

12 modi per aumentare il traffico da Google senza Link building

Di **Cyrus Shepard**

Articolo originale:


12 Ways to Increase Traffic From Google Without Building Links

<http://moz.com/blog/google-traffic-links>

11 marzo 2014



Foto di **Luke Price**

 Alcuni diritti riservati a [LukePricePhotography](#)

Il link building è duro, ma non è l'unico modo per generare un aumento del traffico dai risultati della ricerca di Google.

Quando ho iniziato a fare il SEO, il link building non era il mio forte. Scrivere e-mail per richiedere link mi terrorizzava, ed avevo poca esperienza nella creazione di contenuti che fanno colpo. In compenso mi concentravo sulle vittorie facili.

Anche se nei risultati della ricerca di Google, i fattori off-page come i link, tipicamente hanno un peso molto maggiore, rispetto al [lavoro fatto sulle pagine](#) [<http://moz.com/search-ranking-factors>], i SEO di oggi hanno un bel numero di leve su cui giocare, per ottenere un aumento del traffico di ricerca senza dover mai richiedere un link.

Per i SEO esperti, molti di queste sono prassi consolidate, ma anche il sito più ottimizzato può migliorare in almeno una o più di queste aree.

1. Articoli di approfondimento

Secondo il Grafico delle funzionalità di MozCast [<http://mozcast.com/features>], il 6% dei risultati della ricerca di Google contiene articoli di approfondimento. Anche se non sembra un gran numero, gli articoli che si qualificano, possono vedere un aumento significativo del traffico. Da valutazioni empiriche abbiamo sentito riportare aumenti di traffico fino al 10% dopo essere stati inclusi.

In-depth articles

[How to Buy a Laptop](#)

PC Magazine - Nov 2013
But the regular laptop doesn't look the same, with dozens of convertible designs that rethink the standard clamshell to take advantage of touch interfaces. Some laptops double as ...

[Engadget's laptop buyer's guide: spring 2013 edition](#)

Engadget - by Dana Wolman - Apr 2013
You asked; you got it. When we ran our first-ever laptop buyer's guide earlier this year, many of you wrote in, requesting that we include more.

[Seeing No Progress, Some Schools Drop Laptops](#)

The New York Times - May 2007
Correction Appended. LIVERPOOL, N.Y. — The students at Liverpool High have used their school-issued laptops to exchange answers on tests, download pornography and hack into ...

[+ More in-depth articles](#)

Con l'aggiunta di alcuni segnali al codice HTML, il contenuto di alta qualità potrebbe qualificarsi per essere visualizzato. Il [codice suggerito da Google](#)

[<https://support.google.com/webmasters/answer/3280182?hl=en>] prevede:

- Schema.org [Article](#) [<http://schema.org/Article>] markup (anche [NewsArticle](#) [<http://schema.org/NewsArticle>] funziona)
- [Authorship](#) [<https://support.google.com/webmasters/answer/1408986>] su Google+
- Le migliori pratiche di [Pagination](#) [<http://searchengineland.com/the-latest-greatest-on-seo-pagination-114284>] e [canonicalization](#) [<http://moz.com/blog/rel-confused-answers-to-your-rel-canonical-questions>]
- Il markup [Logo](#) [<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2013/05/using-schemaorg-markup-for-organization.html>]
- [First Click Free](#) [<https://support.google.com/webmasters/answer/74536>] (per i contenuti [paywall](#) [<http://hi-tech.leonardo.it/paywall-cose-le-news-a-pagamento-possono-salvare-il-giornalismo-italiano/>])

Anche se Google sembra favorire l'inclusione di articoli di approfondimento dei siti di notizie autorevoli, **la maggior parte dei siti che ne potrebbero beneficiare non hanno applicato un marcatura semantica appropriata.**

2. Migliorare la soddisfazione degli utenti

E' possibile migliorare il posizionamento su Google migliorando l'esperienza sul sito dei vostri visitatori?

La risposta è "sì" per varie ragioni e l'esperienza di molti SEO suggerisce che l'effetto sia maggiore di quanto ci rendiamo conto.

