il nostro utente a cui noi dovremo dare il giusto risultato alle sue ricerche. Il nostro sito dovrà rispondere alle sue esigenze, dunque facendolo rimanere molto tempo sul sito evitando il bounce-rate.

Ma, c'è Sempre un ma, in questo mondo così veloce e pazzo la gente ha bisogno di risposte rapide e veloci: ecco perchè aumenta anno dopo anno la velocità di connessione (negli ultimi anni abbiamo visto atterrare nelle nostre case e sui nostri telefonini il 5g, la fibra, la superfibra).

Lo stesso vale per un sito web: secondo alcuni esperti, Sembra che Google dia un punteggio alla velocità di caricamento e apertura di un sito web.

Come ben sappiamo, ovviamente, un sito web per essere veloce deve essere leggero e quindi le pagine web, gli script, e le immagini devono essere di pochi kb. Ma non è tutto.

### L'importanza di un sito veloce e leggero

Parametro importante è la velocità di un sito web nella sua apertura (quindi download e decompressione) e visualizzazione sui dispositivi.

Uno strumento utile per controllare la velocità del proprio sito web e dei suoi componenti e oggetti è il test che ci mette a disposizione Google disponibile a questo link [Google speed insight](#).

**98 / 100** Suggestions Summary

**Consider Fixing:**

Leverage browser caching

[Show how to fix](#)

**9 Passed Rules**

[Show details](#)



\*The results are cached for 30s. If you have made changes to your page, please wait for 30s before re-running the test.

Grazie a questo test potremo controllare lo score, il punteggio, che Google attribuirà al nostro sito (possiamo inserire la homepage o una pagina specifica). Ci dirà il peso della pagina, i secondi di caricamento, il punteggio basato su varie voci tipo javascript, css e così via.

Saremo dunque in grado di capire cosa ottimizzare oppure no. Lo stesso test ci darà il risultato anche per i dispositivi mobili!

Ad ogni modifica effettuata potremo rifeffettuare il test per capire se ci sono miglorie oppure no.

Un altro test è il famoso ed eccellente Gtmetrix. Molto simile allo strumento di Google ci darà uno schema approfondito di valori su cui andare a metter mani.



## Latest Performance Report for: <https://gtmetrix.com/>

Report generated: Wed, Jun 17, 2015, 8:03 AM +1000



Test Server Region: Vancouver, Canada

Using: Firefox (Desktop) 25.0.1, PageSpeed 1.12.16, YSlow 3.1.8

Analysis options: Video

### Performance Scores



### Page Details



RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY
Minify JavaScript	<b>E (57)</b>	JS	HIGH
Optimize images	<b>D (68)</b>	IMAGES	HIGH
Avoid landing page redirects	<b>B (81)</b>	SERVER	HIGH
Minimize redirects	<b>B (81)</b>	CONTENT	HIGH

#### What do my...

Rules are sorted in upon score  
Optimizing rules at the top greatly improve your page

Not every recommendation is applicable to your page  
The recommendations are sorted by their impact on your page

Infine, ultimo ma non per importanza, bisogna pensare all'utilizzo del sistema CDN ossia un sistema di distribuzione dei contenuti su più server in modo che ogni utente raggiunga il server più vicino geograficamente a lui e possa diminuire i tempi di attesa di scaricamento del sito web.

Alcuni servizi di hosting si fanno pagare questo servizio, altri no, altri offrono servizi simili ma farlocchi. E' bene scegliere quello giusto.

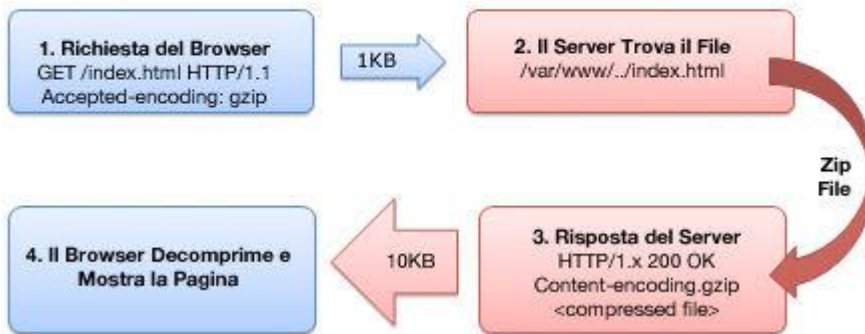
[Modificare il file .htaccess per velocizzare il server](#)

Premettiamo che non tutti gli hosting condivisi permettono la modifica di questo file, ma qualora fosse possibile vi consigliamo caldamente di chiedere al vostro provider di farlo per voi o di fare voi le modifiche utili a velocizzare il server!

[Compressione Gzip](#)

Come abbiamo spiegato, la velocità di caricamento delle pagine web è diventata importante in ottica indicizzazione ed è diventata una pratica SEO basilare.

# Risposta HTTP Compressa



Guardiamo l'immagine qui postata e capiremo come funziona il sistema Gzip: l'utente chiede una pagina web specifica, il server la trova e crea un file zippato quindi compresso.

Lo stesso server invia il file al browser il quale, grazie anche alla velocità e potenza di calcolo dei nuovissimi computer e smartphone, impiegherà pochissimi istanti a decomprimere sul dispositivo il sito e mostrarlo all'utente.

Prima, invece, cosa succedeva? Semplicemente che il server inviava kb su kb di sito web all'utente il quale doveva attendere lo scaricamento. Ora invece è tutto compresso.

Perché è utile lo Gzip? Per capirlo bisogna prima studiare come funziona un file compresso: esso permette di non ripetere più volte uno stesso oggetto (un pò come fa un file .mp3) e quindi immaginiamo una pagina html o css quante stringhe ripetute avrà. In questo modo avremo meno stringhe -> meno peso in kb -> sito leggerissimo -> caricamento rapido e aumento di velocità di un sito web!

Esempio di .htaccess opportunamente modificato per il Gzip.

```
<IFMODULE MOD_DEFLATE.C>
  <IFMODULE MOD_SETENVIF.C>
    BROWSERMATCH ^MOZILLA/4 GZIP-ONLY-TEXT/HTML
    BROWSERMATCH ^MOZILLA/4\.0[678] NO-GZIP
    BROWSERMATCH \BMSIE !NO-GZIP !GZIP-ONLY-TEXT/HTML
    BROWSERMATCH \BMSI[E] !NO-GZIP !GZIP-ONLY-TEXT/HTML
```

```
</IfModule>
```

```
<IfModule MOD_HEADERS.C>
```

```
    HEADER APPEND VARY USER-AGENT ENV=!DONT-VARY
```

```
</IfModule>
```

```
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/CSS APPLICATION/X-JAVASCRIPT TEXT/HTML TEXT/RICHTEXT IMAGE/SVG+XML  
TEXT/PLAIN TEXT/XSD TEXT/XSL TEXT/XML IMAGE/X-ICON
```

```
</IfModule>
```

[La cache e la sua gestione tramite file .htaccess](#)

Se il nostro sito non viene cambiato spesso quindi gli oggetti risultano sempre gli stessi, è inutile far scaricare all'utente più volte la stessa pagina. Basterà gestire gli oggetti in cache in modo che quando l'utente tornerà sul sito web potrà scaricare le nuove informazioni del sito mentre le vecchie le prenderà dalla memoria interna del proprio dispositivo.

Una bella mossa, non trovate?

