

# VISIBILITÀ SUI MOTORI DI RICERCA: GOOGLE

Come faccio a farmi trovare su internet anche da chi non mi conosce

In questi anni abbiamo aiutato molte persone e molte aziende come te. Ci hanno domandato come potevano indicizzare e posizionare i propri siti web in testa ai motori di ricerca come **Google**.

Abbiamo arricchito molte persone e ora intendiamo farlo anche con te: vogliamo raccontarti tutti i segreti per generare traffico gratuito per il tuo sito web.

Ti domanderai: com'è possibile?

Segui le mie indicazioni e rimarrai sorpreso da quanto questa cosa possa cambiarti la vita. Per ottenere quello che stai cercando dovrai rispondere ad alcune domande che ti farò.

La vera protagonista di questo capitolo è la **parola chiave** (in inglese keyword).

## Cos'è una parola chiave?

È la parola attraverso la quale le persone cercano informazioni su noi e sui nostri prodotti /servizi su Google. Se ci pensi bene, questo rappresenta il **bisogno** specifico dei nostri clienti.

Scoprirai ben presto che non è importante esserci, ma essere almeno in prima pagina ed in modo particolare nelle prime tre posizioni.

Allora che fare? Prima di tutto tieni alto il tuo morale e rispondi serenamente e sinceramente a questi domande.

### TARGET

In quale settore operi?

Che tipo di attività sei? (manifatturiero, commerciale, servizi, associazionismo, movimento...)

A quale tipo di mercato ti rivolgi? (consumatore finale, intermediari)

Quale è il tuo mercato geografico? (locale, Italia o internazionale)

### UTILIZZO SITO WEB

Il motivo per cui utilizzi il sito web? (vendita, ricerca contatti, presentazione attività, creazione o rafforzamento della notorietà del marchio...)

### ELENCO VANTAGGI COMPETITIVI (il tuo segreto per vincere sui motori)

Ora fermati un attimo, mettiti comodo e rispondimi sinceramente a questa domanda: Il motivo per cui dovrei comprare il tuo prodotto/servizio? In che cosa ti distingui dai tuoi concorrenti?

Sono molto curioso di conoscere la tua risposta.

Ho stimolato molti imprenditori e professionisti a farlo. Quello che conta è **accuratezza e sincerità** assoluta nella tua risposta. Questo atteggiamento ti arricchirà di sicuro. Prendi coscienza del tuo vero valore, quando l'esercizio è fatto bene serve per catturare traffico web qualificato.

Ora inizia a scrivere:

Rispondimi e stupiscimi con risposte sorprendenti!

## ELENCO DELLE PAROLE CHIAVE

Con quali parole pensi che ti trovino i tuoi clienti?  
Fammi un elenco:

---

---

---

Se non ci sei riuscito ti vorrei dare qualche suggerimento.

### Esempio 1:

Per esempio se sei un idraulico, forse è bene aggiungere la località in cui presti il servizio. Se sei un idraulico di Milano, vista la probabile alta concorrenza ti consigliamo di usare un valore aggiunto  
IDRAULICO MILANO PORTA ROMANA (chiave di ricerca con attributo geografico specifico)  
IDRAULICO PRONTO INTERVENTO MILANO (chiave di ricerca con attributo di valore specifico)

### Esempio 2:

Se sei un Bed and Breakfast di Roma, vista la probabile alta concorrenza ti consigliamo di usare un valore aggiunto  
BED AND BREAKFAST CAPPELLA SISTINA ROMA (chiave di ricerca con attributo geografico specifico)  
BED AND BREAKFAST ROMA CANI AMMESSI (chiave di ricerca con attributo di valore specifico)

Ed ora vai su Google per vedere che risultati offre!