Sappiamo che l'algoritmo Panda di Google penalizza i siti "di bassa qualità". Sappiamo anche che [Google probabilmente misura la soddisfazione degli utenti](#)

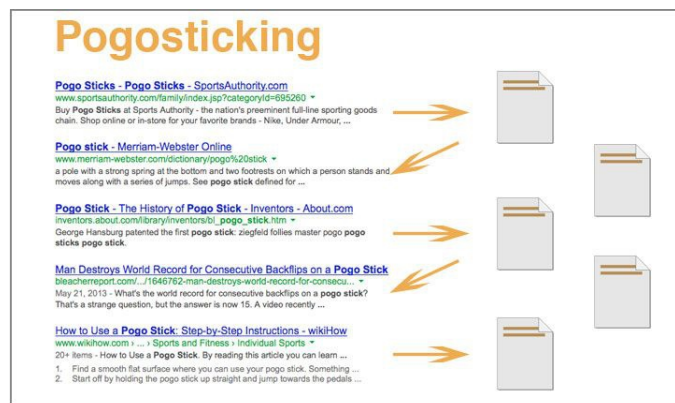
[<http://moz.com/blog/seo-satisfaction>] che cliccano sui risultati di ricerca.

"... Google poteva vedere quanto sono **soddisfatti** gli utenti. ... Il miglior segno della loro soddisfazione era il "Click lungo" (si verificava quando qualcuno andava su un risultato della ricerca, idealmente il primo, e non tornava)".

-Stephen Levy dal suo eccellente libro [In The Plex](#)

[<http://www.stevenlevy.com/index.php/books/in-the-plex>]

Questo concetto è chiamato "**pogosticking**", o "**return-to-SERP**", e molti SEO credono che se potete ridurlo mantenendo i visitatori soddisfatti sul vostro sito (o almeno che non tornino su Google per cercare la risposta altrove), Google vi ricompenserà con posizionamenti migliori nei risultati della ricerca.



[<http://www.stevenlevy.com/index.php/books/in-the-plex>]

[Tim Grice](#) [https://twitter.com/Tim_Grice] di Branded3 riporta un **modo di dire**

[<http://www.seowizz.net/2013/12/what-is-seo-going-to-bring-us-in-2014.html>] che usano nella loro agenzia SEO:

"Se avete abbastanza link per essere nei top 5, ne avete abbastanza per essere in prima posizione"

Anche se non abbiamo prove dirette dell'effetto pogosticking sui risultati della ricerca di Google, abbiamo visto abbastanza **brevetti** [<http://www.google.com/patents/US20080275882>], **interviste** [<http://www.wired.com/business/2011/03/the-panda-that-hates-farms/>] e **analisi** [<http://www.seobythesea.com/2008/11/search-pogosticking-and-search-previews/>] per credere che sia forse una delle tecniche SEO ancora oggi più sottoutilizzate.

3. Rich snippet dai dati strutturati

I tipi di rich snippet che si vedono nei risultati delle ricerche di Google, sono in continua espansione, inclusi **eventi** [<https://support.google.com/webmasters/answer/164506?hl=en>], **canzoni**

[<https://support.google.com/webmasters/answer/1623047?hl=en>], video e [breadcrumbs](#) [<https://support.google.com/webmasters/answer/185417?hl=en>].

La prima volta che ho sentito parlare di dati strutturati è stato in una presentazione di Matthew Brown a MozCon nel 2011. Matthew ora lavora a Moz, e sono felice di raccogliere dalla sua esperienza. La sua presentazione Schema 101 riportata qui sotto è valsa la pena studiare.