Ecco il codice per l'.htaccess

```
# DURATA DELLA MEMORIA CACHE MENSILE
```

```
<FILESMATCH "\.(JPG|JPEG|GIF|PNG|ICO|SWF|FLV)$">
```

```
HEADER SET CACHE-CONTROL "MAX-AGE=2592000"
```

```
</FILESMATCH>
```

```
# DURATA DELLA MEMORIA CACHE SETTIMANALE
```

```
<FILESMATCH "\.(JS|CSS|PDF|TXT)$">
```

```
HEADER SET CACHE-CONTROL "MAX-AGE=604800"
```

```
</FILESMATCH>
```

```
# DURATA DELLA MEMORIA CACHE GIORNALIERA
```

```
<FILESMATCH "\.(HTML|HTM)$">
```

```
HEADER SET CACHE-CONTROL "MAX-AGE=43200"
```

```
</FILESMATCH>
```

Ogni blocco, come potrete notare, riportare il tipo di file da immagazzinare e il suo “tempo di vita”. Scaduto quel tempo verrà scaricato il nuovo file dal sito.

La durata è variabile ed è a pura scelta dello sviluppatore: solo lui sa ogni quanto tempo verrà cambiato un oggetto. Un sito di notizie in tempo reale necessita di una cache limitata, mentre un sito statico può benissimo mantenere in memoria gli oggetti per mesi e mesi.. spesso anche anni!

Ma la velocità effettiva del server, come la impostiamo?

Qui si apre un capitolo a parte ma in ottica di indicizzazione e Seo off page è una parte molto importante su cui ogni sviluppatore deve soffermarsi.

Nella prossima lezione capiremo come scegliere un hosting su cui poggiare il proprio sito web e tutti i servizi utili al suo mantenimento, utili al fine di migliorare la velocità di un sito web.

## Capitolo 7 - Come gestire la cache di un sito: la velocità è importante

Come velocizzare la cache dei siti in WordPress, Joomla.. la velocità di un sito è importante per Google!

Ah! la cache...Sappiamo benissimo che per avere un sito web ai primi posti su Google bisogna essere su un server molto veloce ma non è l'unico modo: esiste infatti una tecnica chiamata caching che permette a un sito di "mostrarsi" all'utente molto più velocemente.

### Cosa è la cache?

La cache è un processo che archivia la pagina e i suoi elementi in modo che, nel momento in cui viene successivamente richiamata, appaia sui monitor dell'utente in maniera più veloce. In poche parole riduce il lavoro di un server (e del client, cioè il pc dell'utente).

Ovviamente, a Google piace un sito veloce perchè abbiamo già detto che i siti snelli e veloci nel caricamento non vengono abbandonati subito e quindi per il famoso motore di ricerca è meglio mostrare questi ai primi posti.

### Perchè bisogna utilizzare un sistema di cache?

I nostri siti sviluppati in wordpress, joomla, drupa, etc... utilizzano il linguaggio PHP (già di suo estremamente lento, anche se con php7 sono stati fatti passi avanti) e il database MySQL (di suo non una scheggia...). Questi siti sono lenti nell'essere caricati perchè ogni volta che devono mostrare qualcosa necessitano di accedere a risorse di svariata natura in maniera dinamica (al contrario di un html statico) e accedere ai contenuti del database. La pagina web, dunque, risulta mooolto lenta nel caricarsi.

Ovviamente, senza un sistema di cache, ogni volta che l'utente carica la pagina riscalcherà nel proprio pc tutti gli elementi già visti. Perchè allora non velocizzare e dimezzare questi processi?

Entrano dunque in gioco alcuni plugin e alcune modifiche che permettono appunto, a questi dispositivi che installiamo sui nostri siti, di impacchettare la pagina in maniera statica e inviarla all'utente così da velocizzare il processo di download di quello che ha richiesto.

[I migliori plugin di cache per WordPress](#)

I migliori plugin sono, a mio avviso, tre: WP Super cache, W3 Total Cache, WP Rocket (questo è a pagamento).

Sostanzialmente, lavorano in maniera simile tutti e tre e ognuno ovviamente ha piccole diverse funzioni. Consiglio di provare uno dei tre e vedere la differenza magari facendo un test del proprio sito senza plugin e subito dopo col plugin attivo e correttamente settato.

[Cache CDN: un metodo per velocizzare il nostro sito a livello mondiale!](#)

Ok, ammetto di aver esagerato un pochino, ma se il nostro sito viene visitato da molti utenti nel mondo (ipotizziamo un sito di informazione per esempio informatica dove una soluzione viene usata da tutti) sarebbe bello avere copia del nostro sito su server geograficamente distribuiti nel mondo. E' qui che entra in gioco il CDN ossia il Content Delivery Network, tradotto come "rete per consegnare il contenuto". In parole povere il nostro sito viene copiato su vari server sparsi nel mondo e grazie a questo sistema un utente americano che visita il nostro sito poggiato su server xxx in zona Torino avrà velocità di caricamento 3 secondi (butto numeri a caso..). Ma se una copia del sito si trovasse, in maniera automatica, su un server in America siamo sicuri che la pagina verrà caricata in meno tempo.

Preciso che quando parlo di "copia del sito" non intendo una copia vera e propria ma parte delle pagine (per esempio css, js, immagini..) utili a velocizzare la procedura. Insomma, la sicurezza c'è!

Ci sono vari servizi free e a pagamento, fra cui possiamo citare Cloudflare, KeyCDN, Stackpath, Sucuri... Alcuni, come Cloudflare, permettono di creare una copia vera e propria della pagina diciamo al 99% degli elementi. Un buon modo per velocizzare il nostro sito se ci aspettiamo molti utenti soprattutto dall'estero.

[Velocizzare la cache in .htaccess col metodo Gzip](#)

Premetto che alcuni plugin come il W3 Total Cache fanno già di default ciò che vi sto per dire...

Il Gzip è una tecnica con la quale il server prende una pagina, la “zippa” e la invia all’utente che deve leggerla. Questo pacchetto zippato è piccolissimo e una volta che il pc lo riceve (o meglio.. il browser lo riceve) lo spacchetta come faremmo noi con un normale file zip o rar e lo apre nel browser!

In pratica ha inviato una pagina che prima pesava qualche mega trasformandola in un pacchetto leggero, ha alleggerito il server e la banda, e il pc dell’utente ha fatto il resto.

Per abilitarlo basterà aprire il file .htaccess nella root del nostro sito web e inserire il codice alla fine di tutto

```
<IfModule MOD_DEFLATE.C>
# COMPRESS HTML, CSS, JAVASCRIPT, TEXT, XML AND FONTS
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/JAVASCRIPT
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/RSS+XML
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/VND.MS-FONTOBJECT
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-FONT
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-FONT-OPENTYPE
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-FONT-OTF
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-FONT-TRUETYPE
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-FONT-TTF
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/X-JAVASCRIPT
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/XHTML+XML
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE APPLICATION/XML
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE FONT/OPENTYPE
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE FONT/OTF
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE FONT/TTF
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE IMAGE/SVG+XML
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE IMAGE/X-ICON
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/CSS
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/HTML
```

