

Come evitare il blocco mentale del SEO parte 6: attirare visitatori e link selezionati



Di **Jill Whalen**



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

Avoiding SEO Brain Freeze Part 6: Attracting Targeted Visitors and Links

<http://www.talentzoo.com/news.php?articleID=246>

Se avete seguito fin qui la serie “Come evitare il blocco mentale del SEO” ed avete usato il vostro sito come cavia, allora fino ad adesso avete [individuato le parole chiave](#), creato una [mappa delle keyword](#), avete verificato sul campo [titoli di pagina poderosi](#), avete lavorato in modo da avere [META description tag meravigliosi](#) ed avete scritto [memorabili testi ricchi di parole chiave](#) per le pagine più importanti del sito.

Uff! Siete già stanchi? Beh, avreste tutte ragioni di esserlo, ma scommetto che non avete il blocco mentale del SEO!

Se avete svolto correttamente tutto il lavoro sulle pagine descritto sopra ed avete portato tutto quanto sul server, dopo un mese o due dovrete molto cominciare a vedere un sostanziale incremento di traffico selezionato dai motori di ricerca. La buona notizia è che se avete lavorato bene, il traffico qualificato continuerà a crescere per un certo tempo. Un buon lavoro SEO può solo migliorare nel tempo (solo i trucchetti sui motori di ricerca devono essere cambiati ogni volta che cambiano gli algoritmi di posizionamento).

Detto questo, il lavoro SEO sulle pagine che vi ho insegnato fin'ora in questa serie, è solo metà della battaglia. I motori di ricerca pongono un sacco di enfasi sulla popolarità del vostro sito nel suo insieme. Il modo in cui misurano la popolarità è mediante i link; cioè quali siti hanno un link verso il vostro e quanto sono rilevanti. Più siti popolari puntano al vostro e più popolare diventa il vostro sito in termini di traffico e di importanza, agli occhi dei motori di ricerca.

Se lavorate su un sito che è su da qualche anno, è probabile che abbia già un numero considerevole di link da altri siti. A seconda di quello che offrite sul sito e di quanto sono competitive queste offerte, potete o meno avere abbastanza link da guadagnare una lunghezza sui vostri concorrenti nei risultati dei motori di ricerca. Se non c'è una miriade di altri siti che offrono già gli stessi, o simili prodotti, servizi, informazioni, potrebbe volerci poco più di una manciata di link di buona qualità ed il gioco sarebbe fatto. D'altra parte, se siete in un'area competitiva (e quelle crescono ogni giorno), dovrete sforzarvi per far sì che il vostro sito vada oltre a quello che offre chiunque altro. Non potete semplicemente fare la stessa cosa che fa qualsiasi altro online ed aspettarvi di andare molto lontano.

L'altro passo necessario per rendere popolare il vostro sito è parlarne in giro. Per farlo dovrete scoprire dove bazzica online il vostro potenziale pubblico e diventare parte di quelle comunità. Non intendo entrare e lasciare in giro link al vostro sito in forum e blog importanti. Parlo di diventare effettivamente parte della conversazione. Dovete essere riconosciuto per il vostro reale contributo e solo allora quello che è noto come “social media market” potrà funzionare per voi.

Una delle ragioni per cui questo genere di marketing funziona è che alla gente piace fare affari con quelli che conosce. Se siete parte della stessa comunità ed avete contatti quotidiani o settimanali con gli altri membri, si sviluppa davvero una sorta di amicizia. Quando qualcuno cerca prodotti o servizi come i vostri, è logico che pensi a voi per primo. E' anche logico che se hanno l'opportunità di parlare ad altri di voi, del vostro business e del vostro sito, lo faranno; perché gli piacete. Possono farlo con il passaparola, ma possono anche farlo con un link dal loro sito.

Ci sono altre opportunità per divenire parte di una conversazione online, come avviare un blog o una newsletter, ma sappiate che se intendete percorrere una di queste strade, vi richiederanno un sacco di lavoro. Raccogliere una massa critica di lettori non avviene in una notte. Nonostante questo, se ci lavorate sodo, mantenendo regolarità di pubblicazione e scrivendo contenuto unico e interessante, potrete essere ripagati nello stesso modo che partecipando nelle comunità di altri. Solo che in questo caso può ripagarvi perfino di più, perché se volete potete farvi notare e presentarvi come un esperto se così sceglierete di fare.

I Blog di questi tempi sono più di moda delle newsletter spedite per e-mail, ma personalmente ho trovato un successo enorme dalla mia newsletter, in termini di visitatori selezionati al mio sito che trasformano in clienti (La newsletter High Rankings Advisor, se foste interessati a sottoscriverla!).

In qualsiasi modo scegliate di farlo, sappiate che non basta mettere in piedi il sito e sedersi ad aspettare che qualcuno lo noti. Dovete lavorare molte lunghe ore per renderlo grandioso e far parlare di se. I siti Web non sono differenti da qualsiasi altro business, hanno tutti bisogno di pubblicità per sopravvivere.

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/>