



PROGETTO SEO AUDIT DI PAOLO GOMIERO

Start2Impact

Analisi del sito:

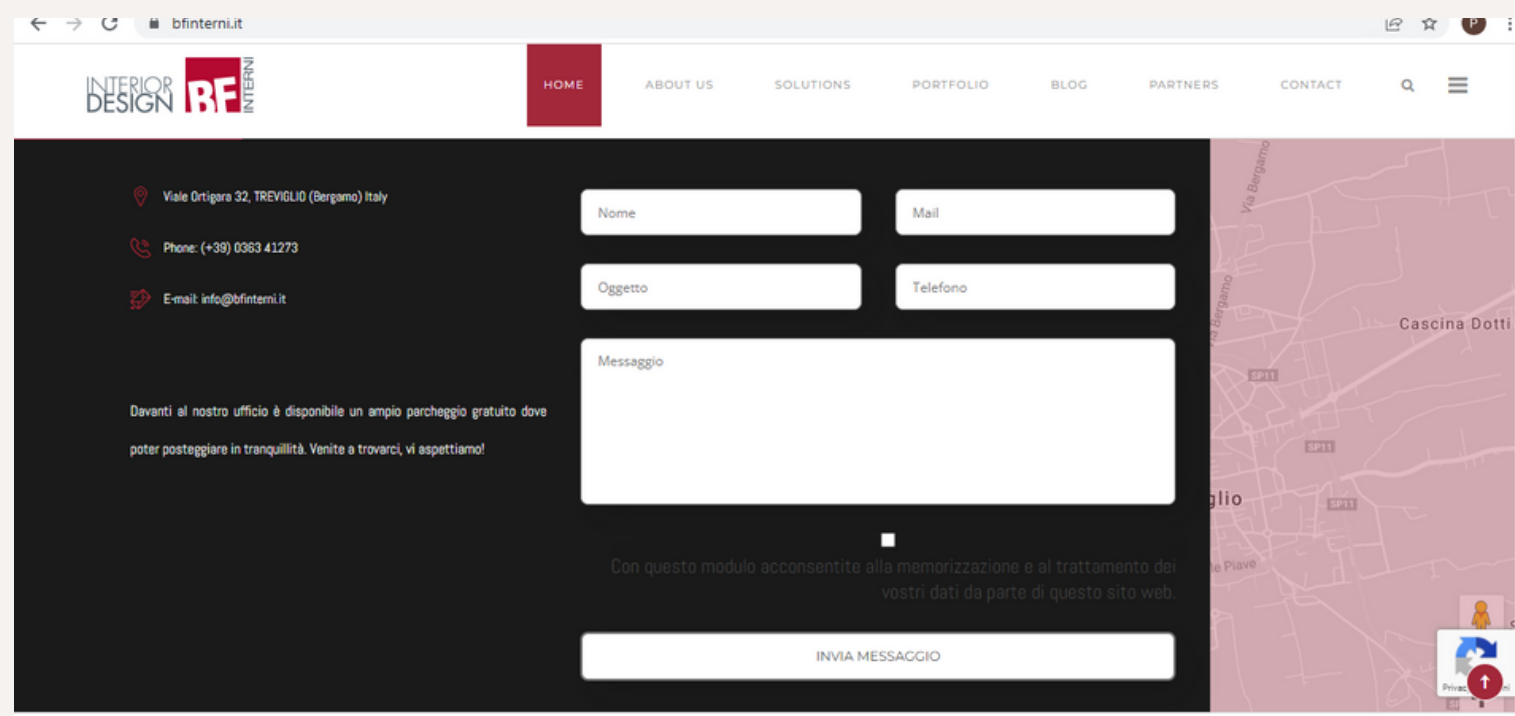
bfinterni.it

Analisi del sito - Lato utente

Home

Il sito, dal punto di vista dell'utente, è ben fatto seppur migliorabile. Nella sezione *Home*, trovo rivedibile la voce *Contattaci*, a fondo pagina. Indirizzo, telefono ed e-mail sono troppo piccoli e difficili da leggere.

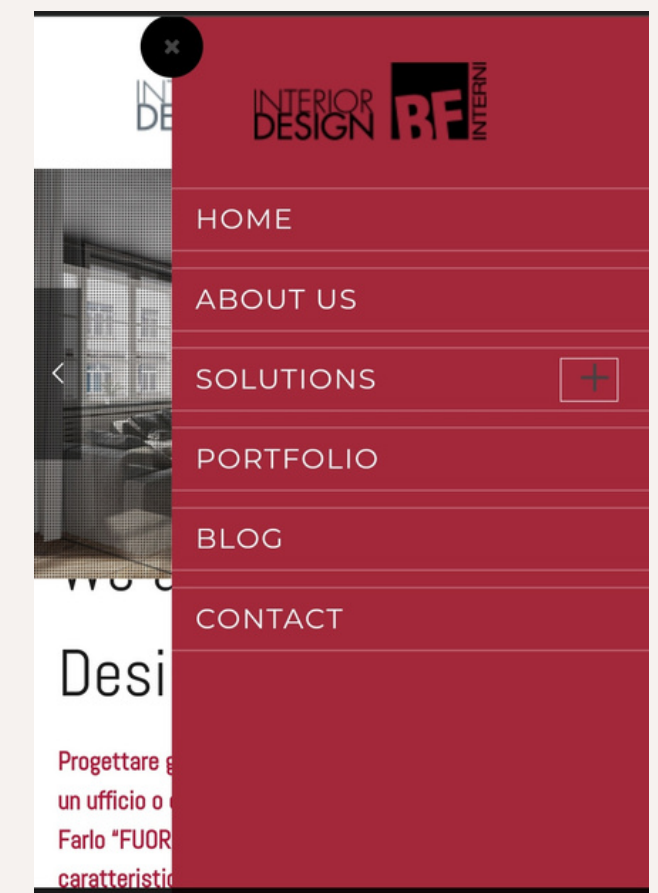
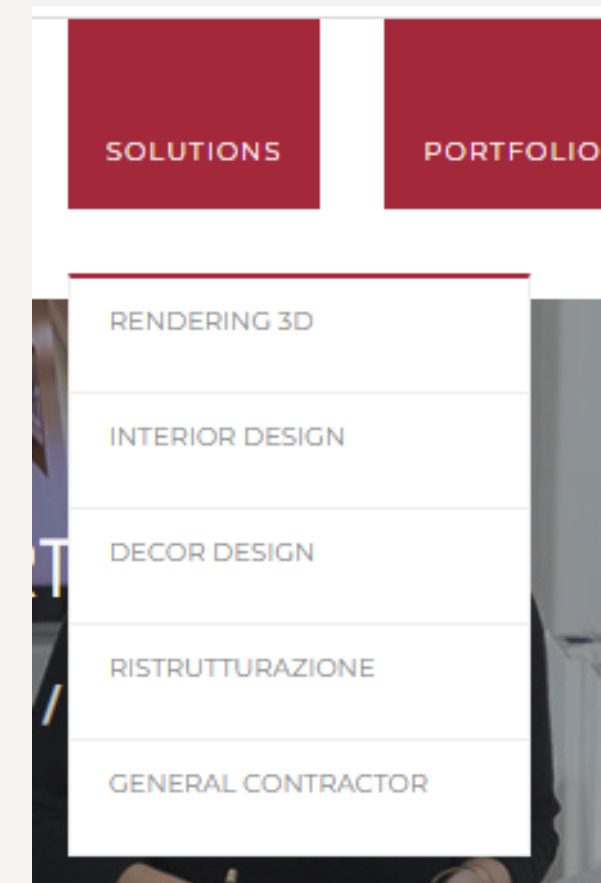
Alla stessa voce, sul lato destro si può vedere una parte della mappa del territorio circostante l'attività, con il punto in cui si trova il negozio che risulta nascosto dallo sfondo nero. Messa così, la mappa è inutile e fuorviante.



