Progetto SEO Audit

Giammaria Capuzzi - Digital marketing student

Indice contenuti

- 1. Descrizione attività
- 2. Analisi sito lato utente
- 3. Analisi sito lato Google
- 4. Analisi velocità
- 5. Analisi Site Audit
- 6. Analisi struttura

1. Descrizione attività

URL: https://gameplay.cafe/

Trattasi di una testata giornalistica, specializzata in ambito videoludico e tech. I suoi articoli riguardano principalmente recensioni e orientamento all'acquisto, fortemente orientato al gaming, ma non solo.

Ho scelto di analizzare questo sito in quanto giovane (presente online da pochi anni) e dal fatto che è riuscito a colpirmi dal punto di vista della sua struttura e della qualità dei suoi articoli.

2. Analisi sito - lato utente

In generale, arrivati alla homepage (tra l'altro dopo un caricamento abbastanza rapido da desktop, ma torneremo sul discorso velocità nell'apposito paragrafo), **l'esperienza utente è piuttosto piacevole**, con tutte le informazioni importanti ben visibili ed evidenziate.

Ad esempio nell'header, troviamo tutte le informazioni che ci si può aspettare da una testata giornalistica online, tra cui: notizie, recensioni, dirette ecc...

Ottima la posizione del pulsante accedi, perfettamente visibile e cliccabile, come buona è la presenza della barra di ricerca posizionata in alto a destra, in genere è la posizione dove l'utente si aspetta di trovarla.

2. Analisi sito - lato utente

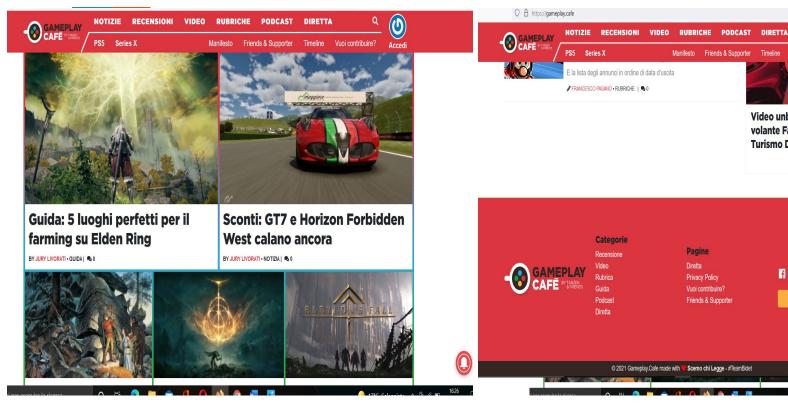
Personalmente avrei aggiunto delle sottocategorie attraverso un menù a tendina per ogni macro categoria, così da agevolare la navigazione dell'utente che generalmente ha poco tempo e voglia di navigare tra le varie pagine del sito per raggiungere lo specifico topic di suo interesse.

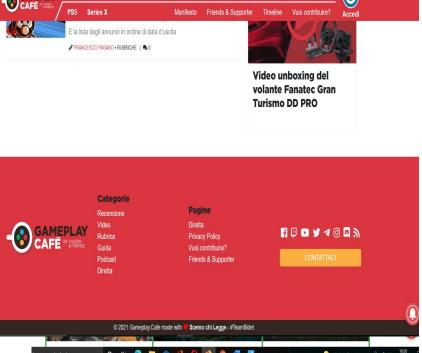
Buono il fatto che tutte le immagini preview degli articoli sono perfettamente cliccabili e rimandano alla pagina dell'articolo intero.

La presenza di tutti i social in forma di icona e di un grande pulsante ben distinguibile "contattaci" nel footer è piacevole e comoda.

L'icona della testata in alto a sinistra è un pulsante, il quale rimanda alla homepage.