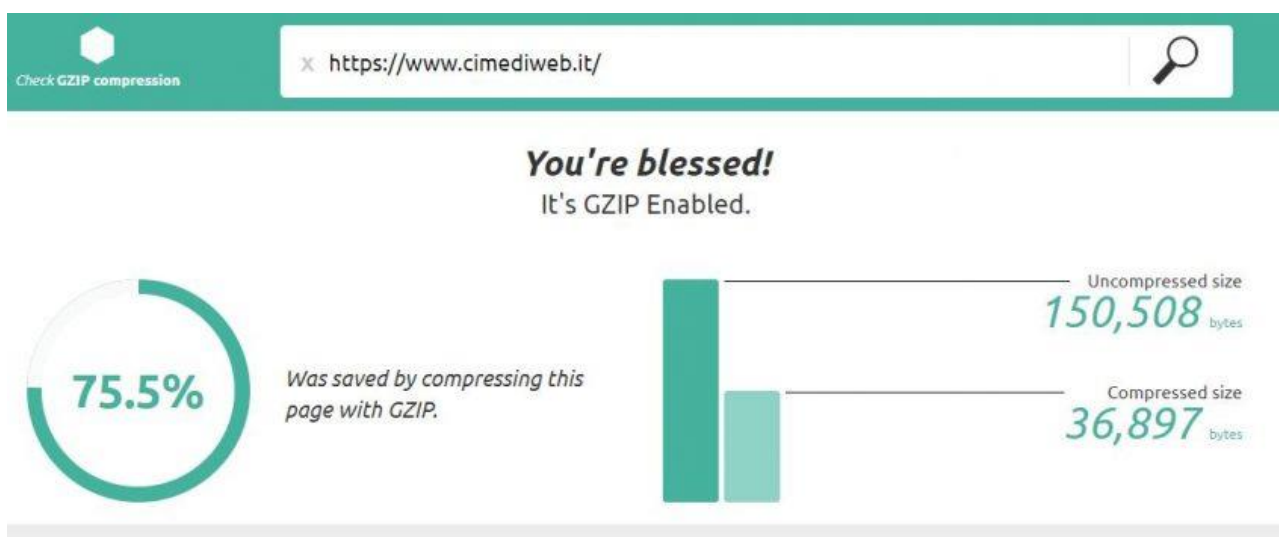
```
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/JAVASCRIPT
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/PLAIN
ADDOUTPUTFILTERBYTYPE DEFLATE TEXT/XML

# REMOVE BROWSER BUGS (ONLY NEEDED FOR REALLY OLD BROWSERS)
BROWSERMATCH ^MOZILLA/4 GZIP-ONLY-TEXT/HTML
BROWSERMATCH ^MOZILLA/4\.[0-9] NO-GZIP
BROWSERMATCH \bMSIE !NO-GZIP !GZIP-ONLY-TEXT/HTML

HEADER APPEND VARY USER-AGENT

</IFMODULE>
```

Per controllare se è tutto ok e abilitato usate questo mezzo <http://checkgzipcompression.com/> e noterete il risparmio!



Notare la dimensione ridotta

[Abilitare la cache in Joomla](#)

Joomla! come cms blog non è il massimo, ma se si vuole sviluppare un ecommerce, un network aziendale o Semplice sito vetrina può dare molte soddisfazioni! Come WordPress, però, è davvero pesante!

Innanzitutto per attivare la cache bisognerà andare nel sistema -> configurazione globale -> e cercare l'area Cache. Li avremo 3 opzioni:

No: cache disabilitata

Si moderata: è una cache leggera e adatta a siti dinamici

Si progressiva: è una cache molto aggressiva ed è utile per siti statici come una landing page, un sito onepage, o comunque un sito che non verrà mai toccato

Immaginiamo di avere un sito blog che scrive in media pochi articoli a settimana: potremo attivare la cache moderata e settare il tempo (minuti) in cui la cache verrà pulita per far posto ai nuovi articoli. Di base Joomla ci propone il refresh ogni 15 minuti quindi è un tempo assolutamente accettabile.

Immaginiamo, invece, di avere un sito di notizie che sforna articoli ogni minuto: sicuramente la cache moderata andrà utilizzata e pulita ogni minuto altrimenti l'utente non vedrà i nuovi articoli.

Il secondo passo da fare è andare nell'elenco dei plugin e abilitare il System-Page cache e cliccare su SI alla voce Usa cache browser.

Abbiamo finito? Non proprio...

Ti ho mostrato cosa è e quanto è importante la cache di un sito web e come attivarla su WordPress e Joomla. Ma abbiamo già visto che la velocità di un sito web è importante soprattutto se si vuole apparire ai primi posti su Google e quindi ti preannuncio che la gestione della cache è solo una parte di tutto ciò che c'è dietro.

Nel futuro vedremo, infatti, come velocizzare le pagine e quindi l'ottimizzazione delle immagini, la gestione dei js e css, i font, e qualche altro trucchetto e plugin utile!

## Capitolo 8 - Seo, come ottimizzare le immagini di un sito web per aumentare i click!

Un sito che si rispetti ha delle immagini ottimizzate per il web: giusta risoluzione, leggerezza e dettagli fanno la differenza. Come ottimizzare le immagini in ottica Seo?

Google è Sempre stato chiaro: un sito web per essere ai primi posti nella serp deve avere delle immagini ottimizzate per il web in ottica Seo. Se analizziamo un sito con il Google Pagespeed insight noteremo che molte volte farà riferimento a delle accortezze per le immagini: sicuramente ci consiglierà di diminuire il peso espresso in kb.

Per esempio, se utilizziamo WordPress avremo come pagina di esempio il classico “Ciao Mondo” che ci riporterà l’errore seguente:



L’avviso di Google pagespeed insight

Ovviamente, potrete ben capire che le immagini di un sito web rappresentano una forte componente della struttura e le immagini sono utilizzate per riassumere in poco spazio un qualcosa che occuperebbe righe di testo, oppure per spezzare la forma del sito o Semplicemente per ravvivare il nostro prodotto o vendere qualcosa. Ma più ne mettiamo più il sito pesa.

Perchè le immagini sono così importanti per Google e il Seo?

Secondo una stima, le immagini rappresentano un buon 70% del peso di un sito web classico e dunque è lapalissiano capire che bisogna

ottimizzarle affinché il sito sia più veloce da far scaricare all'utente ma soprattutto abbia delle informazioni in più.

Esatto, per Google è importante che le immagini abbiano dei tag di riconoscimento affinché siano consone all'articolo che stiamo scrivendo (se trattiamo una pizzeria difficilmente metteremo delle immagini di trattori), sia perché molti utenti hanno problemi di vista e quindi inserire dei tag (titolo, descrizione, didascalia, e testo alternativo) farà sì che i loro browser possano raccontargli ciò che non vedono!

Inoltre, se mentre scarichiamo la pagina in questione va via la linea potremo comunque ricevere la classica iconcina che indica la mancanza di immagine ma puntandola col mouse noteremo la descrizione e potremo capire di cosa trattava.

[Come rimpicciolire le immagini su WordPress](#)

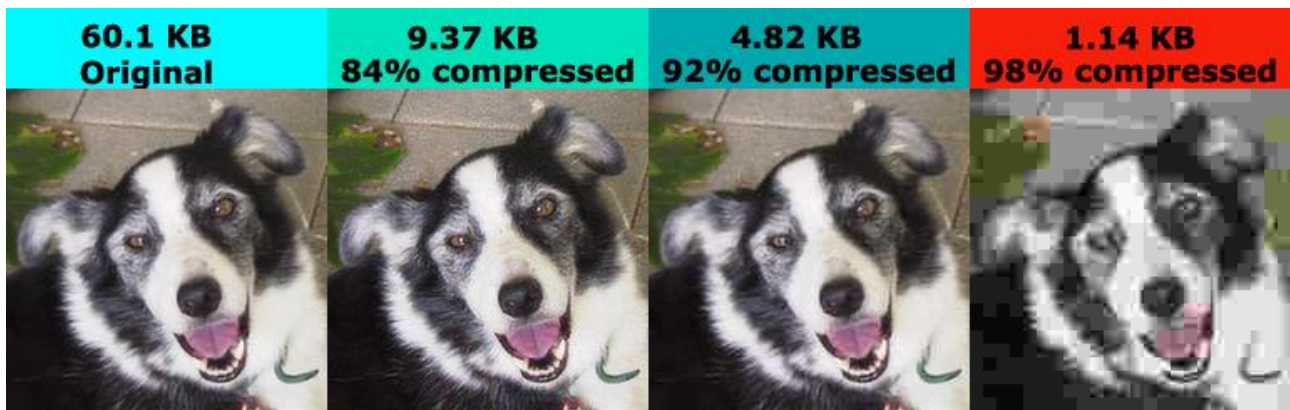
Esistono dei plugin per wordpress per ottimizzare le immagini lato Seo, iniziando dal peso e dimensione. Infatti questi plugin permettono sia di modificare tutte le immagini già presenti nella nostra galleria, sia farlo al momento del caricamento delle nuove.