Analisi del sito - Lato utente

Solutions

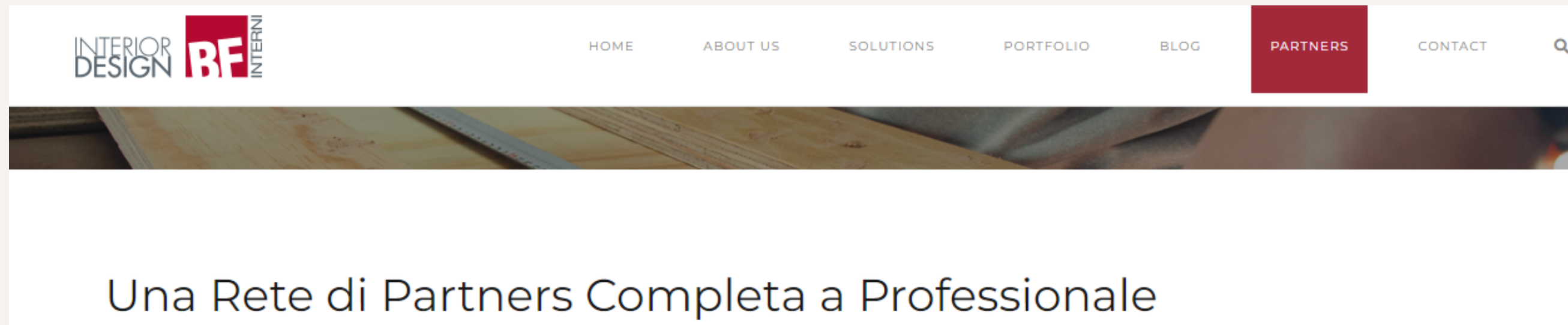
La sezione *Solutions* è l'unica che si sviluppa con un menù a tendina. La versione mobile, grazie alla presenza di un + che indica il menù a tendina, rende più immediata la navigazione, rispetto a quella desktop. Tuttavia, per una questione di coerenza visiva del sito, penso che sarebbe più chiaro rimandare a una pagina che faccia da indice delle sottovoci, aggiungendo per ognuna una breve descrizione (come fatto con la sezione *Portfolio*, per esempio).



Analisi del sito - Lato utente

Partners

C'è un refuso evidente nel titolo: *Una rete di partners completa A professionale*. La voce */ risultati sono sotto i nostri occhi* è ridondante, gli stessi collegamenti sono stati inseriti nella sezione portfolio. Questa ripetizione è confusionaria, per l'utente, e non è particolarmente utile per la link building interna.



Analisi del sito - Lato utente

Partners

Sempre nella sezione Partners, non capisco l'utilità della voce. *La nostra rete di partner suddivisa per tipologia.* Se l'azienda propone direttamente questo tipo di servizi, è meglio integrare questa voce in *Solutions*, ovvero la voce istintivamente più attraente per l'utente. Se invece si vuole far leva sulla qualità dei collaboratori, la soluzione migliore è inserire dei link esterni che rimandino ai siti delle varie attività, in un'ottica di Content Marketing

 Altri progetti

LA NOSTRA RETE DI PARTNER SUDDIVISA PER TIPOLOGIA



OPERE MURARIE

- **Impresa edile per grandi opere**, demolizioni e costruzione ex novo con macchinari che non tutti hanno come scavatori, demolitori e simili.
- **Impresa edile per opere minori**, come ristrutturazioni, rifacimenti o sistemazione di contesti residenziali, retail, terziario come uffici. A differenza della prima usiamo questa impresa per opere più mirate e di minor impatto.



PARQUET

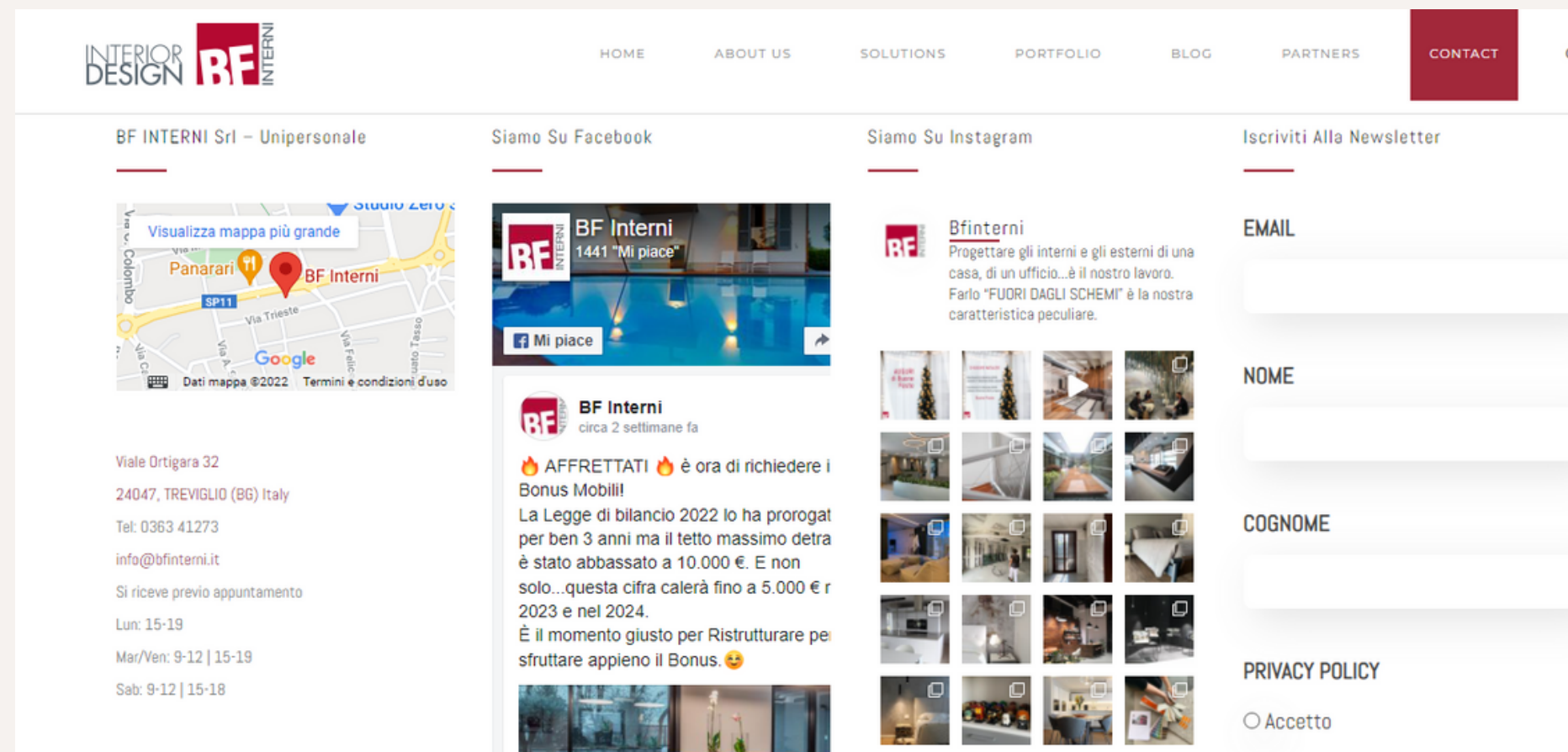
Impresa che si occupa di posare tutti i tipi di pavimentazione relativi a legnami o parquet. Esperienza quasi trentennale, posa secondo regola d'arte ogni tipologia di parquet con appositi materiali e sottofondi fino alla lamatura finale.