## ATTIVITÀ SU GOOGLE Analisi delle richieste su Google (analisi della domanda)

Ora entriamo nel bello! È importante sapere cosa accade in uno dei mercati più importanti al mondo: **Google**. Per me questo è un mondo affascinante, ho passato molto tempo a studiarlo e a lavorarci su. L'esito finale è stato più che mai positivo! Ho arricchito molte aziende che sono diventate delle autentiche star del web. Da perfette sconosciute sono divenute famose in tutto il mondo con posizionamenti strabilianti. Hanno ottenuto traffico, richieste di contatto, ordini e soprattutto hanno riempito i loro conti correnti con molti **euro**!

Per decidere cosa fare è opportuno prima di tutto conoscere l'attrattività del tuo mercato di riferimento. Tradotto in italiano corrente, quanti cercano informazioni sul tuo prodotto, con quali parole chiave ricercano? E con quale volume di ricerca?

Per saperlo Google mette a disposizione il suo straordinario strumento per la gestione delle parole chiave.  
Entra e Vai su Adwords

<https://adwords.google.com>

ed infine registrati.

## ATTIVITÀ SU GOOGLE

### Analisi delle richieste su Google (analisi della domanda)

Segui i seguenti passi entrando nelle seguenti sezioni:

- > Strumenti ed Analisi
- > Strumento di pianificazione delle parole chiave
- > Ottieni il volume

Ora inserisci, nell'apposito pannello, le parole chiave. Osserva i due esempi:

#### Esempio 1:

Idraulico Milano

Pianifica le tue parole chiave

Idee per gruppi di annunci		Idee per le parole chiave		Scarica	Aggiungi tutti (3)
Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili	Concorrenza	Offerta consigliata	Quota impressioni annuncio	Aggiungi al piano
Idraulico Milano	1.900	Alta	€ 5,56	0%	»
Idraulico pronto intervento Milano	50	Alta	€ 7,28	0%	»
Idraulico Porta Romana Milano	-	-	-	-	»

Come puoi vedere la parola chiave "Idraulico Milano" è molto ricercata ma ha anche tanti concorrenti diversamente da "Idraulico pronto intervento Milano" è meno ricercata ma ha tanti concorrenti. La parola chiave "Idraulico Porta Romana Milano" ha poca ricerca e poca concorrenza. Dopo questa prima analisi puoi già iniziare a ragionare su quella che potrebbe essere la tua strategia fattibile e sostenibile. Per esempio potresti inserire altre parole chiave e fare altre considerazioni. Ora continua a fare altre prove con altre combinazioni di parole chiave. Il mio consiglio, se hai una piccola attività, è di scegliere una parola chiave di nicchia. Ecco perché è importante lavorare bene nell'elenco dei **vantaggi competitivi**!

#### Esempio 2:

Bed and Breakfast Roma

Analizza la concorrenza e scegli le parole chiave migliori

Idee per gruppi di annunci		Idee per le parole chiave		Scarica	Aggiungi tutti (6)
Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili	Concorrenza	Offerta consigliata	Quota impressioni annuncio	Aggiungi al piano
B&B Roma	27.100	Alta	€ 1,08	0%	»
Bed and Breakfast Roma	27.100	Alta	€ 0,85	0%	»
B&B Vaticano Roma	70	Alta	€ 0,86	0%	»
Bed and Breakfast Vaticano Roma	50	Alta	€ 0,87	0%	»
B&B Cappella Sistina Roma	-	-	-	-	»
Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma	-	-	-	-	»

"B&B Roma" e "Bed and Breakfast Roma" hanno un enorme volume di ricerca con un alta concorrenza. Mentre "B&B Vaticano Roma" e "Bed and Breakfast Vaticano Roma" hanno molta meno ricerca e tuttavia con alto livello di concorrenza. Anche in questo caso ti consiglio di indagare con nuove parole chiave che siano con un buon livello di traffico e con poca concorrenza.

Sono convinto che ora hai imparato qualcosa di più ed inizi a pensare alla tua attività e stai già elaborando una tua personale strategia.