Alcuni di questi sono

- Imagify Image Optimizer
- Optimus Image Optimizer
- ShortPixel Image Optimizer
- WP Smush
- TinyPNG

Se posso darvi un ulteriore consiglio, ridimensionate le immagini a monte ossia fatelo sul vostro pc tramite programmi di grafica (per esempio photoshop) e date alle immagini una dimensione che si avvicina ai pixel che vorrete utilizzare come spazio nel sito.

Per capirci meglio: se su un articolo di giornale volete caricare una foto di apertura, il consiglio è farla di 600px circa di lunghezza, e l'altezza in proporzione. L'importante è che il peso sia intorno ai 60-100kb.



Va da sé, anche vedendo la foto qui sopra, che se creiamo una immagine delle giuste dimensioni potremo comprimerla tantissimo perchè non sarà riadattata in base allo schermo e quindi non subirà il problema del “pixel”.

[Ultimi consigli per la gestione e ottimizzazione delle immagini per un sito web](#)

Come abbiamo detto prima, ottimizzare delle immagini per il web è una cosa importante soprattutto per il Seo. Quello che posso consigliarvi è di non esagerare con le immagini: per quanto possano essere belle e utili è meglio non esagerare.

Cercate di utilizzarne 3 massimo 5 per pagina, e che siano ben compresse e di dimensioni effettive di utilizzo (non carichiamo una foto di 1000px se poi sarà usata in uno spazio di 200!).

Come specificato, poi, utilizziamone almeno una per apertura di articolo/pagina e ottimizziamola lato Seo inserendo titolo, descrizione e testo alternativo e che tutti e 3 abbiano la parola chiave in diverse forme.

In questa maniera, se saremo fortunati, la nostra foto sarà anche indicizzata in Google immagini e sarebbe bello vedere apparire una nostra foto in quella galleria!

Capitolo 9 - [Google Pagespeed Insights](#) ci consiglia di eliminare il javascript che blocca la visualizzazione dei contenuti above the fold, ma come fare?

Spesso il caricamento di un sito e la sua velocità si basa anche sulla quantità di oggetti esterni che andiamo a caricare e questi possono essere dei css e dei javascript. Infatti, alcune parti del sito possono essere bloccate e non visualizzate fin quando il relativo file non viene scaricato e quindi il sito diventa lento nel mostrarsi all'utente.

Alcune risorse, però, dette above the fold ossia nella parte superiore del sito sono inutili e possono essere spostate verso la fine del documento web. Immaginiamo, per esempio, un js che funziona solo al click su un determinato pulsante... che senso ha caricarlo in alto? Nessuno, quindi spostiamolo in basso.

[I consigli di Google sui Javascript e CSS above the fold](#)

Mamma Google ci indica di inserire i js o i css inline, quando magari i siti sono piccoli e le linee di codice composte da pochi attributi. Potrei consigliare il plugin Autooptimize e capire se va bene o no come soluzione. WordPress, probabilmente, faticherà a migliorare questo problema ma un tentativo potreste farlo.

Un'altra soluzione è quella di caricare il codice Javascript in modalità asincrona ossia durante il parsing HTML del documento, metterlo in pausa e scaricare il javascript.

L'ultimo suggerimento è quello di posticipare il file Javascript con l'attributo, magari, defer che permette di scaricare il file durante il parsing html ma eseguirlo solo alla fine.

In questo caso, viene utile l'utilizzo del plugin Async Javascript che permetterà di caricare e scaricare i file js in modalità asincrona. Il plugin funziona in maniera semplicissima: applica, in base alla nostra scelta nelle opzioni, l'attributo async o defer:

```
<SCRIPT SRC="FILE1.JS" ASYNC></SCRIPT>
```

The image shows a screenshot of the WordPress dashboard settings page for the 'Async JavaScript' plugin. The left sidebar contains navigation links for Dashboard, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance, Plugins, Users, Tools, Settings (highlighted), General, Writing, Reading, Discussion, Media, Permalinks, Akismet, Async JavaScript, SEO, and Collapse menu. The main content area is titled 'Enable Async JavaScript' and contains the following text:

When you enable Async JavaScript, when a script is loaded via the 'wp\_enqueue\_script' method, this plugin will add a 'async' or 'defer' attribute.

This action helps to eliminate render-blocking JavaScript in above-the-fold content. This can also help to increase your pagespeed which in turn will assist in improving your page ranking.

There are several ways an external script can be executed:

- If async is present: The script is executed asynchronously with the rest of the page (the script will be executed while the page continues the parsing)
- If async is not present and defer is present: The script is executed when the page has finished parsing
- If neither async or defer is present: The script is fetched and executed immediately, before the browser continues parsing the page

**Note:** There have been instances where enabling Async JavaScript has 'broken' the javascript delivery. Should this happen to you, I highly recommend installing the [Autooptimize](#) plugin which will combine your javascript, further enhancing pagespeed and eliminating this issue.

Enable Async JavaScript

### Async JavaScript Method

Please select the method (async or defer) that you wish to enable:

Method  Async  Defer

---

### jQuery Handler

If after enabling Async JavaScript for 'async' or 'defer' you receive jQuery errors in the console, try the following settings:

Method  As Per Selected Method  Defer  Async  Exclude

## Autooptimize Async Javascript

Se non volessi il codice?

Basterà aggiungere il seguente codice nel nostro functions.php nella parte Aspetto->Editor

```
/*FUNCTION TO ADD ASYNC TO ALL SCRIPTS*/  
FUNCTION JS_ASYNC_ATTR($TAG){  
# ADD ASYNC TO ALL REMAINING SCRIPTS  
RETURN STR_REPLACE( ' SRC', ' ASYNC="ASYNC" SRC', $TAG );  
}  
ADD_FILTER( 'SCRIPT_LOADER_TAG', 'JS_ASYNC_ATTR', 10 );
```

## Capitolo 10 - l'importanza della struttura del sito web: guida per ottimizzarla al meglio

Perchè è così importante per il SEO strutturare un sito al meglio?

Abbiamo parlato di molte cose fra cui capire perchè un sito non è fra i primi posti, le keyword e il tema, la velocità, l'importanza di un hosting, ma mai di come creare una giusta struttura Seo per un sito web.

L'architettura, fatta per bene, permette ai ragnetti (spider) dei motori di ricerca di scansionare al meglio, una volta trovata la pagina, e indicizzare i suoi contenuti nella maniera migliore.

Che sia piccolo o grande, un sito web ha bisogno di essere strutturato al meglio al pari di una casa

Immaginiamo di avere un silo, un parcheggio creato su più piani. L'utente arriva con la sua macchinina, entra e... non ha indicazioni su dove andare, sbaglia l'uscita, non trova i parcheggi per lui e soprattutto una volta parcheggiata l'auto non si ricorderà più dove essa sia.

Questo capita nei siti fatti coi piedi: "non si capisce la dritta!" (in barese si usa dire così quando una persona non capisce il ragionamento con cui viene fatta una cosa).

Partiamo dal presupposto che, per quanto assurdo possa Sembrare, non c'è molto da dire su un argomento del genere perchè quando si hanno le idee ben chiare su un progetto web viene facile buttar giù una struttura degna di tal nome e adatta al Seo e ai motori di ricerca e soprattutto all'usabilità lato utente.