posa di parquet tradizionale, listoni, listoncini / ripristino vecchi pavimenti in legno / levigatura / zoccolini / rivestimento di pareti pavimenti esterni in teak, pvc, vinile

Analisi del sito - Lato utente

Call to action

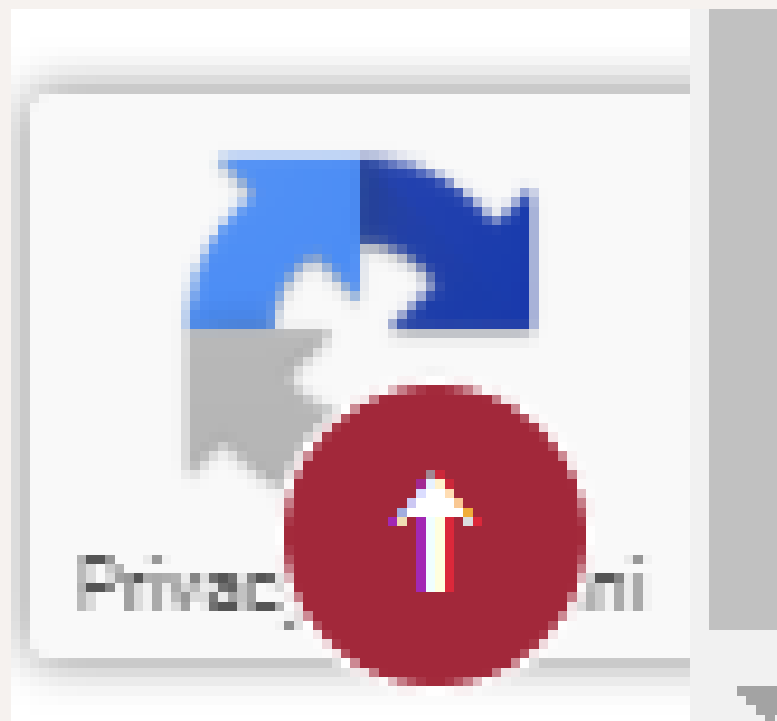
Trovo utile l'idea di inserire le CTA che rimandino a Maps e ai canali social, oltre che l'iscrizione alla newsletter, al termine di ogni pagina. Le trovo però ingombranti, soprattutto per quanto riguarda le Pagine Facebook e Instagram. Un anchor text ben evidente o il logo dei social sarebbero stati sufficienti, soprattutto per una pagina che lavora nel design e che deve fare dell'armonia visiva del proprio sito un cavallo di battaglia.



Analisi del sito - Lato utente

La Freccia

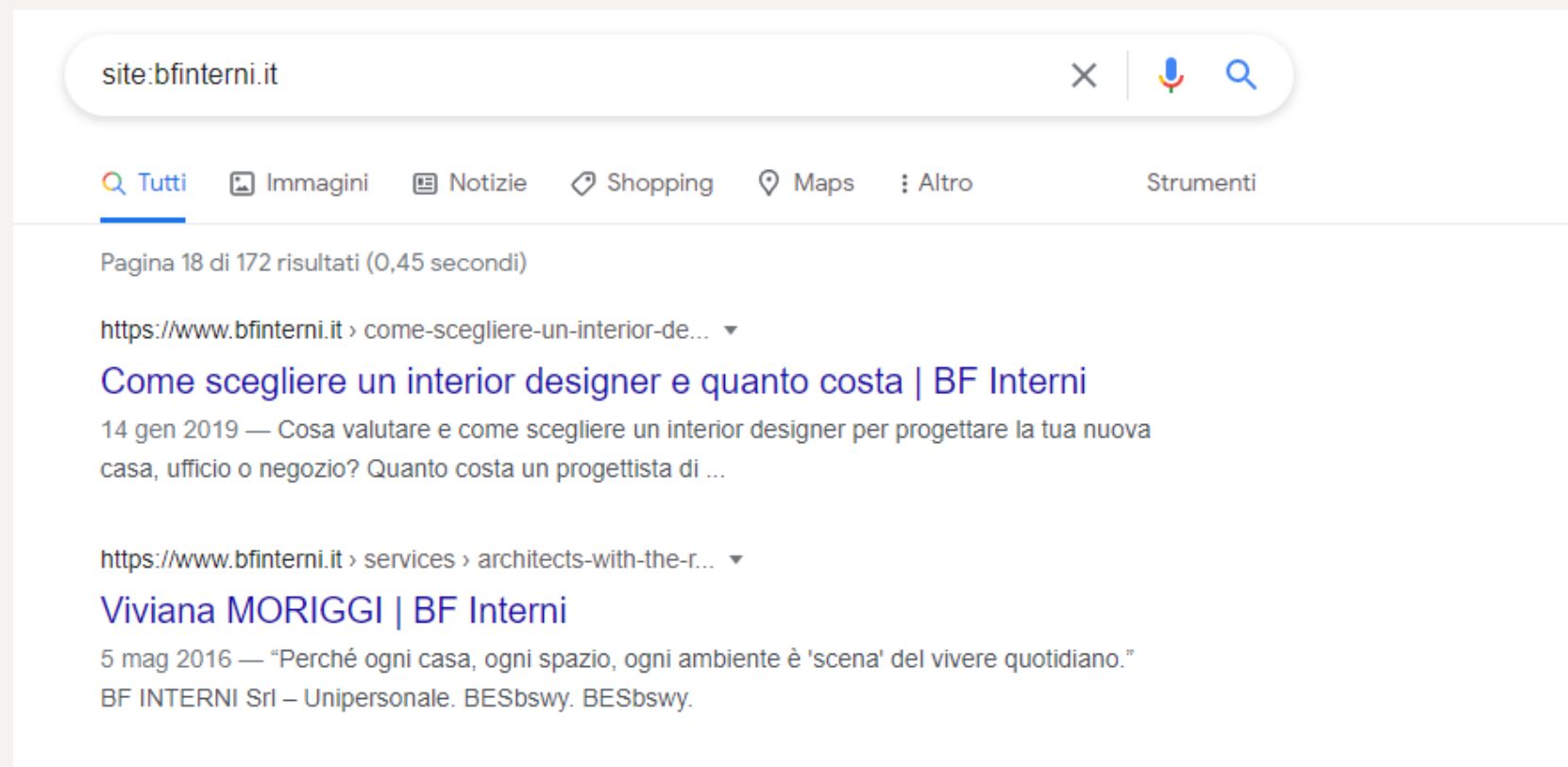
Sia nella versione Mobile che in quella desktop, vi è una freccia che rimanda a inizio pagina. E' molto utile, vista la lunghezza delle pagine, ma è posizionata proprio sopra un re-captcha. Credo che bisognerebbe spostare quest'ultimo, anche di poco, di modo da non accavallare i due pulsanti.