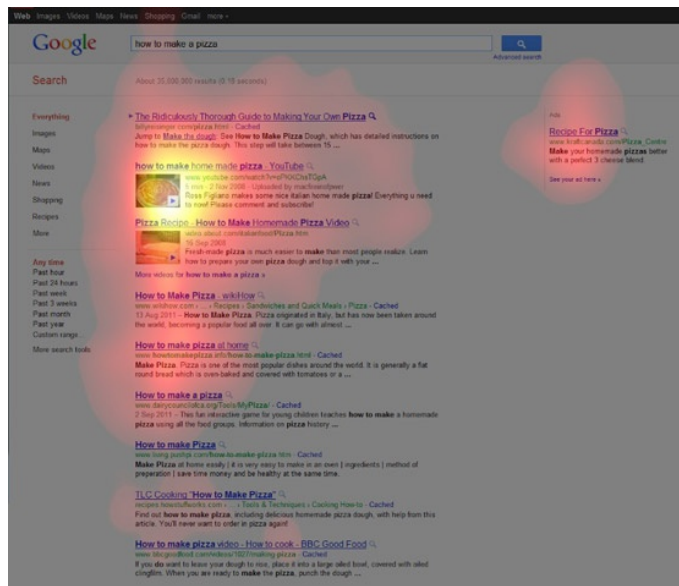
[Schema and Open Graph 101 - SMX Munich](http://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/18552566?) [http://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/18552566?] di [Matthew Brown](http://www.slideshare.net/MatthewBrownPDX) [<http://www.slideshare.net/MatthewBrownPDX>]

Se avete appena iniziato, date un'occhiata a questa [guida incredibilmente utile per la Generazione dei Rich Snippets](#) [<http://seogadget.com/micro-data-schema-org-guide-to-generating-rich-snippets/>] di SEOGadget.

Due dei nostri preferiti tipi di markup per aumentare i clic sono **video** e **paternità** (Authorship), per cui ne parliamo in dettaglio qui di seguito.

4 Ottimizzazione dei video

Pixel dopo pixel, le icone dei video stanno accaparrandosi più spazio nei risultati della ricerca, rispetto a qualsiasi altro tipo di rich snippet, anche più delle foto dell'autore. Gli studi dimostrano che i nostri occhi vanno direttamente su di loro.



Eye-tracking delle SERP di Google - 5 racconti di Pizza [http://moz.com/blog/eyetracking-google-serps]

A differenza delle foto d'autore, i video snippets sono spesso più facili da visualizzare e non richiedono di creare un collegamento ad un account Google+.

I video snippets in genere richiedono la creazione di una [sitemap XML per i video](https://support.google.com/webmasters/answer/80472?hl=en) [https://support.google.com/webmasters/answer/80472?hl=en] e di aggiungere i [markup video di schema.org](https://support.google.com/webmasters/answer/2413309?hl=en&topic=1088474&ctx=topic) [https://support.google.com/webmasters/answer/2413309?hl=en&topic=1088474&ctx=topic].

Per semplificare le cose, molti servizi di terze parti possono prendersi cura dei dettagli tecnici al vostro posto. Qui a Moz usiamo [Wistia](http://wistia.com/) [http://wistia.com/], che crea una mappa del sito e aggiunge automaticamente i markup di schema.org.

Consiglio dettato dall'esperienza: Sia schema.org che l'XML delle Sitemap consentono di definire l'icona del video che appare nei risultati di ricerca. Siccome la miniatura influenza molto i click, sceglierla con cura.

Lettura consigliata: [Ottenere risultati con i video su Google](https://www.distilled.net/blog/video/getting-video-results-in-google/)

[https://www.distilled.net/blog/video/getting-video-results-in-google/]

5. L'Authorship su Google

Dare un voto alla foto desiderata sui risultati della ricerca di Google, non garantisce più clic, ma metterci **la foto giusta** può aiutare il vostro tasso di click-through in molti risultati.

Che cosa rende una foto un buon ritratto dell'autore? Anche se non ci sono regole, ho provato e studiato personalmente centinaia di foto ed ho trovato qualche elemento che aiuta:

- Usare un volto reale, non un logo aziendale, un cartone animato o un'icona.
- Colori ad alto contrasto. Perché la foto è piccola, è necessario distinguersi con una buona separazione tra sfondo e primo piano.
- Adeguata al pubblico. Ad esempio, i giovani fan della Disney sono probabilmente meno propensi a fare clic su un tizio anziano vestito con un completo, che sembra un consulente finanziario.

10 Super Easy SEO Copywriting Tips for Improved Link ...



moz.com/.../10-super-easy-seo-copywriting-tips-for-link-bu... Moz

by Cyrus Shepard - in 13,433 Google+ circles

May 3, 2011 - Want to know the secrets of **SEO copywriting**? Compare the two posts below, both written by the exact same **SEO** expert and each containing ...