La struttura infatti deve essere user friendly, e lo ripeto ancora: simile a una strada dove ci sono tutti i segnali, indicazioni e divieti. L'utente dunque verrà portato quasi mano a mano nei percorsi da intraprendere.

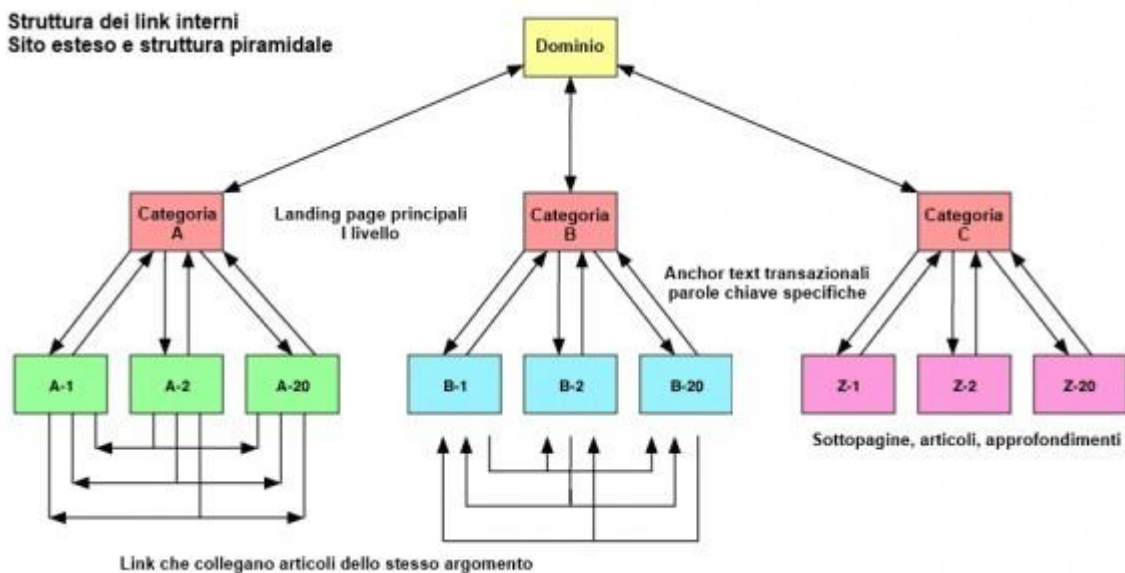
Immaginiamo in un ecommerce l'importanza di una struttura web: più è facile navigare e arrivare al prodotto cercato e più sarà facile per l'utente concludere l'acquisto, magari velocizzando il processo di checkout.

Come strutturare un sito web, uno schema:

Possiamo ben pensare che un sito inizi dalla sua homepage nella quale sarà presente un menù con le voci più importanti ai primi posti. Ogni voce di menu riporterà a sua volta a un altro livello di importanza o di pagine accessorie come il login o i contatti.

A loro volta, queste pagine conterranno sottopagine facenti parte della voce genitore e ognuna di queste risponderà a un argomento unico in modo da creare dei sottoambienti a se stanti.

Immaginiamo un sito di notizie, nella sezione cronaca troveremo tutte le notizie simili fra loro e a loro volta potranno essere suddivise in aree geografiche ma Sempre di cronaca si parla!



Come potete vedere dall'immagine sovrastante, subito dopo la homepage (definita dominio) l'utente avrà la possibilità di entrare nelle pagine A, B e C. A loro volta, ogni pagina riporterà a sottopagine A1, A2 etc... e ogni sottopagina potrà riportare (anzi, dovrà!) link ad altre sottopagine di quel livello.

Prendiamo per esempio una pagina di wikipedia: è la trasposizione vera e propria di cosa deve essere un sito web ossia un hypertext, un ipertesto cioè un testo comprensivo di parole che riportano da altri argomenti.

Il web è nato proprio basandosi sulla filosofia degli ipertesti e wikipedia, ci sarà un motivo, se è Sempre ai primi posti come risultato di ricerca.

Grazie ai link interni, come fossero delle indicazioni stradali, l'utente può navigare più facilmente in un sito e spostandosi da una parte all'altra per informarsi meglio e in maniera più larga su diversi argomenti o diversi punto dello stesso.

Questo metodo piace anche ai motori di cerca e vi spiego il perchè: quando, in html, inseriamo un link per esempio:

```
<a href="link" title="titolo del link, comprensivo di parola chiave" hreflang="eng" >bla bla bla </a>
```

riusciamo a capire che la parola "bla bla bla" verrà linkata alla pagina definita nell'href e questo link tratta l'argomento riportato nel "title". Noterete anche l'attributo hreflang che specifica se quel link riporta a una pagina di lingua diversa dalla nostra ed è utile per i motori di ricerca per capire se gli argomenti sono di lingua diversa.

[Link di ancoraggio: come funzionano](#)

Sempre prendendo spunto da wikipedia, potremo vedere l'esistenza di un elenco iniziale che ci aiuta a capire come è suddiviso il tema trattato (chiamato legenda o elenco di paragrafi, più o meno).

Ogni voce riporta a una specifica sezione di quella pagina web e non ad un'altra pagina interna/esterna al sito.

Le ancore, o anchor text, sono collegamenti testuali ed è utile utilizzarli e ottimizzarli.

```
<a href="#primo">vai al primo paragrafo</a>
```

Per esempio, ipotizziamo di creare un link del genere: noterete che l'href punterà a un cancelletto seguito dal nome di qualcosa. Ecco, quel nome di qualcosa è il nome di un oggetto nella stessa pagina, per esempio un <div id="primo"> oppure un <p id="primo"> e così via.

Cosa succede se l'utente clicca su quel collegamento? Una cosa bellissima: verrà portato direttamente all'altezza di quell'oggetto linkato

e quindi ipotizziamo un elenco di link e ognuno porterà a un paragrafo della pagina.

Ovviamente sarà anche carino inserire un id con un significato logico e un title, le anchor text sono anch'esse un link quindi il titolo ci stà!

[Consigli utili sulla Seo per la struttura web](#)

Come abbiamo visto una buona struttura web si basa su una progettazione pulita e snella e che faciliti l'utente e i motori di ricerca a capire in che aree del sito/documento si trovano e di cosa stiamo parlando.

Sarà utile ottimizzare anche tutti i link in vista dell'user friendly.

## Capitolo 11 - Come adeguare il proprio sito al GDPR: la guida, i plugin e i consigli

NB: sono appunto consigli e fra questi il mio spassionato è quello di farvi seguire da un legale che conosce l'argomento GDPR.

Se sei finito qui è perchè devi adeguare il tuo sito web alla normativa europea detta GDPR, in vigore dal 25 maggio 2018. A prescindere se il tuo sito è su WordPress o Joomla, o altri cms o puro html (..vabbè!) bisogna prima capire cos'è il GDPR e di cosa parliamo.

[Cosa è il GDPR, la normativa europea sul trattamento dati](#)

A partire dal 25 maggio 2018 è direttamente applicabile in tutti gli Stati membri il Regolamento Ue 2016/679, noto come GDPR (General Data Protection Regulation) – relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento e alla libera circolazione dei dati personali.

Il GDPR nasce da precise esigenze, come indicato dalla stessa Commissione Ue, di certezza giuridica, armonizzazione e maggiore semplicità delle norme riguardanti il trasferimento di dati personali dall'Ue verso altre parti del mondo.