Analisi del sito - Lato Google

Funzione Site

Questa la quantità di risultati scaturita utilizzando la funzione site: di Google. Ok i reindirizzamenti con protocollo https:// e con www. Bene, ad un primo sguardo, HTML, Title e Meta description della prima SERP, quella con le pagine più importanti. La conta delle pagine con la versione di prova di ScreamingFrog è limitata, non ho pertanto proceduto al calcolo dell'index ratio.



Analisi del sito - Lato Google

URL

La URL è semplice e lineare. Ci sono keyword migliori rispetto a *Interni*, ma vi è la presenza di un concorrente, a pochi chilometri di distanza e dal nome molto simile, *BF Interior Design*, che si chiamava precedentemente *BF arredamenti* e che rende rischioso, a mio avviso, cambiare il nome del sito. Si rischia una vera e propria confusione d'identità.

<https://www.bfinterni.it> ▼

BF Interni | Il vostro team esperto di Interior Designer

Progettare interni ed esterni di case, uffici o showroom è il nostro lavoro. Farlo "FUORI DAGLI SCHEMI" è la nostra peculiarità. We are BF INTERNI.

Hai visitato questa pagina 2 volte. Ultima visita: 09/02/22

Analisi del sito - Lato Google

I dati di Screaming Frog: I title

Dall'analisi con ScreamingFrog, su 144 pagine analizzate risultano 19 pagine con titolo superiore ai 60 caratteri. Di queste, 12 hanno titoli da 61-70 caratteri che risultano completamente leggibili nella SERP sia da desktop che da mobile. esempio con un titolo da 70 caratteri.

<https://www.bfinterni.it> > ristrutturazione-uffici ▼

Ristrutturazione Uffici: la Nostra Continua Ri-Evoluzione

25 set 2019 — Perché questo cambiamento? Il nostro metodo di lavoro è mutato lentamente nel tempo, un meccanismo **interno** e inconscio che ci ha portato a ...

RF <https://www.bfinterni.it> > ristrutturaz...

Ristrutturazione Uffici: la Nostra Continua Ri-Evoluzione | BF Interni

25 set 2019 — Ristrutturazione uffici: ci siamo allargati. Ci siamo Evoluti ancora una volta. Un cambiamento esterno ma anche un miglioramento interiore.

Panoramica	Struttura del sito	Tempi di risposta	API	Ortografia e grammi		
				URL	% del tot...	
▼ Titoli di pagina						
Tutti				144	100%	
Mancante				0	0%	
Duplicato				0	0%	
Oltre 60 caratteri				19	13,19%	
Sotto 30 Caratteri				11	7,64%	
Oltre 554 pixel				14	9,72%	
Sotto 200 pixel				2	1,39%	
Uguale a H1				76	52,78%	

Analisi del sito - Lato Google

I dati di Screaming Frog: I title

I restanti 7 title, tutti attinenti a pagine del blog, possono essere corretti e ridotti facilmente.
Il title più lungo conta 91 caratteri:

Ristrutturare casa: 6 cose da sapere per scegliere l'interior designer giusto! | BF Interni

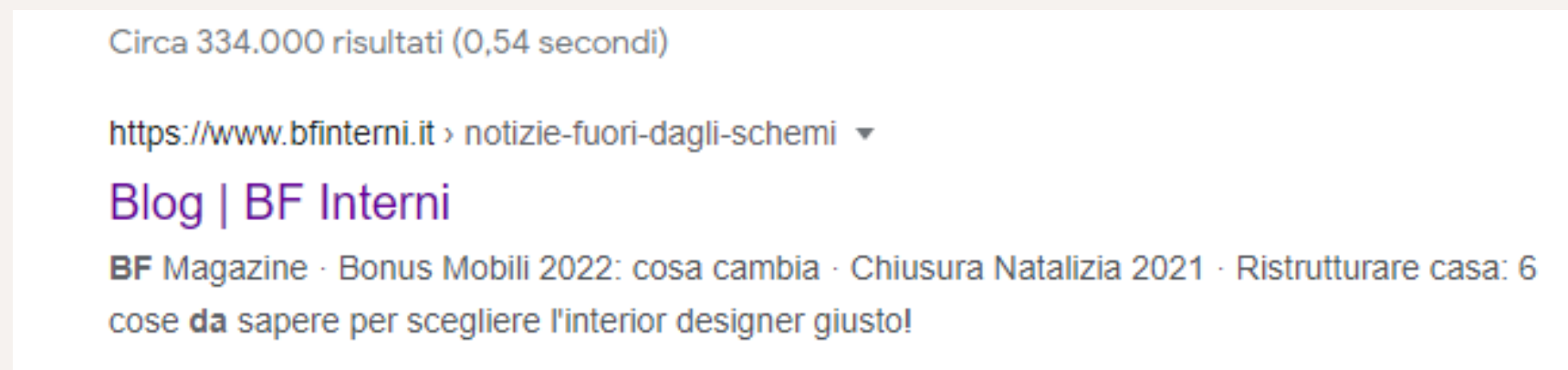
Può essere rielaborato passando dalla struttura N. x obiettivo alla struttura Come -->
Obiettivo:

Come scegliere il designer per ristrutturare casa | BF Interni

Analisi del sito - Lato Google

I dati di Screaming Frog: Meta Description

Vi sono 31 pagine (su 144) senza meta description. Per alcune, come la pagina iniziale del blog, è stato utilizzato un sistema gerarchico di H1 e H2 per indicare gli articoli del blog. Vista la facilità di lettura per l'utente, non apporterei modifiche.