## ATTIVITÀ SU GOOGLE

### Analisi della concorrenza (analisi dell'offerta)

Ecco un altro segreto che rappresenta un modo pratico per vedere come si muove la concorrenza. Prima di iniziare un'attività sul web è importante vedere quanto il tuo mercato è competitivo. Ovvero, è importante sapere quanti concorrenti hai. Ti piacerebbe vedere con gli occhi di un cliente cosa c'è sui motori di ricerca? Se la risposta è sì, segui alcuni esempi di studio di mercato attraverso Google. Vai su internet in:

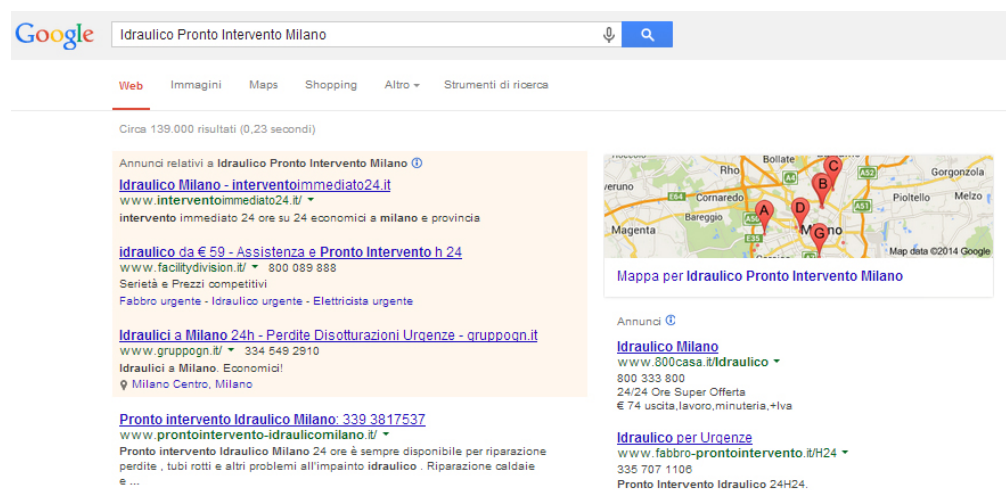
[www.google.it](http://www.google.it)

#### Esempio 1:

"Idraulico Pronto Intervento Milano"

I risultati possibili sono 139.000 (queste sono le pagine concorrenti che hai)

Scopri quanto è competitivo il tuo mercato

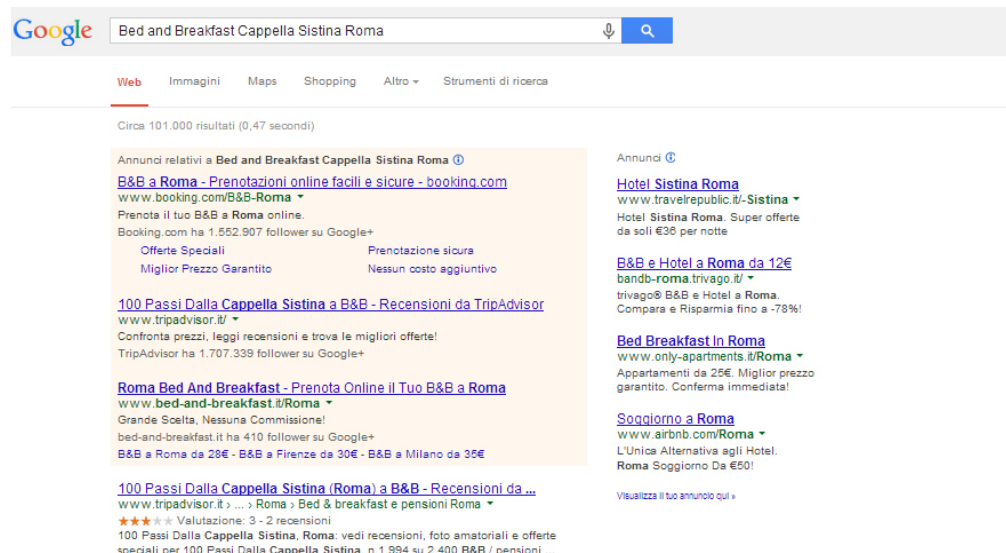


#### Esempio 2:

"Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma"

