

Nell'affrontare il processo di Search Engine Optimization è importante analizzare, comprendere, verificare e misurare l'esistenza dei processi o "mattoni" fondamentali della piramide del SEO senza i quali è difficile ottenere i risultati durevoli nel tempo.

PRIMA FASE

Può essere ovvio ma è necessario verificare che esistano i mattoni base sui quali poi poseremo le successive attività.



L'Impegno: come in ogni progetto anche nel Search Engine Optimization è importante che il team sia motivato e a conoscenza degli obiettivi. Anche un solo componente del team demotivato può far fallire il progetto. A volte è necessario fornire, ad alcuni membri del team, un supporto formativo per spiegare gli aspetti fondamentali del SEO.



Pianificazione: il successo inizia con la definizione degli obiettivi e lo sviluppo di un piano dettagliato per il loro raggiungimento che contenga le strategie e le tattiche che saranno utilizzate, le persone e le risorse necessarie, e così via.



Formazione: il mondo del SEO è in continua evoluzione e lo sono anche i competitor. E' importante tenere a mente in ogni fase del progetto che il mondo del SEO è in continua evoluzione. Dovranno pertanto essere garantite le risorse per una continua misurazione dei dati ed il continuo aggiornamento sulle novità del SEO.



Pazienza: a parte sporadiche alcune eccezioni il Search Marketing è un processo che ha bisogno di tempo per ottenere risultati ed essere attuato correttamente. Non esistono scorciatoie o soluzioni rapide. Gli obiettivi si raggiungono in mesi se non addirittura in anni. Prima si parte, meglio è.

SECONDA FASE

Dopo aver verificato l'esistenza delle fondamenta della piramide cominceremo a posare i successivi mattoni.



Design e Usabilità: Esistono alcuni siti che pur non essendo gradevoli hanno successo. Ne esistono altri invece, che pur essendo gradevoli, non ottengono performance di rilievo. Sono comunque eccezioni. Prepariamo un sito attraente e facile da usare. Diamo ai nostri clienti gli strumenti per fare, sul nostro sito, ciò che desiderano e non quello che noi vorremmo che facciano. Verifichiamo che i percorsi di accesso alle informazioni siano semplici. Facciamo benchmark con i siti della concorrenza.



Parole chiave: Utilizzando le "keyword" sbagliate, siamo destinati al fallimento. Non andiamo a naso. Definiamo correttamente le parole chiave. Esistono numerosi strumenti per verificare le parole chiave. Approfondiremo quest'argomento in successivi articoli.



Metriche: Avere accesso ad adeguati strumenti di SEO può essere un vantaggio rispetto alla concorrenza. Definiamo inizialmente i tools, delle vedi pagina [SEORisorse](#) ed Utilizziamo sempre gli stessi strumenti per analizzare nel tempo i risultati del nostro lavoro.



Misurazioni: misuriamo, analizziamo e modifichiamo le strategie e le tattiche in base alle necessità. Più importante degli strumenti è la corretta interpretazione dei dati. Sbagliare è umano, perseverare è diabolico. Approfondiremo anche questo argomento in successivi articoli.

TERZA FASE

Ora che abbiamo definito strumenti, keyword e metodologie di misurazione applichiamo il tutto.



Codice/ Scansione: lavoriamo sul codice. Un motore di ricerca non può indicizzare le pagine che il suo spider/agent non può trovare. Evitiamo, se possibile, filmati Flash, codice DHTML complicato e javascript. Più il codice è pulito più facile sarà, per il motore di ricerca, trovare ed indicizzare i contenuti. [Leggete anche questo articolo sui 5 errori più comuni da evitare.](#)



Contenuto: Il contenuto di un sito sia esso un blog, articoli, video, una pagina delle FAQ o anche contenuti creati dagli utenti deve essere rilevante con gli obiettivi del nostro progetto e con le keyword sulle quali desideriamo essere indicizzati. Il contenuto del titolo, del testo, dei link deve rispettare determinate impostazioni. Approfondiremo questo argomento in un prossimo articolo.



Links: Il contenuto del sito non sarà indicizzato senza link in entrata, preferibilmente ottenuti da siti pertinenti, noti e di qualità elevata. Approfondiremo anche questo argomento in un prossimo articolo.

QUARTA FASE

Miriamo ora ad aumentare la rintracciabilità e la reputazione.



Sociale / locale rintracciabilità: Il Social Media Marketing è di rilevanza importante per il raggiungimento dei vostri obiettivi. E lo è ancora di più per le piccole aziende in crescita.



Gestione della Reputazione: È indispensabile conoscere ciò che la gente sta dicendo della vostra azienda e dei vostri prodotti. Probabilmente non potrete influenzare completamente questo aspetto ma sarà utile a conoscere le motivazioni ed a correggere la rotta.

Risultato



Fiducia: Il risultato finale di questi sforzi è la fiducia degli utenti verso la vostra azienda ed i vostri prodotti. Il buzz marketing e le community sono gli strumenti migliori per far crescere questo importante aspetto.

È l'elemento umano che separa vincitori dai vinti.