In estrema sintesi col GDPR:

- Si introducono regole più chiare su informativa e consenso;
- Vengono definiti i limiti al trattamento automatizzato dei dati personali;
- Poste le basi per l'esercizio di nuovi diritti;
- Stabiliti criteri rigorosi per il trasferimento degli stessi al di fuori dell'Ue;
- Fissate norme rigorose per i casi di violazione dei dati (data breach).
- Le norme si applicano anche alle imprese situate fuori dall'Unione europea che offrono servizi o prodotti all'interno del mercato Ue. Tutte le aziende, ovunque stabilite, dovranno quindi rispettare le nuove regole. Imprese ed enti avranno più responsabilità e caso di inosservanza delle regole rischiano pesanti sanzioni.

[Punti essenziali del GDPR che non devono mai mancare sul tuo sito web](#)

La privacy policy è la “politica aziendale” ossia la filosofia, i modi e i termini con cui vengono trattati i dati personali. In parole povere sarà il testo, la paginetta testuale in cui verranno esplicate agli utenti le tipologie dei dati raccolti e il modo e il fine del perchè li raccogliamo.

Ora, rispetto a prima, c'è anche l'obbligo di definire per quanto tempo e dove conserviamo i suoi dati, e soprattutto come fare per chiedere l'elenco dei propri dati e la rimozione.

Insomma l'utente deve sapere ciò che abbiamo su di lui e come poterli eventualmente cancellare.

In certi casi alcuni siti possiedono dei sistemi in cui l'utente con un click riceve l'elenco personale dei dati, altri richiedono l'invio di una mail a cui seguirà risposta e così via...

Abbiamo detto che ogni utente rilascia sul nostro sito i propri dati (tramite cookies, newsletter e così via...) ma ogni dato dovrà essere conferito al sistema secondo canoni stabiliti e con obiettivi stabiliti.

Gli stessi dati dovranno essere specificati in base alla loro possibilità di essere comunicati e diffusi a terzi e i modi e tempi e gli obiettivi. Non ultimo anche il luogo fisico o virtuale dove risiederanno.

Questa pagina che sarà accessibile da tutte le pagine del sito e in maniera facile da raggiungere (di solito da un menu in alto o in basso) conterrà i seguenti dettagli:

[Titolare del trattamento dati GDPR / GDPO](#)

Ogni sito dovrà avere il titolare del trattamento dati a cui far riferimento per ogni comunicazione e richiesta. In caso di non specificità sarà ritenuto responsabile il titolare del sito web.

Utile sarà anche dichiarare un modo rapido per il suo contatto esempio `gdpo@nomesito.ext` .

[Diritti dell'interessato](#)

In ogni momento, l'utente potrà esercitare, ai sensi degli articoli dal 15 al 22 del Regolamento UE n. 2016/679, il diritto di:

- a) chiedere la conferma dell'esistenza o meno di propri dati personali;
  - b) ottenere le indicazioni circa le finalità del trattamento, le categorie dei dati personali, i destinatari o le categorie di destinatari a cui i dati personali sono stati o saranno comunicati e, quando possibile, il periodo di conservazione;
  - c) ottenere la rettifica e la cancellazione dei dati;
  - d) ottenere la limitazione del trattamento;
  - e) ottenere la portabilità dei dati, ossia riceverli da un titolare del trattamento, in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico, e trasmetterli ad un altro titolare del trattamento senza impedimenti;
  - f) opporsi al trattamento in qualsiasi momento ed anche nel caso di trattamento per finalità di marketing diretto;
  - g) opporsi ad un processo decisionale automatizzato relativo alle persone fisiche, compresa la profilazione.
  - h) chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, oltre al diritto alla portabilità dei dati;
  - i) revocare il consenso in qualsiasi momento senza pregiudicare la liceità del trattamento basata sul consenso prestato prima della revoca;
  - j) proporre reclamo a un'autorità di controllo.
- e per farlo dovrà inviare richiesta scritta tramite form sul sito, email, cartaceo etc... in base alle modalità di comunicazione definite all'inizio del documento.

### Cookie di terze parti

Capita che nei nostri siti andiamo ad integrare sistemi come Facebook login, youtube etc... Questi siti detti “terzi” ossia esterni “usano” il nostro sito per tracciare i nostri utenti.

Dobbiamo dunque esplicitare che siti terzi ci sono e cosa potrebbero registrare e dove l’utente può reperire più informazioni (per esempio linkando la pagina del prodotto dedicata tipo quella di Google )

### In ultimo, non per importanza...

Se l’utente compie un’azione sul sito e questa azione è predisposta al rilascio di dati personali del tipo

- rilasciare nome, email, telefono in una newsletter
- nome e altri dati in un form
- invio di email tramite form
- sondaggi

L’utente deve dare esplicito consenso per ogni azione e sapere Sempre che potrà e dovrà prima informarsi su cosa sta cliccando e facendo.

### I consensi nell’informativa privacy – GDPR

Io, nel mio piccolo, consiglio Sempre un form di accettazione a 3 livelli di uguale importanza:

esprimo il consenso – NON esprimo il consenso al trattamento dei miei dati personali inclusi quelli considerati come

categorie particolari di dati.

esprimo il consenso – NON esprimo il consenso alla comunicazione dei miei dati personali d enti pubblici e società di natura

privata per le finalità indicate nell’informativa.

esprimo il consenso – NON esprimo il consenso al trattamento delle categorie particolari dei miei dati personali così come

indicati nell’informativa che precede.

[Data Breacher: quando è importante avvisare gli utenti in merito a falle di sicurezza](#)

Può capitare, come è successo a Facebook qualche tempo fa, che il nostro sistema subisca un attacco hacker o abbia una perdita di dati.

In questo caso è giusto avvisare gli utenti che i loro dati potrebbero essere stati compromessi: questo è utile sia per mettersi al riparo e sia per diminuire i possibili problemi successivi.

E' Sempre utile dunque chiedere il reset della password degli accessi di un sito... ma questo è solo uno dei piccoli eSempi che si potrebbero fare e che magari approfondiremo.

[Plugin per WordPress e Joomla](#)

Se usi CMS quali Joomla e WordPress avrai bisogno di alcuni plugin che ti permettono di acquisire il consenso degli utenti e permettere loro la gestione dei dati personali.

Io ti consiglio questi plugin per WordPress

- WP GDPR Compliance
- Cookie Notice
- GDPR Cookie Consent

Questi invece i plugin per Joomla

- Cookie Hint
- Eu e-privacy Directive
- GDPR

## Capitolo 12 - Come inserire un link html click-chat per whatsapp

Se stai sviluppando un sito web potresti voler inserire sul tuo numero di telefono un link whatsapp html e quindi avere la possibilità di aprire whatsapp su sito web tramite click (o col dito sul mobile).

### Come funziona link whatsapp html

Per inserire il collegamento html whatsapp devi creare un collegamento di questo genere

```
<a href="https://api.whatsapp.com/send?phone=393494633725&text=Ciao,%20ti%20saluto%20dal%20tuo%20blog." alt="Saluti dal blog Cimedweb">Scrivimi via WhatsApp</a>
```

Si nota che nel link non è stato riportato il +39 ma solo il 39; si nota anche il testo di accompagnamento "Ciao ti saluto dal tuo blog".

Chiamato anche "link contatto whatsapp" o il "click to chat whatsapp", questo metodo permette di creare link whatsapp html e quindi un link cliccabile.

Un altro metodo è quello di utilizzare come link

<https://wa.me/393494633725> che ti permette di inviare un messaggio al numero inserito

[https://wa.me/393494633725 /?text=testocodificatourl](https://wa.me/393494633725/?text=testocodificatourl) che ti permette di inviare al numero inserito il testo seguente all'uguale

Esempio <https://wa.me/3494633725?text=Mis%20interessa%20l'auto%20che%20hai%20messo%20in%20vendita>

E se volessi inviare un messaggio solo testo e poi scegliere il destinatario? Niente di più facile, ti basterà usare

<https://wa.me/?text=testocodificatourl>

Questo può essere usato quando non siamo ancora a conoscenza del destinatario oppure vogliamo inviarlo ad un gruppo sul nostro WhatsApp.