I risultati possibili sono 101.000 (queste sono le pagine concorrenti che hai)

Scopri chi sono i tuoi concorrenti con uno studio di mercato



Nelle due case histories potete vedere che la chiave di ricerca *"Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma"* ha meno pagine concorrenti rispetto a *"Idraulico Pronto Intervento Milano"*

---

## ATTIVITÀ DI OTTIMIZZAZIONE

Una volta che hai selezionato le parole chiave obiettivo ti consigliamo di fare la seguente attività di ottimizzazione:

### OTTIMIZZAZIONE INTERNA

- Ottimizzazione del contenuto della pagina
- Ottimizzazione della URL
- Ottimizzazione dei Meta Tag
- Ottimizzazione nome Foto

### OTTIMIZZAZIONE ESTERNA

- Creazione link building

Ora ti rivelerò altri importanti segreti basando il tuo lavoro su questi semplici e potenti principi:

- Ottimizza ogni pagina puntando su una sola parola chiave
- Ogni pagina che crei deve essere utile per il tuo cliente. Usa sincerità e candore e mostra i tuoi valori aggiunti.
- Ogni pagina va pensata sempre in modalità **AIDA** (vedi cosa ha scritto Simona) ricordati sempre di richiamare l'**attenzione**, di creare un **interesse**, di suscitare un **desiderio** e di attivare un'**azione** finale

Ora ti domanderai come strutturare una pagina ben ottimizzata.

Di seguito ti darò dei consigli pratici per fare una buona ottimizzazione del tuo sito web.

---

## Ottimizzazione Interna

Gli inglesi dicono che *"Content is King"*. È proprio vero.

In questi anni tutti i clienti che hanno seguito questo principio che a suo tempo avevo imparato in un corso americano hanno visto aumentare il numero dei loro clienti vistosamente.

Ci sono due motivi perchè questo principio è magico:

1. Perché Google è ghiotto di informazioni utili da dare al mondo intero: le pagine ben redatte e ben strutturate tendono a stare in testa ai motori di ricerca
2. Il potenziale cliente che legge una pagina ben strutturata ha più possibilità di scriverci o chiamarci per acquistare il nostro prodotto.

### CONTENUTO DELLA PAGINA:

Inserire la parola chiave nel titolo della pagina. Il contenuto della pagina è bene che riporti la densità della parola chiave in una percentuale del 3-4%

### URL

Inserire la parola chiave nella URL.

*Esempio:* parolachiave.html

### META TAG

Inserire la parola chiave nel Meta Title, nel Meta Description e nelle Meta Keywords

### NOME FOTO

Nominare la foto con la parola chiave

*Esempio:* parolachiave.jpg

Vediamo subito un esempio di come ottimizzare una pagina:

#### Esempio 1:

“Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma”

TITOLO DELLA PAGINA: Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma

CONTENUTO DELLA PAGINA: Benvenuti al Bed and Breakfast Cappella Sistina di Roma , luogo di charm ed economico nel cuore di Roma!

Casa è vicina alla fantastica Cappella Sistina di Michelangelo con gli annessi Musei Vaticani e Basilica di San Pietro. E' davvero facile arrivare a piedi a Castel Sant'Angelo Piazza di Spagna, Fontana di Trevi, Piazza Navona, Phanteon , Colosseo ed i maggiori centri turistici, oppure comodamente girare in autobus e metro con le vicine stazioni di “Cipro Musei Vaticani” ed “Ottaviano S. Pietro”. Vi attende una calorosa atmosfera di charm sentendovi a casa vostra nel cuore di Roma, al sesto piano di un palazzo d'epoca restaurato col fascino originale dai colorati pavimenti a veneziana ai mobili antichi, con camere accoglienti e con bagno privato (dentro o di fronte la camera). Avrete privacy e comfort assoluti. E' tutto a portata di mano, banche, negozi, supermarket, farmacie, ristoranti e le tipiche pizzerie, tutto vicinissimo! Mario il proprietario sarà pronto ad aiutarvi per qualsiasi cosa avrete bisogno, indicandovi tutti i segreti per vivere la Citta Eterna, col minor budget e massima soddisfazione!! Avrete mappe e informazioni di arte architettura, storia, musei, panorami, ristoranti e club, divertimenti ed eventi durante la vostra vacanza!