10 Tips for SEO Copywriting that Ranks - Marketing ...



www.marketingtechblog.com/seo-copywriting-tips/

by Douglas Karr - in 5,873 Google+ circles

Dec 23, 2013 - Infographic: **10 Tips for SEO Copywriting** that Ranks by Douglas Karr on Marketing Technology Blog.

SEO Copywriting – 10 Tips for Writing Content that Ranks in...



contentverve.com/seo-copywriting-10-tips-content-ranks-infogr...

by Michael Aagaard

Apr 24, 2013 - Copy is one of the most important aspects of onsite Search Engine Optimization. This infographic gives you **10 tips** for writing content that ranks ...

Google è recentemente diventato più selettivo sulle foto dell'autore

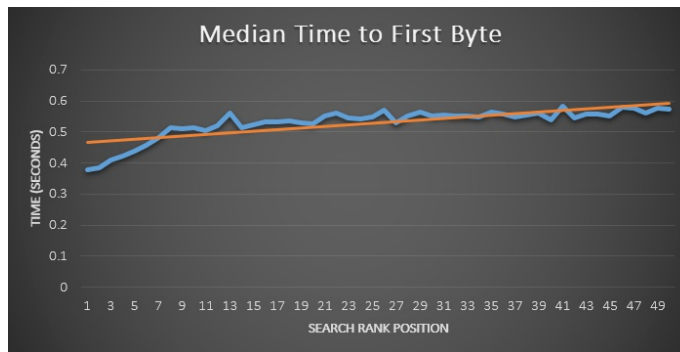
[<http://www.stonetemple.com/the-great-google-authorship-kidnapping-what-happened-to-your-author-photo-in-search/>] che sceglie di mostrare, ma se si [implementa correttamente l'Authorship](#) [<https://support.google.com/webmasters/answer/1408986?hl=en>] potete trovarvi (secondo [MozCast](#) [<http://mozcast.com/features>]) nel 20% di tutti i risultati delle ricerca che includono la foto dell'autore.

6. Migliorare la velocità del sito

Migliorare la velocità del sito non solo migliora la soddisfazione dei visitatori (vedi il punto 1) ma può avere anche una influenza diretta sul vostro ranking. In realtà, la velocità del sito è [uno dei pochi fattori di ranking che Google ha confermato](#)

[<http://googlewebmastercentral.blogspot.it/2010/04/using-site-speed-in-web-search-ranking.html>].

Una delle cose interessanti che abbiamo imparato quest'anno, con l'aiuto dei ragazzi di [Zoompf](#) [<http://zoompf.com/>], è che l'effettiva velocità di caricamento della pagina può essere di gran lunga meno importante del "Time to First Byte" (TTFB). Il TTFB è la quantità di tempo che impiega un server per rispondere alla prima richiesta.



Per quanto importante sia la velocità della pagina per la ricerca sui desktop, Google ritiene che sia **ancora più importante per i dispositivi mobili**. Pensate all'ultima volta che avete aspettato che una pagina finisse di caricarsi sul vostro smartphone, con poco segnale.

"L'ottimizzazione del tempo di caricamento di una pagina sugli smartphone è particolarmente importante, viste le caratteristiche delle reti dati mobile a cui gli smartphone sono collegati".

[Google Developers](https://developers.google.com/webmasters/smartphone-sites/common-mistakes) [https://developers.google.com/webmasters/smartphone-sites/common-mistakes]

Strumento consigliato: [PageSpeed Insights](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/)

[https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/]

7. SEO per gli smartphone

A parte la velocità, se il vostro sito non è configurato correttamente per gli smartphone, probabilmente si traduce in risultati inferiori nella ricerca su Google, per le query fatte dal mobile. Google conferma che gli errori che si verificano sugli smartphone possono provocare [ranking bassi sul mobile](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2013/06/changes-in-rankings-of-smartphone_11.html) [http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2013/06/changes-in-rankings-of-smartphone_11.html].

