

Come evitare il blocco mentale del SEO parte 5: scrivere testi ricchi di parole chiave



Di [Jill Whalen](#)



Articolo originale pubblicato su [TalentZoo.com](http://www.talentzoo.com) :

Avoiding SEO Brain Freeze Part Five: Writing Keyword Rich Copy

<http://www.talentzoo.com/news.php?articleID=245>

Adesso che avete focalizzato quali sono le parole chiave e sapete a quali pagine del sito appartengono, inoltre avete creato titoli di pagina strepitosi e meravigliosi meta description tags, siete pronti per la parte divertente: scrivere testi ricchi di keywords.

La cosa più importante da sapere su questa fase, è che i testi non possono semplicemente essere scritti da uno qualsiasi, devono essere assolutamente scritti da un copywriter professionista che sa come comporre un testo trascinante per vendere.

Prima cosa e più importante, il vostro sito è lì per vendere i vostri prodotti e/o servizi e mentre chiunque può mettere insieme un po' di parole per riempire una pagina, molto pochi sanno farlo in modo da fare presa sulle emozioni della gente. E siccome la decisione di acquistare o semplicemente di saperne di più è guidata in gran parte dalla sfera emotiva, questo è un aspetto critico per il successo globale del sito.

Io amo dire sempre che il SEO non vive in una campana di vetro; questo significa che ogni cosa fate al vostro sito, in qualche modo lo influenza. E' questa la ragione per cui non potete semplicemente infarcire le pagine di parole chiave e aspettarvi che questo aiuti il vostro business. Anche se dovesse temporaneamente darvi un posizionamento elevato sui motori di ricerca, non produrrà niente di buono, se quei potenziali clienti lasceranno il sito senza fare l'azione che volete che facciano.

Tenendo questo bene a mente, assicuratevi che qualsiasi cosa scrivete e qualsiasi parola chiave utilizzate in ogni pagine del sito, lo facciate senza perdere di vista il visitatore. Se vi accorgete che aggiungere frasi chiave al vostro testo lo fa "suonare" peggio, invece che meglio, allora non lo state facendo bene.

Se il vostro copywriter non ha esperienza di motori di ricerca e si rifiuta di imparare, potreste trovarvi con i testi delle pagine scritti senza tenere presenti le parole chiave e quindi dovrete tornarci sopra ed editarle per aggiungere le frasi chiave. Comunque ho trovato che è molto facile addestrare un buon copywriter a scrivere anche un testo ottimizzato SEO e onestamente, se intendono scrivere per il Web non possono fare a meno di apprendere questa tecnica.

Detto questo il vostro sito potrebbe già contenere degli ottimi testi, ma non essere mai stato ottimizzato per le parole chiave. Se questo è il caso allora i seguenti passi dovrebbero aiutarvi a trasformare la vostra prosa in qualcosa che sia i visitatori che i motori di ricerca divoreranno!

Passo 1: Raccogliete le liste di keyword che avete creato per ogni pagina del sito.

Passo 2: Cominciate con una pagina, (generalmente la home page) e scorrete il testo attuale cercando parole che hanno un significato molto generico invece che descrittivo. Queste parole potrebbero essere per esempio “prodotto” o “servizio”.

Passo 3: Nel rivedere quelle parole generiche, valutate se è possibile sostituirle con qualcuna delle parole chiave, senza rovinare la scorrevolezza della copia né cambiare il senso della frase. Se è così applicate la sostituzione. Fate attenzione a sostituire la stessa keyword per ogni occorrenza della stessa parole generica. Facendo così generalmente va a finire che viene fuori un testo che suona tipo “spam” e infarcito di keywords.

Passo 4: Cercate nella pagina keyword singole, che fanno parte di una frase chiave più lunga e vedete se è possibile sostituirle con la frase intera.

Passo 5: Guardate se la pagina ha già dei titoli e sottotitoli e se possono essere riscritti per includere senza forzature frasi chiave; se è così modificateli di conseguenza.

Passo 6: Se il testo non ha titoli e sottotitoli, guardate se fra i paragrafi ci sono punti dove qualcuno potrebbe adattarsi con naturalezza. La maggioranza dei testi per il Web traggono beneficio dall’aggiunta di sottotitoli ai paragrafi. Se i vostri ne hanno bisogno, dove appropriato aggiungetene qualcuno, utilizzando le frasi chiave (generalmente una frase per titolo).

Passo 7: Rileggete l’intera pagina (meglio se a voce alta) e notate se ci sono alti punti dove le frasi chiave scelte potrebbero inserirsi con naturalezza.

Passo 8: Rileggete ancora una volta la pagina e assicuratevi che suoni bene per gli esseri umani quanto per i motori di ricerca. Questo è il passo più importante ed è quello che molte persone sbagliano. Se avete il sentore che il testo suoni infarcito di parole chiave, rifate tutto daccapo.

L’obiettivo della stesura dei testi per il SEO è di assicurarsi che il normale visitatore non si accorga che la pagina è ottimizzata, ma un SEO ben addestrato dovrebbe essere capace di individuare le parole chiave dal testo. Una volta raggiunto questo equilibrio, avrete fatto il lavoro perfettamente ed il vostro sarà un sito d’oro sia per i motori di ricerca che per i visitatori.

Se volete più informazioni ed esempi di come scrivere per i motori di ricerca, potreste prendervi una copia del mio libro [Nitty-gritty of Writing for Search Engines](#).

[Jill Whalen](#)

Jill Whalen è titolare e fondatrice di High Rankings, una [agenzia SEO](#) fuori Boston e co-fondatrice dell’organizzazione SEMNE, una rete di consulenza e servizi di search marketing del New England ed è attiva nell’industria SEO fino dal 1995. Jill conduce la newsletter High Rankings Advisor ed il forum di ottimizzazione per i motori di ricerca di High Rankings.

Traduzione di [Marco Dini](#)

Altri articoli di Jill Whalen: <http://www.ideawebitalia.it/author/jill-whelen/>