[Dove funziona il link html per chattare tramite whatsapp](#)

L' href riportato in alto funziona su tutti i dispositivi sia fissi che mobili. Fino ad oggi Sembra che l'unico browser che non supporta questo standard whatsapp html sia Firefox.

Il link funziona anche su WhatsApp web.

[Come usare bene il link html Whatsapp sui siti web](#)

Se sei uno sviluppatore potresti ben pensare di offrire ai tuoi clienti la possibilità di chattare con loro tramite whatsapp, soprattutto tramite l'avvento del servizio whatsapp business.

Lo standard nasce per consentire alle persone di inviare un messaggio whatsapp, che Sembra essere più pratico e veloce rispetto a una mail.

Un esempio pratico è il mio ultimo sito <https://www.cartowing-h24.it/> dove esiste la possibilità di chattare via whatsapp. Il sito tratta l'emergenza stradale: immaginate un utente che è rimasto bloccato per strada e può inviare facilmente le foto e la posizione tramite whatsapp una volta trovato il sito. Fantastico.

## Capitolo 13 - 15 consigli utili su come CREARE un sito ECOMMERCE di successo online

Stai pensando di avviare una attività e hai bisogno di integrare un sito web ecommerce per vendere i tuoi prodotti online ma non sai da dove iniziare? Lo so, probabilmente l'argomento è complesso ma posso aiutarti a intraprendere questo percorso.

Ci sono molti modi per creare un sito e-commerce e ora te li elencherò in base alla mia esperienza. Sia chiaro, se hai un piccolo negozietto e pochi prodotti potresti farlo anche tu. Altrimenti ti consiglio di affidarti ad un esperto.

Lo so, molti vorrebbero diventare il nuovo Amazon ma è difficile, e ti consiglio di iniziare con calma e dal basso: i frutti arriveranno.

### Creare un sito Ecommerce primi passi

Quando arrivi al punto di voler creare un sito ecommerce devi iniziare a sondare il terreno su quanto budget hai a disposizione e se secondo te hai bisogno di una agenzia, o per lo meno un freelance, che ti aiuterà in questo percorso.

Se il tuo budget è fino a 2000€ allora ti consiglio di chiedere a un freelance bravo di aiutarti a costruire e mettere online il tuo sito ecommerce.

Infatti sicuramente ti illustrerà una serie di possibilità più o meno gratuite che ti permetteranno di avviare il tuo commerce nel giro di un mese circa.

Si parte dalla scelta di un hosting, ossia quella struttura fisica e virtuale che ti permette di avere un dominio e essere online.

### L'avvio con CMS e Ecommerce gratuiti online

Esistono, come detto, alcune soluzioni principalmente gratuite che ti permetteranno di mettere online un sito ecommerce in maniera molto Semplice, ovviamente a questa Semplicità si aggiunge la possibilità di non andare oltre a ciò che il CMS offre.

Un cms è infatti un gestore dei contenuti e ti permette di avere un sito già pronto con funzioni dedicate e "castrate" ma che ti permetteranno

comunque di avviare il tuo negozio online e iniziare a vendere. Se necessiti di funzioni aggiuntive dovresti comprare dei plugin o chiedere a uno sviluppatore di svilupparti la funzione dedicata a te.

[Ecco dunque una serie di CMS e plugin gratuiti dedicati all'ecommerce:](#)

- **WordPress + Woocommerce:** il famoso cms per blog con l'aggiunta del plugin dedicato al commercio elettronico. Ecco una buona guida per woocommerce di riferimento, mentre qui un'ottima guida per wordpress.
- **Magento:** il CMS più completo e professionale, secondo me il sistema migliore per fare ecommerce online. Pensate che lo usa(va) la Nike. Che dire, dunque? Certo è che per usarlo bisogna avere un buon hosting e tanta, tanta pazienza. Ecco una buona guida per Magento.
- **Prestashop:** secondo solo a Magento, secondo me. CMS che negli anni è diventato più leggero e performante. Pieno di plugin aggiuntivi e temi (molti dei quali però a caro prezzo). Consigliato comunque ma previa lettura di una buona guida per Prestashop.
- **Joomla + Virtuemart:** ho molti clienti all'attivo con questo sistema. Devo dire la verità, è ostico soprattutto all'inizio ma poi gira che è una meraviglia. Un mio cliente ha più di 10mila prodotti. Mai un calo! Qui una guida per Joomla e qui per Virtuemart.

[Consigli utili per sito ecommerce di successo](#)

Diamo per scontato che hai avviato il tuo sito online, e ora attendi l'arrivo di clienti. Aspetti. Aspetti. Poi aspetti ancora e niente...mai un ordine. Bene, forse è arrivato il momento di creare una giusta strategia per vendere online.

Ecco alcuni miei consigli, non in ordine di importanza ma...quasi!

1. **Avere Sempre disponibili i prodotti:** un magazzino ben rifornito è chiaro sinonimo di vendita di prodotti esistenti.
2. **Accettare le carte di credito:** un sistema di pagamento importante è quello online. Utilizza PayPal o integra il tuo sistema di pagamento online utilizzato dalla tua banca (ti potranno dire di più).

3. Dividi le schede dei prodotti in due parti: nella parte superiore aggiungi tante foto e soprattutto di ottima qualità, dati specifici e ben definiti come il prezzo, le misure, etc... Nella parte descrittiva ossia la secondaria divertiti con tanto testo, spiegazioni, manuali di utilizzo etc... E se già ci sono, metti in risalto le recensioni perchè incitano l'utente nell'acquisto.
4. Siate veloci nel rispondere alle email (meglio utilizzare al giorno d'oggi telefono e whatsapp e chat facebook).
5. Siate veloci nella spedizione e gestione dell'ordine. E' bello per l'utente, una volta pagato un oggetto, ricevere dopo pochi minuti una mail che lo aggiorna sul suo pacco pronto per la spedizione.
6. Utilizza i social: a mio avviso il modo migliore per arrivare ai clienti è sponsorizzare il proprio negozio su Facebook, mentre è buona norma usare Instagram e Youtube per trasmettere emozioni con foto e video. Imposta le campagne social con criterio, altrimenti fatti aiutare.
7. SEO: cerca un buon esperto Seo e sistema l'indicizzazione del tuo sito web. Se vuoi puoi farlo da solo, leggi la mia guida. Essere ben presenti online nei risultati di Google è importante. Se vuoi c'è un buon libro che mi ha aiutato molto.
8. Integra un sistema di newsletter: immagina di avere le mail dei tuoi clienti e inviare loro, prima delle festività natalizie, una mail con le tue offerte e i tuoi prodotti e sconti. Sarebbero tentati di comprare, non ti pare?
9. Non mollare mai. All'inizio è difficile lo so. Ho avuto clienti che per i primi 3-4 mesi non hanno ingranato e poi...
10. Usa un blog: per fare questo avrai bisogno di più tempo ed eventualmente una persona dedicata. Ma immagina di trattare macchine per caffè e poter scrivere una pagina alla settimana dedicata al caffè e ai suoi benefici: ti sarà più facile venderle perchè potrai convincere meglio le persone.
11. Usa dei market online: Amazon, Ebay, Trovaprezzi e tanti altri siti che ti permettono di vendere direttamente online (e quindi

aumentare i tuoi clienti) o Semplicemente avere una vetrina di paragone.