Che cosa è un errore smartphone? Potrebbe essere uno di questi:

- Reindirizzare i visitatori alla URL mobile sbagliata
- Incorporare un video che non funziona su un particolare telefono (i video Flash su iPhone, per esempio)
- Pop-up che non si chiudono facilmente sui dispositivi mobile
- Pulsanti o caratteri troppo piccoli per un dispositivo mobile

Google consiglia di rendere il vostro sito "responsive", ma [molti dei migliori marchi del mondo, tra cui Apple.com, non hanno siti responsive](https://econsultancy.com/blog/64349-10-websites-that-aren-t-responsive-and-probably-should-be) [https://econsultancy.com/blog/64349-10-websites-that-aren-t-responsive-and-probably-should-be]. Indipendentemente da questo, una buona esperienza mobile è un imperativo.

8. Espandete il vostro pubblico internazionale

Il vostro sito ha un potenziale di traffico al di fuori del paese o della lingua attuale?

I nostri esperti internazionali come [Aleyda Solis](https://twitter.com/aleyda) [https://twitter.com/aleyda] lo sanno bene, ma la gente negli Stati Uniti è stata lenta nell'adeguare la SEO a linguaggi e paesi specifici.

Spesso, ci sono maggiori opportunità di comparire nei risultati di ricerca internazionali, piuttosto che rimanere entro i propri confini, e la concorrenza a volte è minore. Per vedere se vale la pena di fare un investimento, controllare questa [Checklist per la SEO Internazionale](http://moz.com/blog/the-international-seo-checklist) [http://moz.com/blog/the-international-seo-checklist], di Aleyda (che è anche un'esperta di SEO mobile: è quasi sleale!)



9. Notazioni social con Google+

Quando si condividono i contenuti su Facebook e Twitter, la rete praticamente li vede solo quando guarda Facebook e Twitter.

Invece, quando si condivide il contenuto su Google+, la rete può vederlo ogni volta che fa una ricerca su Google.

Gli [studi fatti da Google](http://moz.com/blog/the-international-seo-checklist) [http://moz.com/blog/the-international-seo-checklist] mostrano che gli utenti sono **ostinatamente più reattivi alle notazioni provenienti dai social**, anche se viene presentato loro, un video o altri tipi di rich snippet.

Il modo più semplice per avvantaggiarsene è quello di espandere la vostra rete Google+ e condividere buoni contenuti regolarmente e spesso. [Rand Fishkin spiega](#)

elegantemente come utilizzare Google+ a comparire in cima ai risultati di Google ogni volta [http://www.ideawebitalia.it/seo/5566/].

Inoltre, i contenuti condivisi attraverso Google+ spesso si posizionano nei risultati della ricerca regolare [https://www.google.co.uk/search?q=google+formatting+cheats&pws=0&gl=us], visibile a tutti sul web, a prescindere dalle loro connessioni sociali.

10 Ottimizzazione gli snippet

Questo risale all'ottimizzazione dei meta tag e title tag di base, ma è una buona pratica da tenere presente.

Negli ultimi due anni, Google ha cambiato la lunghezza massima del tag "title" in modo che non dipenda più dal numero di caratteri, ma il numero di pixel usati; generalmente intorno ai 500 pixel di lunghezza [http://seo-website-designer.com/Title-Length-Google-Search-Results]. Questo continua a cambiare mentre Google mette alla prova nuovi layout.

SEOMoz is now Moz. Software and Community for Better ...

★★★★★ Rating: 4.5 - 171
moz.com/ Moz

Welcome to Moz. We create SEO software, marketing analytics tools, and all kinds of content to help you learn inbound marketing. We're also home to the web's ...

Moz Blog

The Moz inbound marketing and SEO blog provides tips, ...

SEO Tools

MozBar - Keyword Difficulty - Rank Tracker - Fresh Web Explorer

Siccome è difficile stabilire quando si superano 500 pixel, scrivendo la maggior parte dei titoli, il miglior consiglio è ancora quello di mantenere i titoli **tra 60 e 80 caratteri**, o di utilizzare uno strumento di ottimizzazione delle snippet online [http://www.seomof.com/snippet-optimizer.html], per trovare il titolo di lunghezza ideale.