2. Analisi sito - lato utente





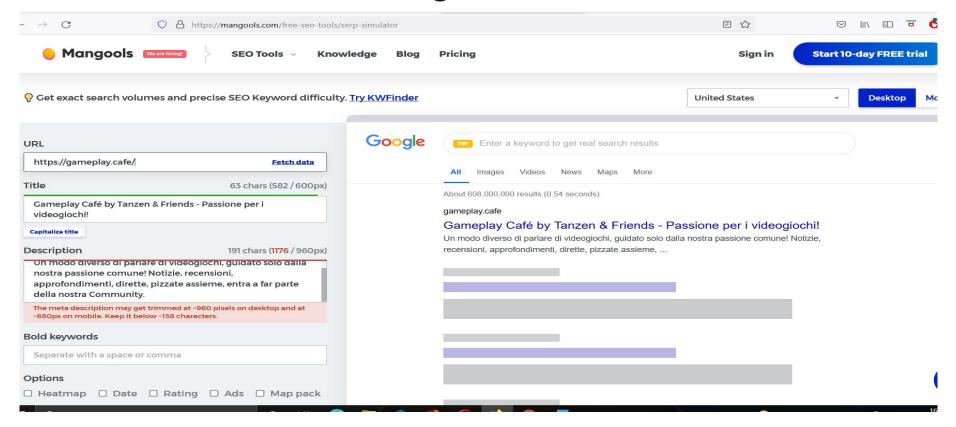
Buoni i reindirizzamenti al sito scrivendo semplicemente gameplay cafe o scrivendo http senza la s.

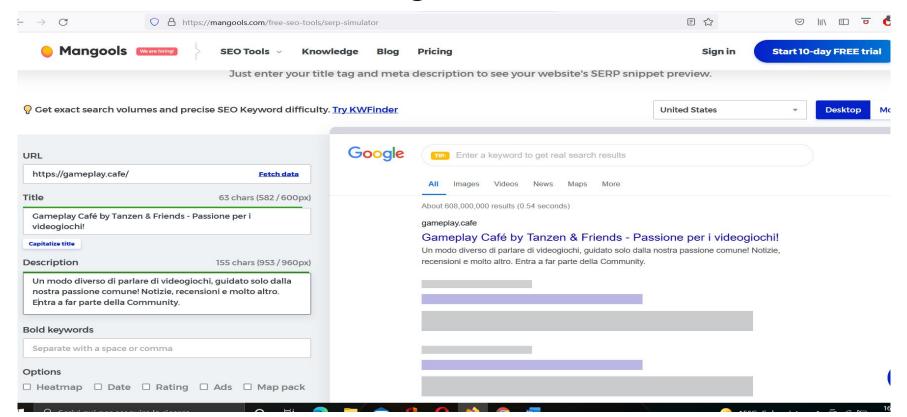
I primi risultati che appaiono dalla query rimandano alle varie macro sezioni del sito come recensioni e rubrica e alle pagine dei loro social, tra cui Facebook, Instagram e YouTube.

Utilizzando una **SERP simulator** possiamo notare come il **Title** rientra nei canoni preferiti da Google, infatti è composto da 63 caratteri.

Discorso diverso per la **Meta description**, troppo lunga, tanto che Google abbrevia il tutto con i tre puntini, certamente una meta così lunga può essere motivo di penalizzazione, bisognerebbe rimanere entro i 160 caratteri al massimo.

Di seguito propongo una soluzione per la meta, lasciando il Title invariato.





Index ratio

L'index ratio è il rapporto tra il numero di pagine indicizzate da google e il numero di pagine indicizzate con score di 200 (ovvero che non presentano problemi). Grazie a screaming frog possiamo calcolarlo.

Pagine html indicizzate: 248 pagine html con status 200 (quindi indexable): 237

La formula per il calcolo dell'index ratio: (pagine indicizzate/pagine con status 200)*100=104

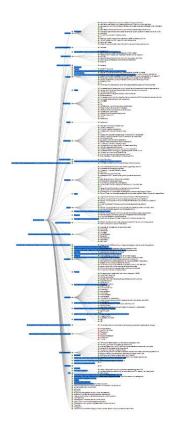
Il valore rientra nel range 90-110, quindi il sito è in salute.