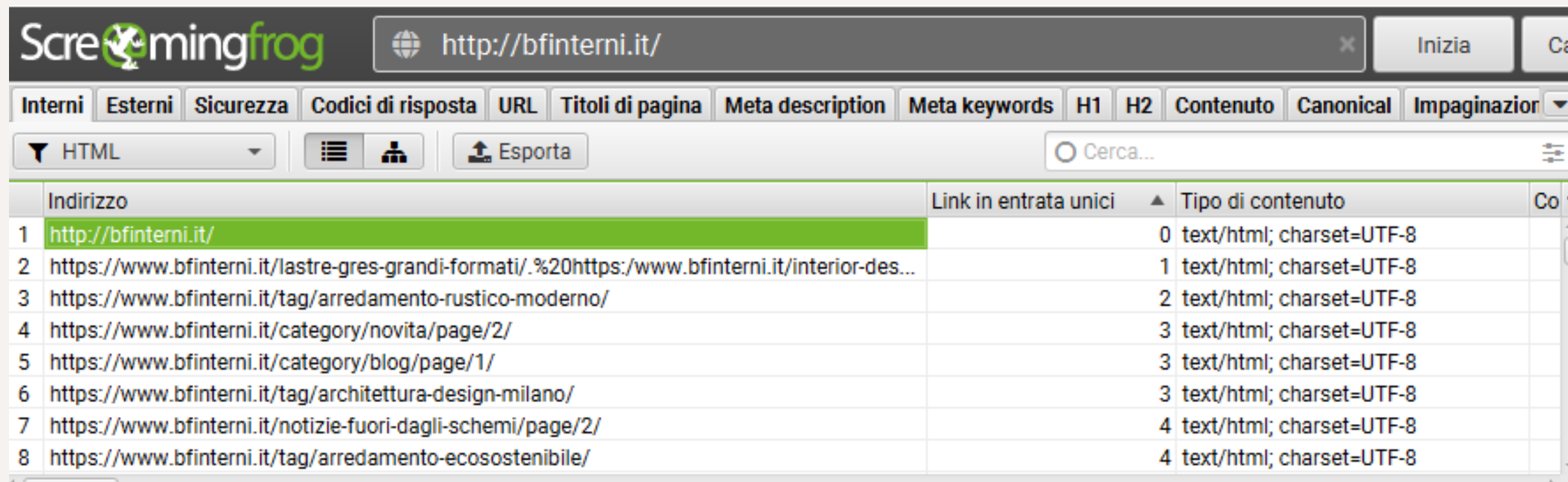


Nome	Valore
Codice di stato	200
Stato	OK
Versione HTTP	1.1
Indicizzabilità	Indicizzabile
Dimensione	166.0 KB
Titolo 1	Blog BF Interni
Lunghezza del titolo 1	17
H1-1	BF Magazine
Lunghezza H1-1	11
H2-1	Bonus Mobili 2022: cosa cambia
Lunghezza H2-1	30
H2-2	Chiusura Natalizia 2021
Lunghezza H2-2	23
Meta robots 1	follow, index, max-snippet:-1, max-video-preview:-1, max-image-preview:large

Altre pagine senza meta description sono di importanza secondaria, come gli avvisi di chiusura per ferie. Si potrebbe inserire in questo caso specifico una breve meta description che inviti ad aprire la pagina per verificare le date e gli orari di chiusura.

Analisi Link Building Interna e Pagerank

ScreamingFrog non fornisce i dati per il Link Score. Dall'analisi dei link unici risulta che la link building interna è comunque molto buona. Ad eccezione dello zero della Landing Page, c'è una sola pagina con un unico link, relativa ad un articolo del blog. Si potrebbe collegare ad altri articoli correlati. In generale, anche per altri articoli del blog, con più di un link, si potrebbe creare qualche collegamento in più con gli altri articoli (con il classico *Leggi anche:*)

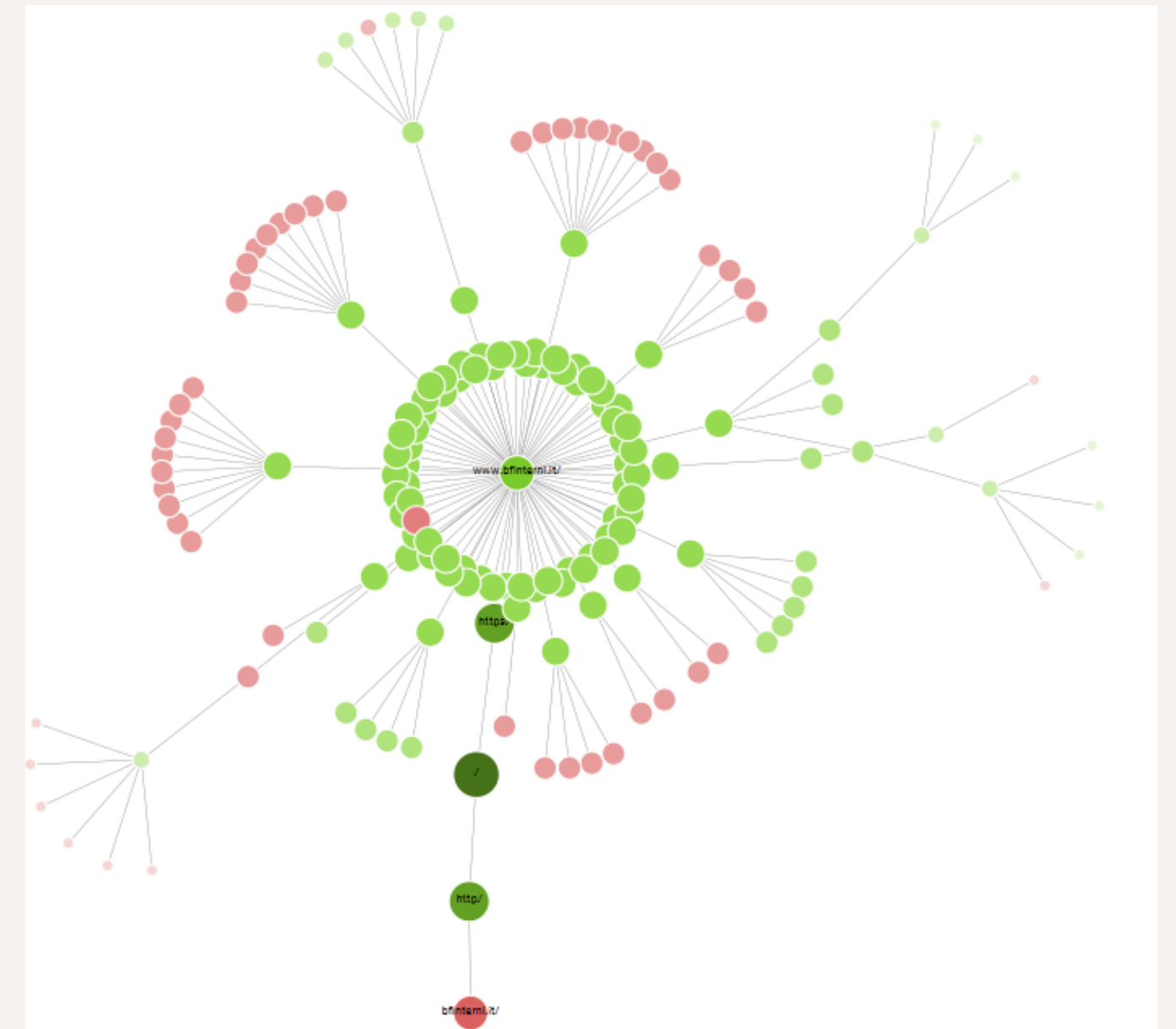


The screenshot shows the ScreamingFrog tool interface. The address bar displays 'http://bfinterni.it/'. Below the navigation tabs, a table lists internal links. The first row is highlighted in green. The table has four columns: 'Indirizzo', 'Link in entrata unici', 'Tipo di contenuto', and 'Co'.