Ci vediamo presto. Un caloroso saluto...

Mario ;-)

URL PAGINA: [dominiomiosito.it/Bed\\_and\\_Breakfast\\_Cappella\\_Sistina\\_Roma.html](http://dominiomiosito.it/Bed_and_Breakfast_Cappella_Sistina_Roma.html)

META TITLE: Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma

META DESCRIPTION: Se vuoi visitare Roma e sei alla ricerca di un buon Bed and Breakfast nei pressi della Cappella Sistina allora hai trovato il sito giusto

META KEYWORDS: B&B Roma, Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma, B&B Cappella Sistina Roma, Bedandbreakfast Roma Vaticano.

NOME DELLA FOTO: Bed\_and\_Breakfast\_Cappella\_Sistina\_Roma.jpg

## Esempio 2:

"Idraulico Pronto Intervento Milano"

TITOLO DELLA PAGINA: Idraulico Pronto Intervento Milano

CONTENUTO DELLA PAGINA: Idraulico Pronto Intervento Milano è leader in Lombardia nel settore del Pronto Intervento Idraulico. Grazie al supporto di squadre di idraulici situate in diverse zone di Milano e della provincia siamo in grado di intervenire con rapidità per risolvere qualsiasi genere di problema idraulico.

Se hai bisogno di un Idraulico Urgente a Milano o in provincia chiama senza timori Servizi per la Casa Milano, contatta l'SOS IDRAULICO al Numero Diretto 333 333333 Le occasioni in cui rivolgersi ad un servizio di pronto intervento idraulico a Milano sono molteplici, dall'allagamento dell'appartamento all'otturazione del wc, perdite acqua improvvise etc...

Pronto intervento idraulico milano in qualsiasi zona (Centro, Lambrate, Loreto, Lorenteggio, Sempione, Certosa, Bicocca Niguarda, Città Studi, Bovisa, Affori, Navigli, Ticinese, Ripamonti, Famagosta...)

Chiama subito: 333 333333

ATTIVO 24H SU 24

URL PAGINA: Idraulico\_Pronto\_Intervento\_Milano.html

META TITLE: Idraulico Pronto Intervento Milano

META DESCRIPTION: Stai cercando un Idraulico Pronto Intervento Milano clicca qui è il sito web giusto

META KEYWORDS: Idraulico Milano, Idraulico pronto intervento Milano, Idraulico Milano Centro, Idraulico Milano Lambrate, Idraulico Milano Loreto, Idraulico Milano Lorenteggio, Idraulico Milano Sempione, Idraulico Milano Certosa, Idraulico Milano Bicocca Niguarda,

NOME DELLA FOTO: Idraulico\_Pronto\_Intervento\_Milano.jpg

Beh come hai visto è intuitivo questo tipo di lavoro. Ti ricordo e ti do alcuni consigli per scrivere bene questa parte.

Il Consiglio per fare bene l'Ottimizzazione interna è:

- Pensa semplice
- Pensa e scrivi con il linguaggio del cliente (e non il nostro)
- Cerca sempre di applicare la regola numero 1 nel mondo: buon senso!

## Ottimizzazione Esterna: Link Building

Una volta ultimata l'ottimizzazione interna dobbiamo completare l'opera con l'ottimizzazione esterna. Vi domanderete: che sarà mai questa ottimizzazione esterna?

Una volta che lo hai ottimizzato internamente dovrai collegare il tuo sito web da altri siti.

Questa attività si chiama **Link Building**.

## Ottimizzazione Esterna: Link Building

Per fare un buon lavoro collega altri siti web importanti del solito settore o argomento con il tuo. Google ama la coerenza e i siti famosi. Se ci pensi, LUI pensa bene! Ama le sane e buone relazioni.