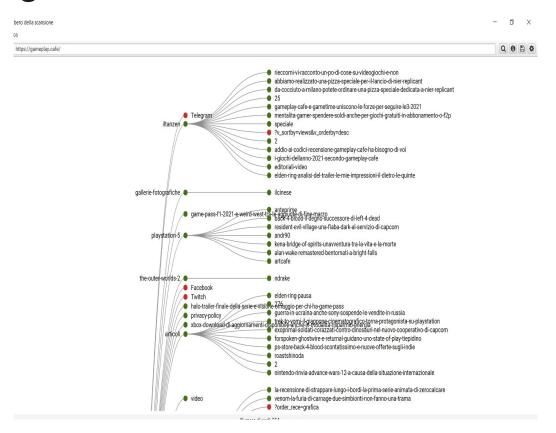
Linkbuilding interna

Analizzando la mappa del sito si evince come la **linkbuilding è buona ma migliorabile**, le pagine non collegate sono i reindirizzamenti verso i loro canali social.

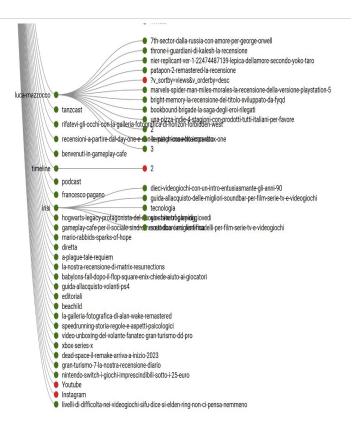
Analizzando alcuni articoli si nota come all'interno di essi sono inseriti link che riportano a topic e argomenti simili a quello trattato, ad esempio "un articolo che parla di uno specifico genere di videogiochi contiene al suo interno link alle recensioni di giochi che appartengono a quella stessa categoria".

Certamente la linkbuilding interna può essere espansa e migliorata man mano che il sito cresce a livello di articoli e contenuti inseriti.







