


SEO

Breve glossario per orientarsi nel digital marketing

Meta descrizione, link building, SEA, SEM, SERP ti sembrano incomprensibili? Ecco un prontuario per capire di cosa stiamo parlando!



Se vuoi approfondire SEO e copywriting,
scrivici: siamo qui per questo!

Come si fa a finire nella *Prima Pagina* di un motore di ricerca? La *SEO* è la risposta!

Quando parliamo di SEO parliamo dell'arte di rendere le pagine e gli articoli del tuo sito interessanti agli occhi dei principali motori di ricerca come Google: è il biglietto da visita che ti permetterà di emergere fra tutti i risultati.

Anchor text: sono le parole che materialmente compongono un testo cliccabile su cui è presente un link.

Backlink: sono collegamenti ipertestuali da altri siti web che puntano al tuo sito, e dunque un fattore di ranking importante per Google.

Bounce rate: indica la percentuale di visitatori che lasciano un sito web dopo aver visualizzato una sola pagina, senza interagire ulteriormente.

CTR: acronimo per "Click-Through Rate", è la percentuale di utenti che cliccano su uno specifico risultato della ricerca.

Google Analytics: strumento gratuito di Google che consente di monitorare e analizzare il traffico e il comportamento degli utenti su un sito.

Google News: servizio di Google che aggrega notizie da fonti giornalistiche di tutto il mondo, permettendo di consultare articoli su diversi argomenti in tempo reale.

Google Search Console: si tratta di un servizio gratuito di Google che permette di monitorare la presenza del proprio sito nei risultati delle ricerche organiche. È utile per capire cosa funziona e cosa si può migliorare nell'indicizzazione delle proprie pagine.

Google Trends: strumento di Google che mostra le tendenze di ricerca in base alle ricerche fatte dagli utenti, offrendo dati su volumi e popolarità.

Indicizzazione: processo mediante il quale i motori di ricerca archiviano le informazioni di un sito web nel loro database.

Keyword: è la parola o la frase che gli utenti inseriscono nei motori di ricerca.

Keyword research: il processo di ricerca e analisi delle parole chiave che gli utenti inseriscono nei motori di ricerca, al fine di ottimizzare contenuti e strategie SEO.

Keyword stuffing: tecnica SEO scorretta che consiste nell'eccessivo utilizzo di parole chiave all'interno di un contenuto per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca; l'effetto è l'esatto opposto.

Link building: strategia SEO che consiste nell'ottenere link esterni verso il proprio sito web per aumentarne l'autorevolezza e migliorare il posizionamento sui motori di ricerca.

Meta descrizione: si tratta di una breve descrizione di una pagina web; dovrebbe essere accattivante e invogliare gli utenti a cliccare sul risultato della ricerca.

Ottimizzazione: è il processo di miglioramento dei contenuti e della struttura di un sito web per aumentarne la visibilità e il posizionamento nei risultati organici dei motori di ricerca.

Risultati a pagamento (Google Ads): annunci sponsorizzati che appaiono nella parte superiore o inferiore delle pagine dei risultati di ricerca (principalmente Google), pagati dall'inserzionista.

Risultati organici: risultati naturali che appaiono nelle pagine dei motori di ricerca in base alla rilevanza e all'ottimizzazione SEO, senza che l'inserzionista debba pagare.

SEA: acronimo di "Search Engine Advertising", raccoglie l'insieme delle attività che portano alla realizzazione di campagne di marketing a pagamento sui motori di ricerca.

SEM: acronimo di "Search Engine Marketing", è il ramo del digital marketing che si occupa di motori di ricerca, comprendendo tutte le attività SEO e SEA utili a portare sul sito un numero ampio di visitatori realmente interessati ai contenuti pubblicati.

SEO: acronimo di "Search Engine Optimization", comprende l'insieme delle attività che hanno come obiettivo l'ottimizzazione di un sito web sui motori di ricerca, per migliorarne il posizionamento nella SERP.

SERP: acronimo di "Search Engine Results Page", è letteralmente la pagina dei risultati del motore di ricerca; bisogna sottolineare che non sempre a parità di ricerca, fatta da persone diverse, corrisponde parità di risultati (possono fare la differenza il dispositivo di ricerca e le ricerche precedentemente compiute su Google).

Sitemap: file che elenca tutte le pagine di un sito web, aiutando i motori di ricerca a capire la struttura del sito e a indicizzare i contenuti correttamente.

Snippet: breve estratto di testo che appare sotto il titolo di una pagina nei risultati di ricerca di Google, fornendo un'anteprima del contenuto.

URL: acronimo di "Uniform Resource Locator", è la stringa di lettere che formano l'indirizzo internet di una pagina o di un sito web.