Cosa è utile fare?

- Avere un link da portali di settore
- Avere un link in un post di un blog si settore o di argomento
- Avere un link da un importante forum tematico
- Avere un link da un importante giornale
- Avere un link da un sito della pubblica amministrazione: comune, provincia, regione, camera di commercio
- Avere un link da una università

### Esempio 1:

Bed&Breakfast Roma.

Ti converrà avere link da portali come booking.com, airbnb.com, holidayletting.co.uk, homelidays.com ecc... Post con link da un blog di settore. Un link da un articolo di una rivista di settore italiana o estera

### Esempio 2:

Idraulico Milano.

Ti consiglio di crearti una link building su subito.it, kijiji.it, vivastreet.it oltre che una pagina su facebook.

## DA RICORDARE - Concetti base del capitolo

- Target: chi è il tuo cliente
- Elenco dei vantaggi della tua attività
- Ottimizzazione interna: Titolo, Contenuto, URL, Meta Title, Meta Description, Meta Keyword
- Ottimizzazione esterna: link esterni importanti
- Aggiornamento: aggiornalo spesso...diventerai ricco!!



Scopri come  
ottimizzare le tue  
pagine su  
minutesite

puoi essere amico dei motori di ricerca

Mi immagino che ti starai domandando: "E ora come faccio?".  
Niente paura.

Alcuni anni fa ho immaginato con un gruppo di amici professionisti di aiutare tutti quelli che come te ci domandavano come fare ad essere visibili sui motori di ricerca.

Io ho per te la soluzione! Infatti se vai su

[www.oneminutesite.it](http://www.oneminutesite.it)

e ti fai il sito web (vedi quello che ha scritto Simona ) hai anche la possibilità di ottimizzare il tuo sito web.  
Ora te lo farò vedere.

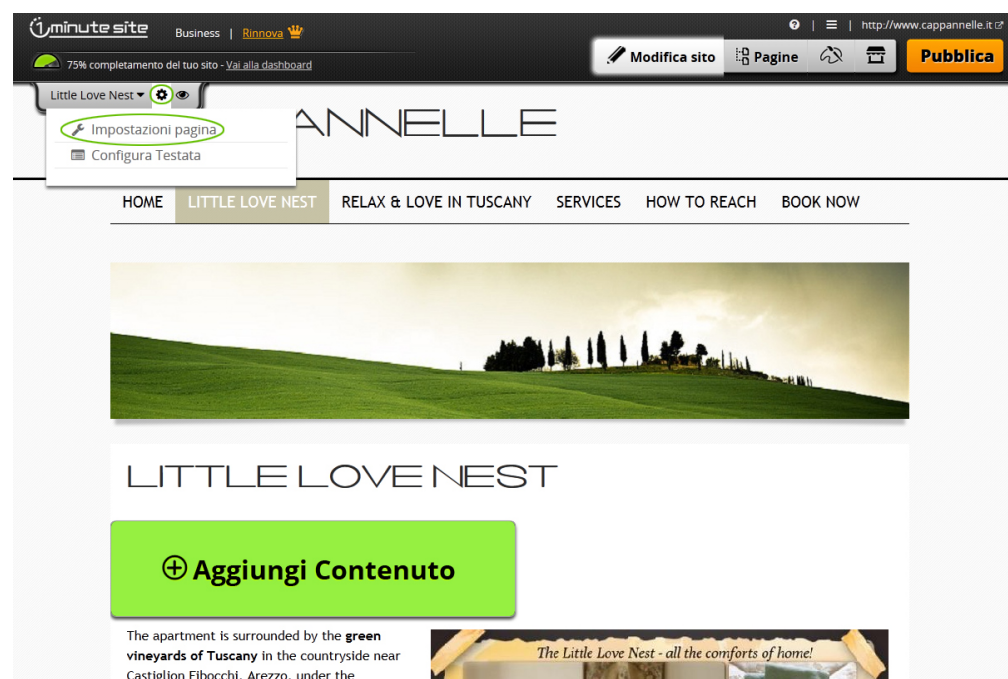
Ti faccio vedere come ho fatto ad ottimizzare il sito web della mia casa vacanze

[www.cappannelle.it](http://www.cappannelle.it)

A seguire puoi vedere l'ottimizzazione per la parola chiave "Little Love Nest in Tuscany"!