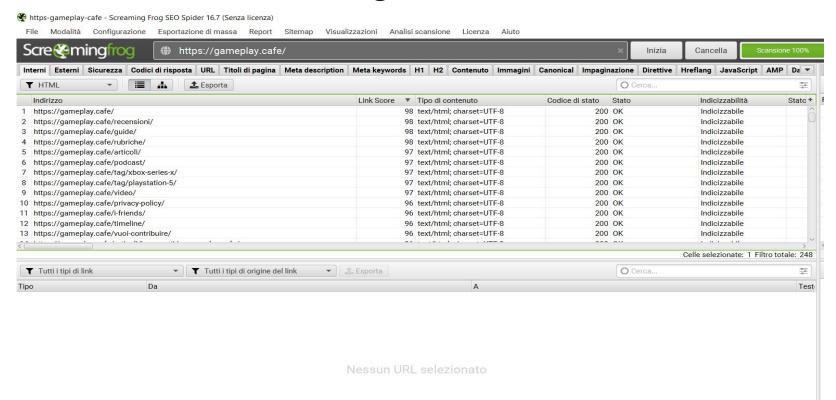


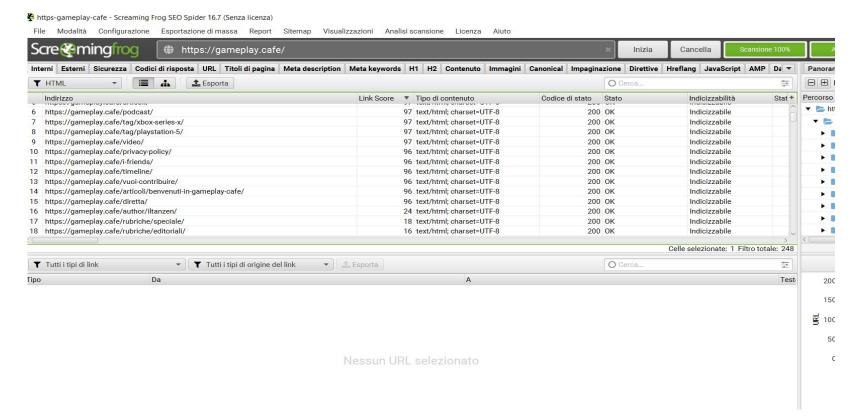
Page Rank

Per quanto riguarda le pagine più cliccate e visualizzate, una prima analisi potrebbe essere quella di verificare se le pagine, cioè le macro categorie presenti nell'header del sito (che in teoria sono quelle più importanti e quindi quelle che dovrebbero ricevere il maggior numero di click da parte dell'utente), sono effettivamente le più cliccate.

Ci affideremo alla funzione **link score** di screaming frog per effettuare l'analisi.

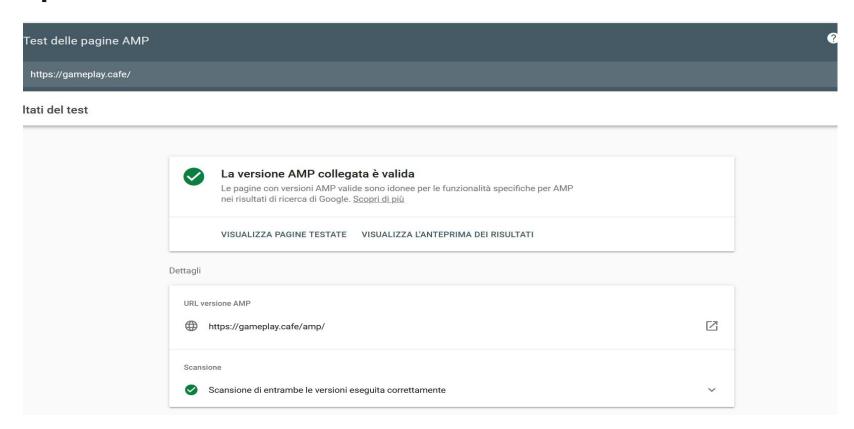
Confrontando i risultati, effettivamente le categorie presenti nell'header risultano avere il **link score maggiore** (risultati con valori molto vicini a 100).





Prima di procedere con l'analisi vera e propria, dato che il sito in questione è anzitutto un sito d'informazione, ad oggi è quasi imprescindibile che esso utilizzi il **protocollo AMP** (Accelerated Mobile Pages), il quale permette delle prestazioni migliori quando si naviga sul sito da mobile.

Grazie al tool di **Google search console**, siamo in grado di effettuare questo controllo e come vedremo nella slide successiva, il sito ha effettivamente implementato questa tecnologia.



Grazie al tool **PageSpeedInsight** siamo in grado di verificare la velocità di caricamento della homepage, sia accedendo da mobile sia da desktop.

Ad una prima occhiata vediamo come il caricamento del sito sia abbastanza performante **lato desktop** con un valore di 77.

Mentre c'è da lavorare molto sul **lato mobile**, dove il punteggio è 16. Questo si traduce in una eccessiva attesa nel caricamento della pagina da parte dell'utente, che soprattutto quando naviga da smartphone si aspetta di accedere ai contenuti desiderati rapidamente.

Andiamo ora ad analizzare alcune delle problematiche che rallentano il caricamento del sito e delle possibili soluzioni per arginare il problema.

Partiamo con il **lato desktop**. Come detto il punteggio complessivo è buono ma è possibile migliorare ulteriormente le prestazioni, lo stesso tool ci suggerisce di:

Utilizzare per le immagini formati più performanti, cioè che permettono una maggiore compressione e quindi una maggior velocità di caricamento delle stesse. L'utilizzo di formati come WebP e AVIF invece dei classici PNG o JPEG potrebbe arginare il problema.

