

# Cosa può fare un SEO, che nessun altro marketer può fare?

Di **Rand Fishkin**

18 Febbraio 2014

Video originale:

**What Can SEOs Do That No Other Marketer Can?**

<http://moz.com/rand/what-can-seos-do-no-other-marketer-can/>



Alcuni diritti riservati a JBLM MWR Marketing

Di recente ho letto un articolo di [George Nielsen](#) [<https://twitter.com/marketergeorge>] su SEJournal, intitolato “[What are SEOs Even Good At Anymore?](#)” [<http://www.searchenginejournal.com/seos-even-good-anymore/88565/>] (*c'è qualcosa in cui i SEO sono ancora bravi? - n.d.t.*)

Mi ha colpito, perché è un argomento che incuriosisce molta gente che lavora nel web marketing, o che ci gravita attorno. Visti i [recenti cambiamenti che Google ha apportato alle pratiche di link building](#)

[<http://www.ideawebitalia.it/seo/4526/>], l'[orientamento verso i brand](#)

[<http://mozcast.com/metrics#daily-big-10>], e l'[individuazione dell'intento](#)

[<http://www.ideawebitalia.it/seo/5528/>], e dal momento che le mie opinioni sul tema sono molto differenti da quelle del signor Nielsen, ho pensato di condividerle. Ecco come Nielsen apre il suo articolo:

*"I nostri 'segreti' e le nostre 'tecniche' non funzionano più e le agenzie creative, i creatori di contenuti e gli specialisti di PR, guardano a noi come i 'pirati' del mondo del marketing".*

Ed ecco come lo conclude:

*"Lasciate che le agenzie di PR continuano a inviare comunicati alle agenzie di stampa e che le agenzie pubblicitarie continuino a creare brand awareness. Abbiamo bisogno di attenerci a ciò che sappiamo fare meglio: connetterci con un pubblico molto coinvolto".*

Sono d'accordo con la definizione che gli altri marketer danno spesso di quelli che lavorano nel campo della SEO. Per essere onesti, un discreto numero di mele marce hanno fatto email spamming, imbrattato i blog di commenti spazzatura, ed a forza di infarcire tutto di keyword, hanno fissato quella percezione nella coscienza del Web. Ma non posso accettare il concetto che ciò che i SEO fanno meglio sia "connettersi con un pubblico altamente coinvolto". Penso che descrivere i SEO come semplici specialisti di 'outreach', mortifichi quella grande mole di lavoro, estremamente importante, di cui i professionisti SEO sono responsabili.

Quando penso a quell'insieme unico di competenze, che un SEO possiede, sono portato a focalizzare alcune pratiche fondamentali. Nella mia esperienza, i migliori SEO sono specialisti di marketing di tipo [T-Shaped](#) [<http://moz.com/rand/the-t-shaped-web-marketer/>]. Cioè, hanno competenze generali in un'ampia gamma di discipline,

---

combinare con una profonda conoscenza ed esperienza, su un grande numero di aspetti focali, che rientrano specificamente nella SEO.

## Cosa possono fare i SEO, che nessun altro marketer può fare?

### 1) Creare una strategia per aumentare il traffico dalla ricerca

Una strategia non è solo un elenco di tattiche, è un approccio unico che dovrebbe fare leva sui punti di forza dell'organizzazione e sfruttare le debolezze o lacune della concorrenza, che hanno lasciato aperti spiragli di opportunità. Farlo bene, richiede proprio l'esperienza di aver visto come le organizzazioni hanno, di volta in volta, vinto e perso, nella ricerca 'organica'. Inoltre, richiede una comprensione intuitiva di come è orientato il comportamento dell'utente, i segnali di ranking e la concorrenza, della vostra area di business.

### 2) Ricerca delle parole chiave, targeting, misurazione e miglioramento

Quali termini e frasi ha senso prendere come obiettivo, per soddisfare le varie esigenze nel vostro funnel di marketing? Quali dovrebbero essere prioritari e in che ordine? Come possiamo misurare il successo nel posizionamento delle parole chiave e il traffico inviato, ora che [Google ha rimosso i dati di riferimento](http://moz.com/blog/easing-the-pain-of-google-keyword-not-provided) [http://moz.com/blog/easing-the-pain-of-google-keyword-not-provided]? Un SEO può affrontare tutti questi problemi complessi, portando sul sito un traffico importante e di conseguenza dei ricavi.

### 3) Ottimizzazione del funnel per i visitatori provenienti dalla ricerca

I SEO sanno come trasformare chi effettua ricerche, in sottoscrittori ed il traffico delle ricerche, in proventi. Con i corretti aggiustamenti, le landing page possono trasformarsi in potenti canali per reclutare le persone giuste per la vostra causa (o per i vostri prodotti).