Entra nel pannello di 1minutesite ed entra nella pagina che intendi ottimizzare (in questo caso io sono entrato nella pagina di "Little Love Nest" ).

Clicca sopra l' **ICONA A FORMA DI ROTELLINA** e successivamente su **IMPOSTAZIONI PAGINA** come evidenziato in verde.



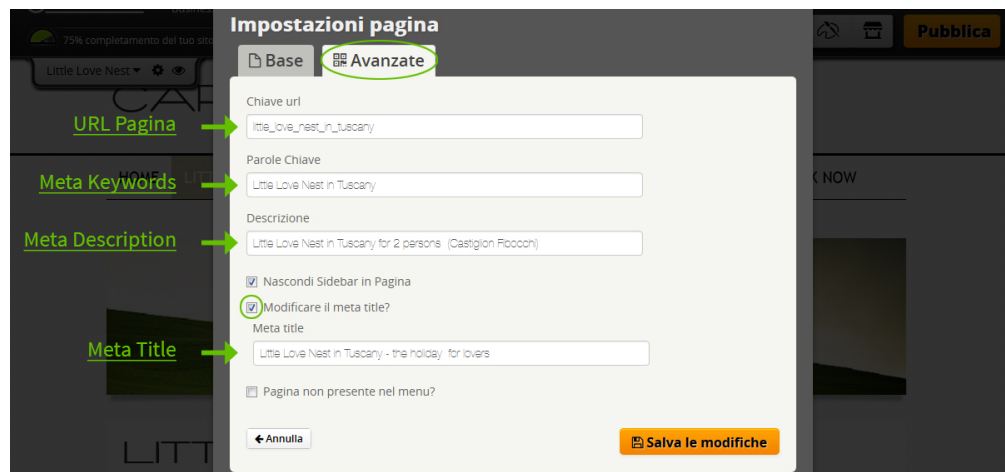
Dentro impostazione pagina clicca su **AVANZATE** e riempi i campi

- > URL Pagina
- > Meta Keywords
- > Meta Description
- > Meta Title

Come vedi nella prossima foto (frecche verdi) e come ti ho indicato nella sezione precedente sull'ottimizzazione.

Personalizza URL  
e parole chiave  
nelle impostazioni  
avanzate

## Aggiornamento Sito Web



Ora premi il tasto **SALVA MODIFICHE** (in basso a destra) e **PUBBLICA** (in alto a destra) e aspettati dopo qualche giorno qualche risultato. In bocca al lupo!

Ora ti rivelo l'**ultimo Grande Segreto**: aggiorna il tuo sito web spesso! Google ama le cose nuove. Per questo con 1minutesite abbiamo deciso di farti un altro regalo. Abbiamo inventato un tasto magico

## PUBBLICA

Ogni volta che lo premi il link al tuo sito web viene pubblicato in tempo reale nel nostro blog:

<http://blog.oneminutesite.it>

e il giorno dopo sul nostro catalogo dei siti web:

<http://www.crearesitowebgratis.it/>

Questo PIACE Moltissimo a Google. Infatti i nostri siti web sono tutti visibili se aggiornati spesso!!! Allora, cosa aspetti a mettere dei nuovi contenuti interessanti e pubblicarli? Ci conto...  
Scrivici a:

[info@oneminutesite.it](mailto:info@oneminutesite.it)

o chiamaci al nostro numero verde per informarci dei tuoi progressi. Infine seguici nel blog, nella newsletter e nei numerosi webinar che facciamo sui temi del sito web. Siamo sempre pronti ad aiutarti!

Capitolo a cura di  
Gianni Bianchi