Altro problema critico che sembra affliggere il sito è la **presenza di risorse che bloccano la prima visualizzazione della pagina**, questo problema può essere risolto attraverso dei plug-in di wordpress come: **Autoptimize** e **LiteSpeed Cache**. In ogni caso fare attenzione al fatto che questi plug-in non vadano in contrasto con quelli già applicati e con il template del sito.

Passando al **lato mobile**, i problemi sono più marcati. Oltre ai problemi citati per la parte desktop, il tool segnala la presenza di troppi plug-in di wordpress che caricano file CSS e Javascript.

Una soluzione potrebbe essere quella di ridurre il numero di plug-in che caricano file Javascript e CSS inutilizzati, questi file possono essere trovati eseguendo la copertura del codice in chrome DevTools.

Desktop emulato with Lighthouse 9.3.0

Caricamento singola pagina

nsights Insights Dispositivi mobili □ Desktop Dispositivi mobili □ Desktop 1,2 S Largest Contentful Paint ▲ Cumulative Layout Shift 2,2 s 0.281 Guida: 5 luoghi perfetti per il Sconti: GT7 e Horizon Forbidder farming su Elden Ring West calano ancora ☐ Captured at 16 mar 2022, 11:57 CET Desktop emulato with Lighthouse 9.3.0 Caricamento singola pagina Prestazioni O Caricamento pagina iniziale (7) Using HeadlessChromium 98.0.4758.102 with Ir TLimitazione personalizzata I valori sono delle stime e potrebbero variare. Il punteggio relativo alle prestazioni viene calcolato direttamente in base a queste metriche. Vai al ── Visualizza Treemap Che fine hanno fatto Elden Ring vola in gii Action RPG classifica: solo CoD ii flop Sq Fantasy? (Anno III) ha fatto meglio chiede ai 90-100 Mostra controlli relativi a: All FCP TBT LCP CLS METRICHE Espandi visualizzazione **OPPORTUNITÀ** Time to Interactive First Contentful Paint Opportunità Risparmi stimati 1,2s1,4 s Elimina le risorse di blocco della visualizzazione ____ 0.54 s v Speed Index Total Blocking Time 1,2 s 40 ms Pubblica immagini in formati più recenti 0.4 s v Questi suggerimenti possono aiutarti a velocizzare il caricamento della pagina. Non incidono direttamente sul punteggio Prestazioni. Largest Contentful Paint ▲ Cumulative Layout Shift 2,2 s 0,281

DIAGNOSTICA

nsights Insights Dispositivi mobili ☐ Desktop Dispositivi mobili Desktop ── Visualizza Treemap Mostra controlli relativi a: All FCP TBT LCP CLS Guida: 5 luoghi perfetti per il Prestazioni OPPORTUNITÀ farming su Elden I valori sono delle stime e potrebbero variare. Il punteggio relativo alle BY JURY LINGUIZH - GUICA | %-0 Opportunità Risparmi stimati prestazioni viene calcolato direttamente in base a queste metriche. Vai al calcolatore. ▲ Elimina le risorse di blocco della visualizzazione = 2,79 s v ▲ 0-49 50-89 90-100 ▲ Pubblica immagini in formati più recenti 2,4s v Riduci i contenuti CSS inutilizzati 0,6s v METRICHE Espandi visualizzazione ▲ First Contentful Paint ▲ Time to Interactive Riduci il codice JavaScript inutilizzato 0,55 s v 11,8 s $6.0 \, s$ Usa immagini di dimensioni adeguate ____ 0.45 s v ▲ Speed Index ▲ Total Blocking Time Minimizza JavaScript 0.15s v 6.6 s960 ms Questi suggerimenti possono aiutarti a velocizzare il caricamento della pagina. Non incidono direttamente sul punteggio Prestazioni. ▲ Largest Contentful Paint ▲ Cumulative Layout Shift 11,1 s 0,759

DIAGNOSTICA

Grazie al tool **Ubersuggest** siamo in grado di analizzare le performance del sito in chiave SEO, ovvero quanto esso è ottimizzato e in cosa può essere migliorato per ottenere una posizione migliore nella SERP.