12. Chiedi al cliente i giusti dati: pochi ma buoni, velocizzi il processo di inserimento dati del cliente e il click sul tasto “CONCLUDI ORDINE” sarà Sempre più vicino.
13. Ovviamente il tuo motore di ricerca interno: chi entra in un negozio dove non ci sono commessi pronti a chiederti di cosa hai bisogno?
14. Versione mobile: mi Sembra scontato sottolinearlo nel 2018 ma lo faccio comunque. Ah, buon Dio!
15. Sfrutta prima di tutti i periodi di spese: Natale, Pasqua, Black Friday e Cyber Monday (o se sei una agenzia viaggi sfrutta la primavera in cui si concludono affari per le vacanze estive).

## Capitolo 14 - Come comprimere il CSS di un sito web

Capita spesso di dover validare un sito web e avere errore di CSS, o consiglio di minificare cioè diminuire il peso del css ossia come comprimere il css.

Spesso capita di dover seguire questi accorgimenti dettati da tool Seo online come gtmetrix, pingdom etc...

Iniziamo col dire che questi strumenti non sono la bibbia ma che spesso ci danno un consiglio utile da seguire. Alcuni consigli contengono direttive sulla diminuzione del peso dei file css.

Stiamo parlando di pochi kb, spesso anche byte, ma la diminuzione fa sì che il sito carichi più velocemente ed effettui meno richieste lato grafica.

### Comprimere un file CSS e migliorare la velocità del sito

Il css definisce gli stili ossia la formattazione delle presentazioni di un documento HTML. Quando apriamo un sito, il server invia sia i vari file ed elementi tipo immagini e video all'utente. Ovviamente per mostrarli al meglio dovrà elaborare anche la grafica del sito in modo da dare il giusto ordine visivo.

Tutto questo si traduce in tempo di caricamento del sito, che deve essere il più basso possibile e con un peso di tutti i file inferiori, a mio avviso, a 1mb quando possibile.

Se ne deduce, senza difficoltà, che più è leggero il file CSS e meno l'utente deve attendere per visualizzare tutta la pagina web richiesta.

### Come ottimizzare il codice CSS

Come abbiamo detto, visto anche l'avvento maggiore dei dispositivi mobile, un sito deve essere leggero per venire incontro ai fabbisogni della mobilità e delle connessioni dati. Ecco dunque alcuni consigli per diminuire il peso dei file css:

- Evitare come la peste il css inline, ossia il css in linea per ogni elemento nel file html.
- Richiamate tutti i css in un unico file php, così il server ha una sola richiesta e non N richieste per N file css.

- Utili le abbreviazioni tipo `div { padding: 20px 10px 5px 10px }` invece:  
`div {  
padding -top: 20px;  
padding -right: 10px;  
padding -bottom: 5px;  
padding -left: 10px }`
- Evitare di duplicare i tag già dichiarati.
- Utilizzare i colori in esadecimale (HEX) e non RGB.
- Non abusate (meglio non usarlo!) il selettore `*` detto selettore universale. Questo selettore permette di applicare la regola a ogni elemento e quindi il browser deve lavorare di più.
- Eliminare gli spazi non necessari, righe vuote e commenti. Certo ne va della lettura da parte nostra ma è molto più veloce l'accesso al file e all'interpretazione. Anche il `;` finale non serve a conclusione di una lista di regole.

[Plugin e tool per comprimere un file CSS](#)

Chi vuole può usare alcuni dei tanti servizi online o plugin dedicati alla minificazione del file css. Per esempio:

- CSS Minifier: <http://www.cssminifier.com/>
- CSS Compressor: <http://csscompressor.com/>
- Free CSS Toolbox: <http://www.blumentals.net/csstool/>

Tempi di caricamento ridotti con css ottimizzato

Ricordatevi che un css ottimizzato permette ad un sito di essere caricato, scaricato, ed elaborato più velocemente e in ottica Seo a Google piace molto!

## Capitolo 15 – Finale... ma anche no!

Abbiamo raggiunto, in linea generale, la fine dei consigli teorici e pratici per affrontare la progettazione e messa online di un sito seguendo una teoria Seo-oriented.

In verità, questo modo di lavorare non ha una fine nel senso che il nostro lavoro, se fatto bene, può dare frutti sin dai primi giorni che il sito è online e può perdurare per anni.

Non è un caso se, cercando webmaster a Bari, il mio sito appare ai primi posti e non lo tocco da ormai 5-6 anni. Per altre realtà, invece, il lavoro da fare può essere anche h24, soprattutto in quei campi dove la competizione è massima.

Pensiamo di voler sconfiggere colossi come Amazon, Ebay etc...? Sì, è fattibile, a patto che il lavoro sia seguito con costanza e dedizione sia dal titolare dell'attività sia da chi è stato scelto come specialista Seo. I cambiamenti sono masticati da Google in tempi variabili: può passare un giorno e vedere le nostre modifiche già di buon gradimento ai motori di ricerca, oppure attendere 30 giorni, oppure mai.

In maniera parallela, oggigiorno va ricordato che il mercato nel mondo digitale non è solo vendere il prodotto, ma anche cucire intorno una comunicazione efficace che vada a prendere il nostro pubblico dedicato: è inutile sparare nel mucchio. Ecco perché usare i social media.

Facebook, con utenza compresa tra i 30 e i 60 anni, ha un modo di comunicare diverso, più diretto e atto alla condivisione di qualcosa e di sentimento.

Instagram, popolato dai 20enni ai 40enni, genera comunicazione dedicata alle mode basate su colori e sfarzi.

Tik-tok, nuovo social basato sui video, ha un popolo abbastanza giovane (si parla dai 7 ai 20 anni). Probabilmente non il nostro pubblico potenziale, senza potere d'acquisto, ma magari una base da crescere e sfruttare negli anni.

Quindi, come vedete, ogni ramo digitale ha i suoi segreti, i pro e i contro, e solo chi li conosce bene per davvero potrà sfruttarli a dovere. Di sicuro c'è che grazie alla profilazione degli utenti, potremo raggiungere facilmente ciò che cerchiamo.

Infatti, grazie proprio alla possibilità di categorizzare ogni utente in base al sesso, età, luogo di provenienza, interessi, studi, lavoro etc... ci potrà far targhettizzare al meglio chi vogliamo colpire tramite le nostre pubblicità.

Inutile vendere una macchina usata su Tik-tok se raggiungiamo minori di 18 anni o comunque che non hanno potere economico per acquistarla.

Vogliamo vendere vestiti e gioielli, o borse e accessori? Trucchi per donna? Instagram è il luogo migliore!

Caffè, partecipazione a concorsi, menu incredibili per cene aziendali? Facebook, popolato da gente più matura, sarà il nostro lago da cui pescare.

Usare sempre, sempre le newsletter: un buon piano editoriale dedicato alle newsletter ci permetterà di informare i nostri utenti anche quotidianamente su cosa sta accadendo nella nostra azienda, le novità, le offerte e così via. Programmare l'invio di una mail alle 6 del mattino, sapendo che entro le 9 sarà letta dal nostro utente (in casa, mentre si reca al lavoro o proprio dal pc dell'ufficio) non farà nient'altro che far destare la sua attenzione.

I trucchi sono molti, ma come vedete bisogna scegliere quelli giusti.

Non demoralizzarsi se i risultati tardano ad arrivare, ricordatevi che nel mondo siamo 7 miliardi di persone, e potenzialmente ognuno di noi potrà vendere o pubblicizzare qualcosa online, quindi i competitor sono infiniti! Cerchiamo piuttosto di ritagliarci il nostro pubblico con criterio, seguendo logiche e linee guida suddette, aggiornandoci sempre e non avere mai paura di cambiare.

Come detto, il cambiamento può far bene. Buon lavoro a tutti!