### 4) Diagnosi di una caduta o della stagnazione del traffico di ricerca

Quando c'è una caduta del traffico proveniente dalla ricerca, vedo tragicamente che gli esperti di marketing, i team, i titolari e i dirigenti, per la maggior parte delle volte, si rivolgono ai SEO per avere supporto. In molti di questi casi, avere un SEO professionale in azienda, o una società di consulenza a contratto, avrebbe potuto impedire questa perdita di traffico; ma immagino che nessuno chiami l'idraulico quando l'impianto idraulico funziona.

Molti dei migliori SEO che conosco, spendono una quantità smisurata di tempo sui problemi di caduta del traffico. Sanzioni, errori tecnici, stagionalità, cambiamenti nel comportamento degli utenti che ricercano, ed i cambiamenti sui risultati delle ricerche, sono solo alcune delle cose che possono influenzare il traffico. Scoprire la causa e definire una tabella di marcia per riparare il danno, può essere estremamente impegnativo e richiede tempo.

## **5) Assistenza sulla gestione della reputazione nelle SERP**

Se ci sono risultati che un'organizzazione o una persona preferirebbero non vedere nei risultati di una ricerca, i SEO professionali sono gli unici che li possono aiutare. La 'reputation management SEO' è uno dei lavori più difficili del settore (e quindi, è spesso molto costosa), ma per qualcuno, l'impatto sulla presenza online, vale spesso molte volte il costo.

## **6) Audit di un sito (o di un insieme di siti) come opportunità di migliorare il traffico di ricerca**

A volte, cose semplici come la lentezza del caricamento della pagina, keyword fuori bersaglio sui titoli, o XML della Sitemap scorretto, causano un problema. Altre volte, ad impedire ad un sito di guadagnare tutto il traffico che poteva, è un problema più insidioso, che ha che fare con il contenuto insufficiente (thin content) o duplicato, o magari, è la struttura dei link interni, o si tratta di rendere i contenuti AJAX, accessibili ai crawler. Indipendentemente da ciò, i SEO sono in grado di setacciare i siti individuando i problemi tecnici grandi e piccoli, aggredirli nel giusto ordine e contribuire a creare la massima accessibilità sia per i motori, che per gli esseri umani.

## **7) Guadagna e costruisce link, segnali sociali e produce amplificazione, per contribuire a diffondere i contenuti.**

I primi ad adottare le tattiche e ed i canali come i social media, l'infografica, i widget embeddable, il content marketing, ed altro, spesso erano dei SEO. La nostra tribù è tenace nello scovare ogni metodologia che consenta a un messaggio di avere una vasta diffusione sul web e guadagnare quella visibilità che potrebbe generare link, citazioni e ranking.

Nella complessità del panorama del marketing online di oggi, i SEO professionisti sanno come sfruttare decine di canali e centinaia di tattiche per guadagnarsi l'attenzione. A volte, questa pratica travolge gli altri e viene etichettata come SEO. Ma il nostro settore non si è mai identificato con una singola tattica.

---

Mi immagino che se metteste insieme un paio di SEO in una stanza, potremmo elencare un'altra dozzina di attività di marketing di alto livello, che nessun'altra professione può affrontare. Questo (e molto altro) è quello in cui i SEO sono bravi. Dal mio punto di vista, nessuno di questi aspetti è meno necessario, né meno efficace di quanto non lo sia stato negli ultimi 15 anni. Ecco perché questo settore continua a

---

crescere ad un ritmo notevole [<http://moz.com/industry-survey>], e ecco perché i SEO professionisti sono spesso così orgogliosi e difendono così tenacemente i nostri titoli, la nostra percezione del mercato, e le descrizioni a volte troppo semplicistiche o incomplete del nostro lavoro.

**P.S.**

Riconosco che ci sono molti marketers che hanno competenze e conoscenze SEO, sufficientemente approfondite da svolgere questi compiti, e che questo potrebbe essere vero anche per altri titoli professionali. Ai fini di questo post, mi piacerebbe includere tutte quelle persone nella definizione "professional SEO" che ho usato in precedenza.



**Rand Fishkin**

Traduzione di **Marco Dini**

*MOZ non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione. SEO fornisce i [migliori strumenti](http://moz.com/tools) e [risorse](http://moz.com/blog) SEO del Web.*

**Altri articoli di Rand Fishkin:**

<http://www.ideawebitalia.it/author/rand-fishkin/>



**Immagine di prima pagina**

autore: **JBLM MWR**

Immagine originale:

<http://www.flickr.com/photos/jblmmwr/7171778338/>

Diritti di riproduzione:

<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.it>

Questo articolo si trova qui:

[www.ideawebitalia.it/seo/5867/](http://www.ideawebitalia.it/seo/5867/)