Come possiamo vedere dalle slide, Il punteggio complessivo dato dal tool è buono, con un buon utilizzo delle keyword con le quali gli utenti cercano il sito e i suoi contenuti, la maggior parte di esse ha un buon punteggio, dato dal rapporto tra parole più cercate dagli utenti per arrivare al sito e la concorrenza che queste parole ricevono in termini di utilizzo da parte di altri competitor.

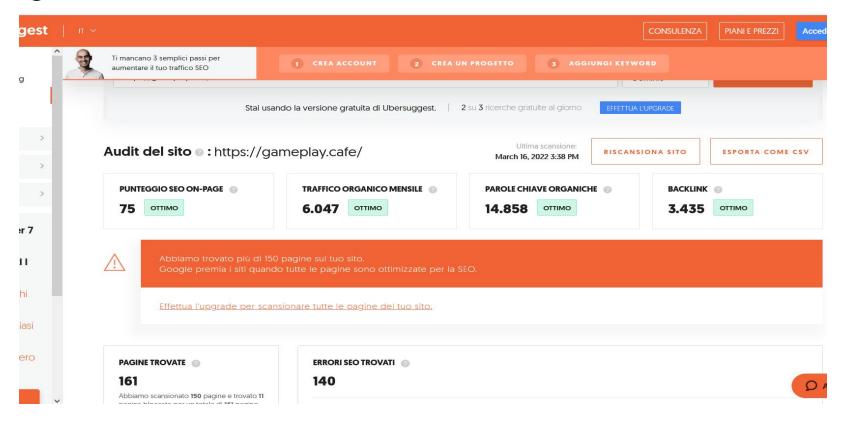
Concentriamoci però sui problemi che affliggono il sito. I più critici sono:

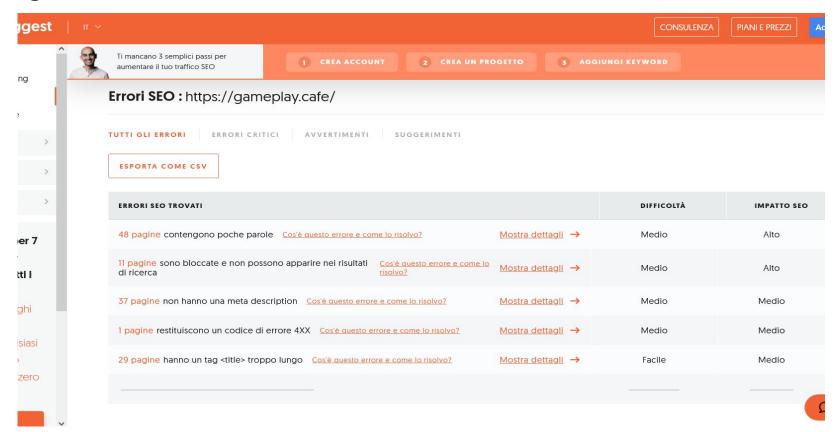
48 pagine contengono poche parole. Sappiamo come google premia articoli e contenuti di alta qualità, e questo rispecchia anche la quantità di parole scritte all'interno dell'articolo. Il problema può essere risolto creando degli articoli maggiormente strutturati e lunghi.

11 pagine sono bloccate e non risultano nei risultati di ricerca. Questo accade quando ci sono delle pagine che non si vuole vengano visualizzate nei motori di ricerca, per questo si usa tra le altre il file robots.txt che comunica ai crawler di google di non indicizzare quella specifica pagina. Quindi se si è inserito per errore il file robots.txt all'interno di una pagina, basterebbe rimuoverlo per arginare il problema.

37 pagine non hanno la Meta description. Come sappiamo le Meta sono tanto utili quanto i Title, in quanto permettono all'utente di capire in anticipo di cosa parlerà quella pagina, aumentando le chance che venga cliccata. In questo caso aggiungere Meta di qualità può risolvere il problema.