	Indirizzo	Link in entrata unici	Tipo di contenuto	Co
1	http://bfinterni.it/	0	text/html; charset=UTF-8	
2	https://www.bfinterni.it/lastre-gres-grandi-formati/.%20https://www.bfinterni.it/interior-des...	1	text/html; charset=UTF-8	
3	https://www.bfinterni.it/tag/arredamento-rustico-moderno/	2	text/html; charset=UTF-8	
4	https://www.bfinterni.it/category/novita/page/2/	3	text/html; charset=UTF-8	
5	https://www.bfinterni.it/category/blog/page/1/	3	text/html; charset=UTF-8	
6	https://www.bfinterni.it/tag/architettura-design-milano/	3	text/html; charset=UTF-8	
7	https://www.bfinterni.it/notizie-fuori-dagli-schemi/page/2/	4	text/html; charset=UTF-8	
8	https://www.bfinterni.it/tag/arredamento-ecosostenibile/	4	text/html; charset=UTF-8	

Mappatura

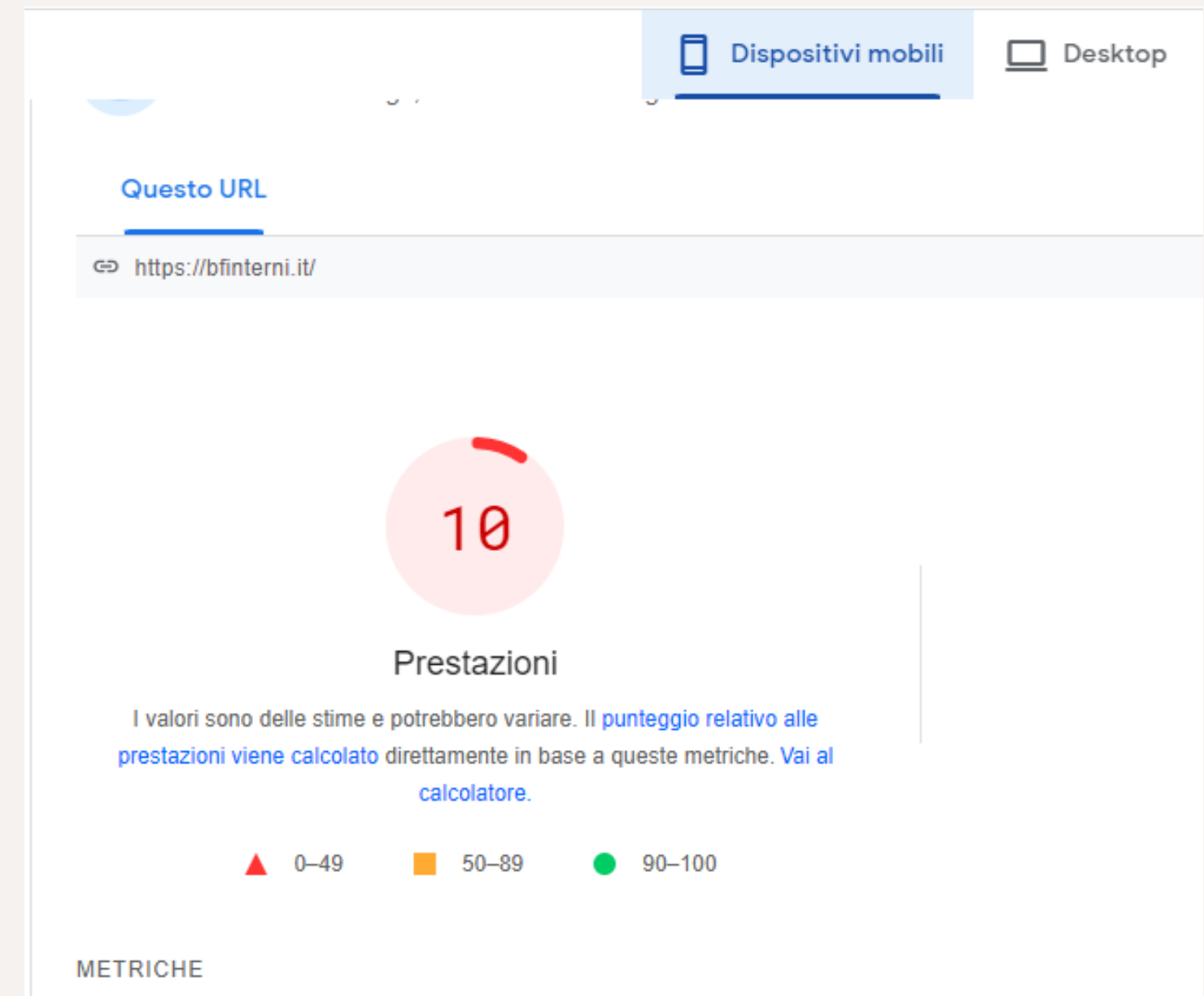
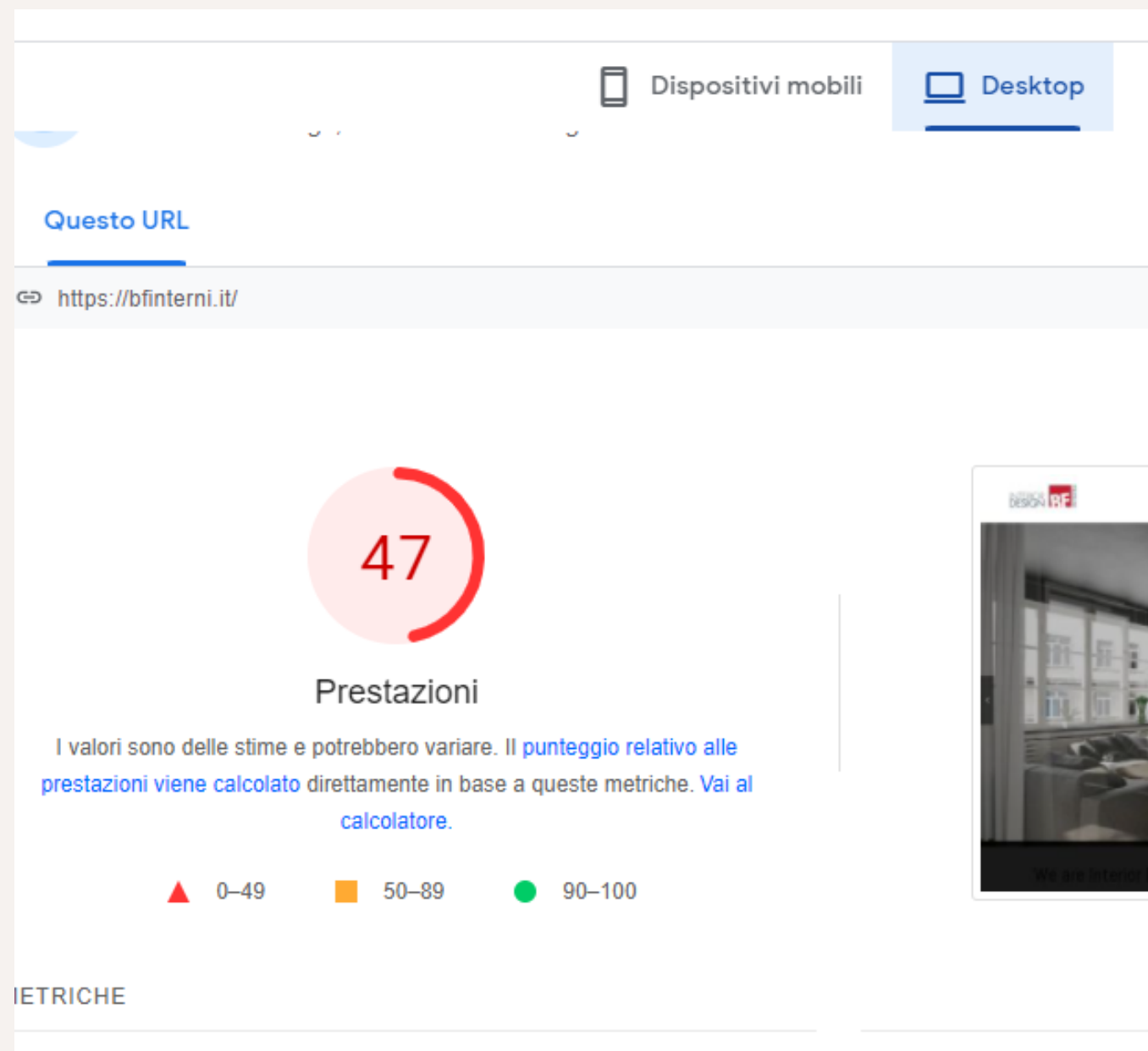
La mappatura del sito è buona, la maggior parte delle pagine è raggiungibile con un numero ragionevole di click. I molteplici *red dots* riguardano pagine con attributo noindex. Fra queste, la maggior parte sono relative al blog, e in particolare alle pagine riassuntive inserite mese per mese (*Agosto 2021, Settembre 2021* ecc.) . Dal momento che ognuna di queste pagine contiene in media uno-due articoli, ritengo questo sommario eccessivo, di fatto c'è un click di troppo per raggiungere l'articolo.