Google ha anche aggiornato i suoi consigli sulle meta descrizioni, chiarendo ulteriormente, che **le meta descrizioni duplicate non sono una buona idea**. Matt Cutts ci dice che se non potete fare le descrizioni univoche per ogni pagina, è meglio toglierle del tutto.

"Potete avere un meta tag description unico, oppure potete scegliere di non avere meta tag description".

Matt Cutts di Google [https://www.youtube.com/watch?v=W4gr88oHb-k]

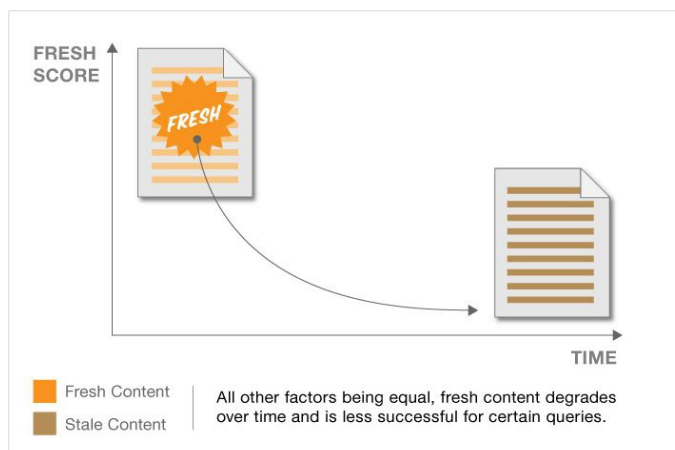
Dato che meta descrizioni duplicate sono una delle poche raccomandazioni HTML segnalate nei Webmaster Tools, vorrà forse dire che che Google tratta le meta descrizioni duplicate come un fattore di ranking negativo? Mah

11. Aggiornare i contenuti freschi

I siti web che si smettono di guadagnare nuovi link spesso perdono terreno nei risultati della ricerca di Google. Allo stesso tempo, i siti che non aggiungono nuovi contenuti o lasciano che le loro pagine diventino stantie, possono anche cadere in disgrazia.

Rinfrescare il vostro contenuto non garantisce una spinta nelle posizioni, ma per alcuni tipi di query aiuta sicuramente. Google valuta la freschezza in modi diversi, che possono essere per esempio:

- Data di pubblicazione
- Quantità (%), dei cambiamenti al contenuto
- Quanto spesso si aggiorna il contenuto
- Quante nuove pagine create nel corso del tempo
- Modifiche apportate al contenuto importante (testo della homepage) rispetto al contenuto irrilevante (link a piè di pagina)



Lettura consigliata: [Fattore di freschezza: 10 illustrazioni su come i nuovi contenuti possano influenzare il ranking](http://www.ideawebitalia.it/seo/3673/) [http://www.ideawebitalia.it/seo/3673/]

12. SEO on-page in corso

I fattori elencati hanno solo scalfito la superficie del guadagnarsi più spazio nei risultati di ricerca. Questioni come l'indicizzazione, il crawling, l'impostazione dei link canonical, i contenuti duplicati, l'architettura del sito, la ricerca delle parole chiave, i link interni, l'ottimizzazione delle immagini e **1.000 altre cose** possono smuovere la montagna del ranking.

Il lavoro del SEO tecnico diventa più complesso ogni anno, ma abbiamo anche più opportunità che mai.

E' facile pensare che non ci sia nulla di nuovo nella SEO, o che la SEO sia facile, o che Google semplicemente capisca i nostri siti. Niente è più lontano dalla realtà.

La verità è che abbiamo del lavoro da fare.



Cyrus Shepard

traduzione di **Marco Dini**

SEOMoz non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione. SEOMoz fornisce i migliori [strumenti](http://www.seomoz.org/tools) e [risorse](http://www.seomoz.org/blog) SEO del Web.

Altri articoli di Cyrus Shepard

<http://www.ideawebitalia.it/author/cyrus-shepard/>

Foto iniziale

autore: [Rosenfeld Media](#)

Immagine originale: <http://www.flickr.com/photos/rosenfeldmedia/3978126963/>

Licenza d'uso: <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.it>



Questo sito si trova qui:
www.ideawebitalia.it/seo/5940/