29 pagine hanno un tag "title" troppo lungo. Avere titoli troppo lunghi porta google a tagliare una parte di essi, con conseguente perdita di posizionamento della pagina nei risultati di ricerca. Ottimizzare i title facendoli rientrare nei 60-65 caratteri, può risolvere il problema.



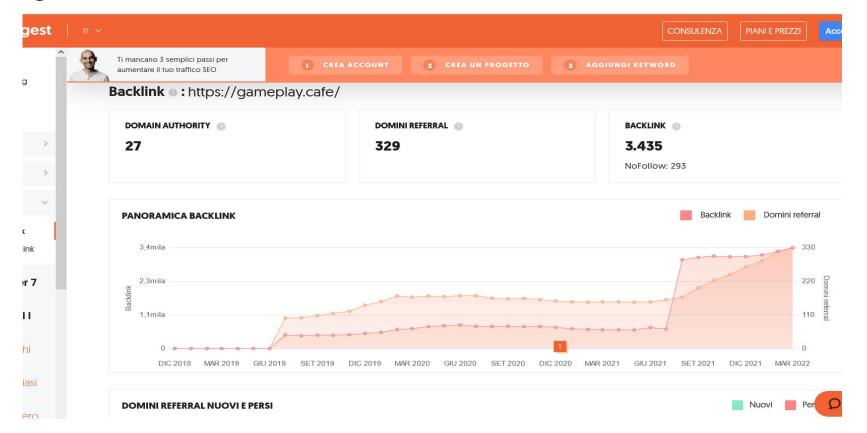


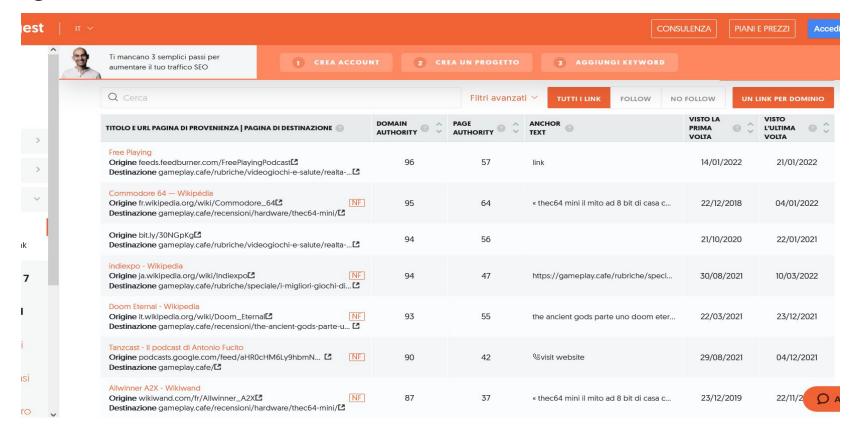
Backlink

La linkbuilding è discreta, ma migliorabile. Il numero di domini unici che puntano al sito web è 329, ma 293 hanno il tag "**nofollow**", quindi non sono indicizzati da google.

Analizzando i primi risultati, possiamo vedere che alcuni di questi backlink conducono a pagine non più esistenti, ma la maggior parte proviene da siti di podcast. **Effettivamente anch'io ho conosciuto** questo sito tramite i loro podcast che sono oggettivamente di qualità e sanno intrattenere il pubblico.

La strategia che consiglierei è quella di continuare con la pubblicazione di contenuti in formato podcast che sembra essere il cavallo di battaglia del sito, magari offrendo anche collaborazioni con altri influencer dello stesso settore che offrono contenuti in questo formato.





6. Analisi struttura

La struttura come detto all'inizio convince.

Essa è ordinata, colorata e user-friendly. Migliorie in questo senso possono essere fatte nell'header, aggiungendo alle macro categorie delle sottocategorie attraverso dei menù a tendina, che permettono una migliore user experience del sito.

L'utente, infatti, si aspetta di arrivare al contenuto che gli interessa con il minor numero di click possibile all'interno del sito.