Analisi velocità

I dati di PageSpeed Insights

L'analisi con PageSpeed Insights mostra un punteggio di 10 per la versione mobile, e di 47 per quella desktop. Sono entrambi valori ampiamente insufficienti



Analisi velocità

I dati di PageSpeed Insights

Il suggerimento più importante riguarda l'utilizzo di immagini con formati più recenti. Per un sito di una simile attività, l'utilizzo di immagini ad alta risoluzione è fondamentale, ma comporta un rallentamento. I formati WebP e AVIF sono più comprimibili rispetto ai Jpeg. Vi sono dei plug-in di WordPress che eseguono questo tipo di conversione (es. Imagify)

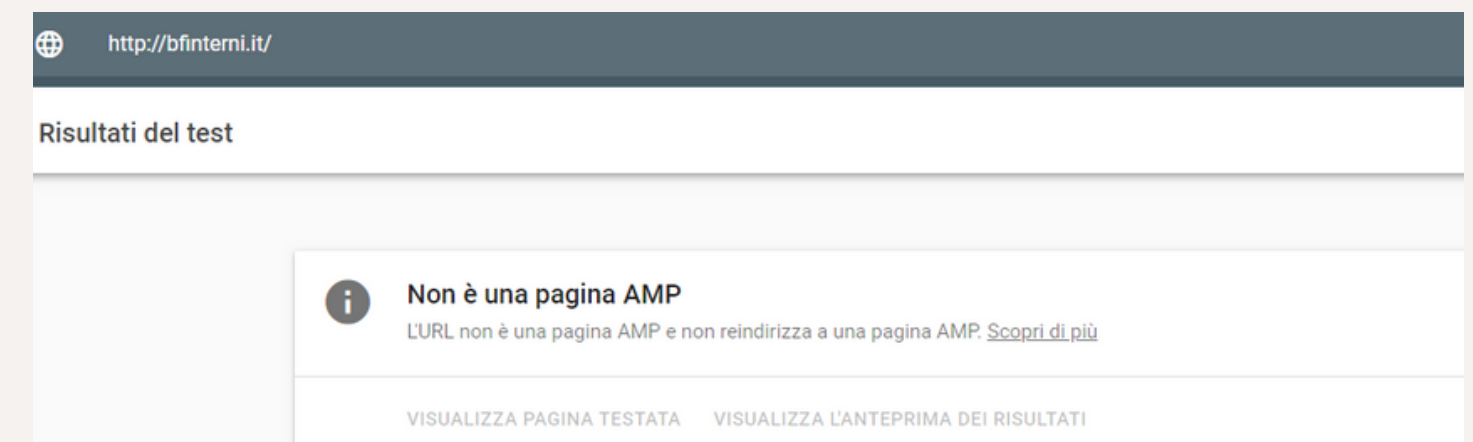
Altro suggerimento segnalato è la riduzione del tempo di risposta dei server. Qui, la soluzione potrebbe essere una migliore qualità dell'host, oltre a un miglior DNS provider e la riduzione del numero di plugin

Poi, Eliminare le risorse di blocco della visualizzazione. Infine, relativamente al mobile, bisogna limitare i contenuti CSS e JavaScript inutilizzati. In questi casi bisogna intervenire su CSS e JavaScript tramite appositi plugin (es. Autoptimize).

Site Audit

Il sito è mobile friendly, si adatta pertanto a tutti i tipi di dispositivi mobili.

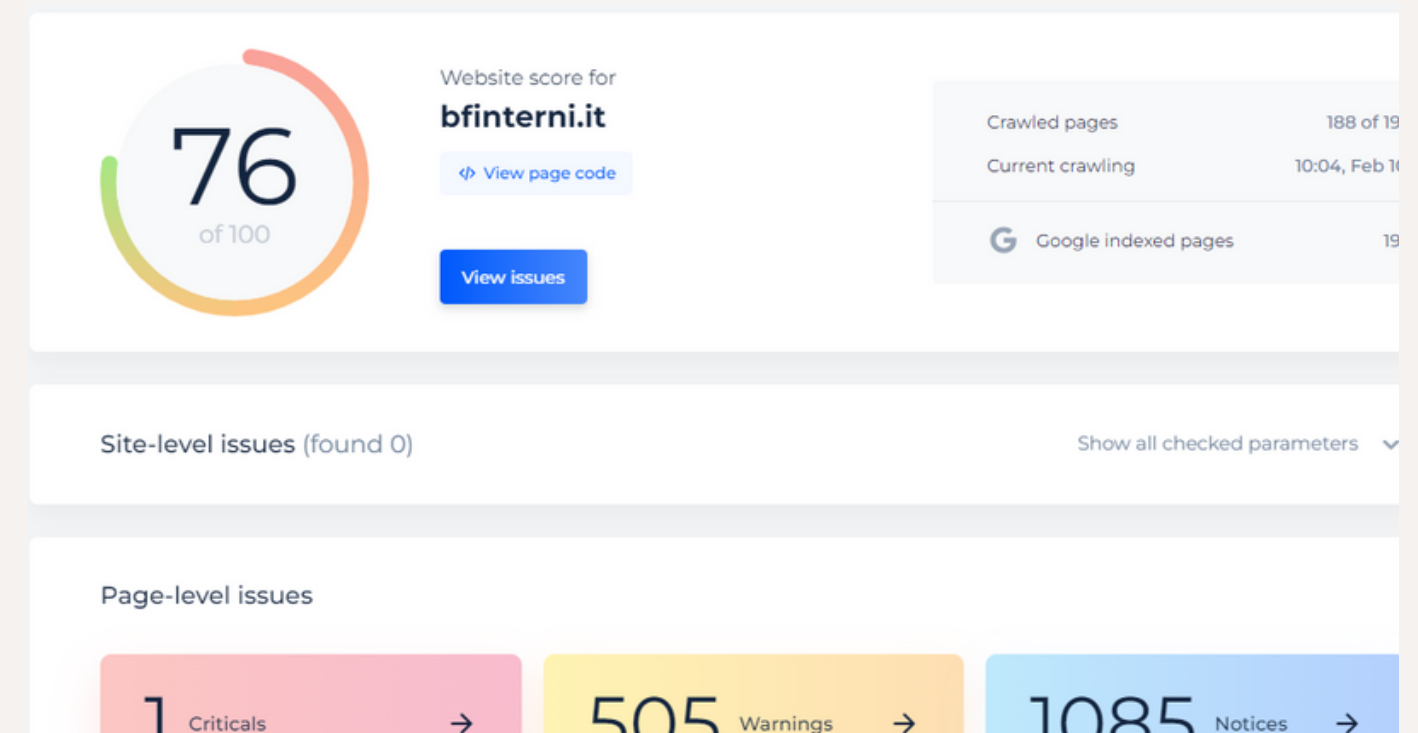
Non è però AMP. Analizzando il report di Google, il suggerimento principale potrebbe essere la riduzione delle dimensioni delle immagini (e/o, come visto in precedenza, il cambio di formato) e la minimizzazione di CSS e JavaScript.



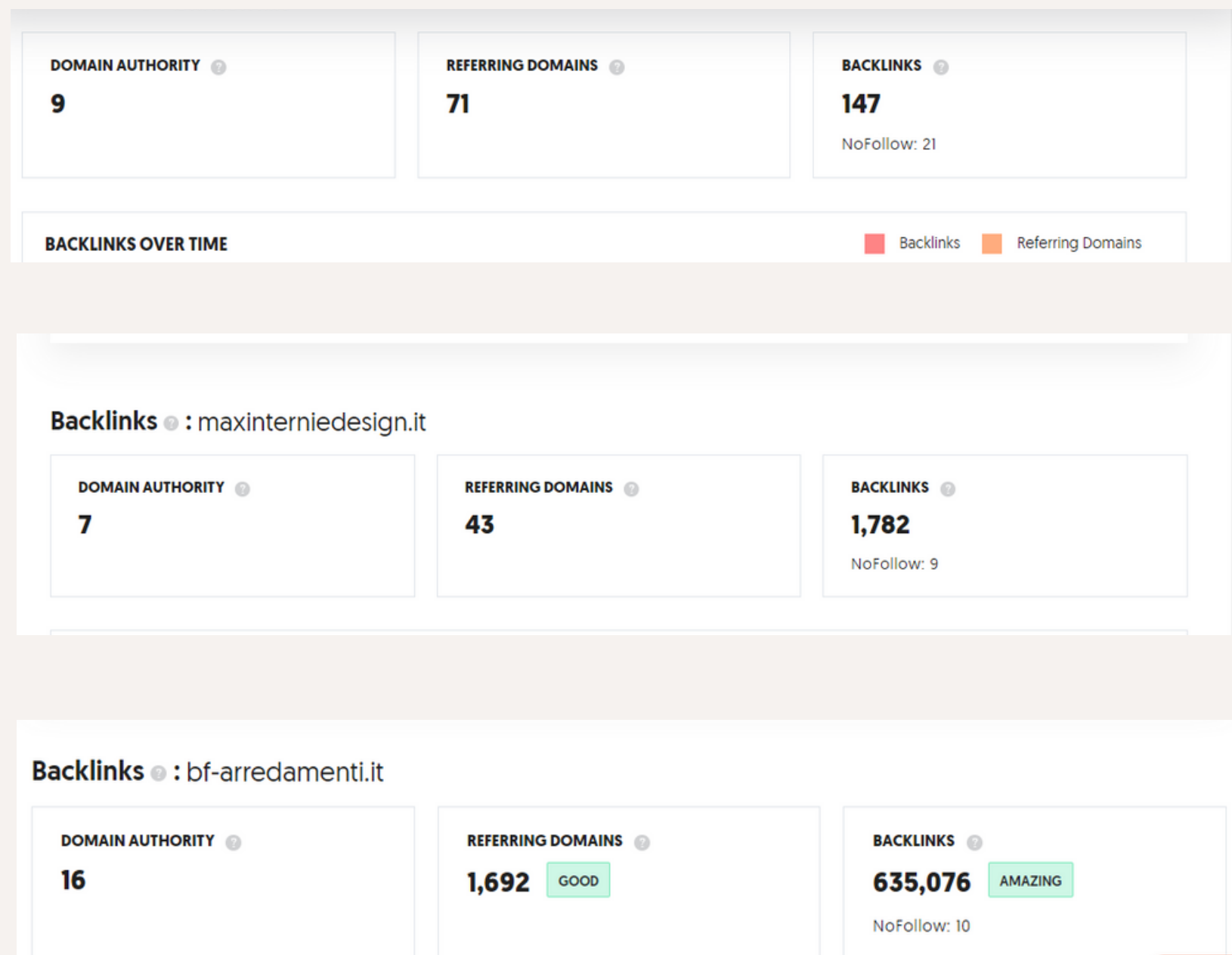
Site Audit

I dati di Ubersuggest e Sitechecker

L'analisi risulta positiva, ma certamente migliorabile. Il vero limite, evidente, è la lentezza di caricamento, pari a 7,5 s per la versione desktop e 26 s per quella mobile, contro gli ottimali 2,5 s. Migliorabile anche l'interattività, ovvero il tempo totale in cui una pagina viene bloccata e non può rispondere all'input del visitatore (come il clic del mouse o un tap sullo schermo). Necessario lavorare soprattutto sul formato delle immagini, in questo caso.



Strategia Backlinks



L'analisi backlinks è stata effettuata con Ubersuggest. Ho paragonato i backlinks di BF interni con quelli di due principali concorrenti per dimensioni e posizione, ovvero Max Interior Design e BF Arredamenti. L'analisi a livello quantitativo è abbastanza relativa, i tre siti hanno una quantità di backlink di tre ordini di grandezza differenti. Nei siti dei due concorrenti, vi è un'alta quantità di link spam. Ragionevole però prendere ispirazione dai migliori link della concorrenza.

Strategia Backlinks

Max Interior Design, per esempio, è menzionato nel sito del distretto commerciale locale, diversamente da BF Interni.

La strategia di BF Interni fa leva su una grande percentuale di articoli di riviste specializzate del mondo dell'arredo. Se da un lato questo garantisce link di qualità, dall'altro rischia di rendere il sito fruibile solamente da una nicchia di esperti. Potrebbe essere utile fare leva su alcuni influencer locali. Importante anche creare una strategia di Content Marketing e di sponsorizzazione reciproca con i principali collaboratori. Potrebbe essere utile, inoltre, valorizzare i collegamenti del blog, a mio avviso il vero punto di forza del sito. Riuscire a far menzionare qualche articolo del blog da un sito generalista, come quello di un quotidiano locale, potrebbe portare ottimi risultati. Infine, mancano le recensioni di chi ha avuto esperienze con BF interni. Non servono necessariamente collegamenti a siti di terze parti, può essere inserita una sezione *Dicono di noi* nella Homepage

Motivazione

Ho scelto BF Interni perché da anni fornisce un servizio di qualità molto alta. La differenza con i principali concorrenti è relativa alla grande attenzione relativa alle tematiche ambientali. BF interni, infatti, si impegna da anni ad utilizzare materiali riciclabili ed ecosostenibili, in un settore dove l'attenzione all'ambiente è spesso snobbata o comunque poco considerata.

Grazie per l'attenzione

Paolo Gomiero