

CORSO DI COPYWRITING LET'S COPY



MODULO 4: OTTIMIZZAZIONE SEO (SOLO WEB) (SOLO ANTEPRIMA)

Indice degli argomenti salienti

- Cosa significa SEO e, in particolare, SEO Copywriting;
- Dove e come trovare le parole chiave più performanti;
- Inserire le keyword nel testo in modo naturale;
- Yoast, plug-in WordPress per imparare il SEO Copy;
- Meta title, meta description, attributi-alt e url;
- Quali strumenti utilizzare dopo la pubblicazione del testo

Cosa significa SEO e, in particolare, SEO Copywriting

1 – La definizione di Search Engine Optimization (SEO)...

Tutte quelle attività volte ad ottenere la migliore rilevazione, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca attraverso i loro spider, al fine di migliorare (o mantenere) un elevato posizionamento nelle pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti del web.

Dalla pagina Wikipedia [Ottimizzazione \(motori di ricerca\)](#)

2 – E la definizione di SEO Copywriting

Il SEO Copywriting, o nella sua denominazione completa Search Engine Optimization Copywriting o più semplicemente Search Engine Copywriting, è la tecnica di scrittura con la quale si inserisce in una pagina web del testo che attragga gli utenti e che possa essere utilizzato al contempo come elemento in più per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca. Lo scopo è di ottenere un alto rank (posizione) nei motori di ricerca per determinate parole.

Dall'articolo [Cos'è il SEO Copywriting: una definizione \(1/3\)](#)

3 – Ma il SEO Copywriting esiste veramente?

Nel mondo del copywriting non mancano le voci critiche secondo le quali parlare di SEO copy sia sbagliato e fuorviante.

In realtà non stiamo scrivendo per i motori di ricerca, ma per gli utenti, perché queste informazioni sono lette dagli utenti. I motori di ricerca le usano entrambe – quelle "dirette" e quelle "indirette" – per servirle agli utenti. Le leggono, ovviamente, ma le usano per gli utenti.

Dall'articolo [SEO Copywriting](#) di Penna Blu (Daniele Imperi)

In realtà questo mestiere esiste eccome e riguarda solo la comunicazione con gli utenti. Ci sono infatti moltissimi articoli validi (e moltissimi blog validi) che non avendo sfruttato la SEO non hanno ottenuto la giusta visibilità. Viceversa, molti siti di dubbio valore compaiono ai primi posti e vantano grandi volumi di traffico proprio perché sfruttano le regole del SEO copywriting.

4 – Un caso studio di SEO Copywriting italiano: Salvatore Aranzulla

Salvatore Aranzulla si autodefinisce:

il fondatore e la firma della rubrica tecnologica dello storico portale Virgilio.it (dal 2008) e anche del portale Libero.it (dal 2014). Il suo sito Internet è stato fondato nel 2002.

Lo “storico portale” in questione è www.aranzulla.it, che secondo Alexa è al numero 86 in Italia e al numero 3.912 nel mondo. Un ottimo risultato! Frutto (in parte) delle regole del SEO Copywriting. Tra queste la ripetizione della keyword in diversi articoli...

PRIMA PAGINA PER LA RICERCA “[COME SCARICARE APP GRATIS](#)”



Se Aranzulla parlasse solo agli utenti, forse avrebbe scritto un solo articolo su come scaricare app gratis... In questo caso, e in moltissimi altri, sceglie invece deliberatamente di “battere il chiodo” e replicare lo stesso contenuto con parole diverse. Guarda caso, una delle tecniche di SEO Copywriting più semplici ed efficaci!

Riassumendo, SEO e SEO Copywriting sono...

due attività essenziali nel lavoro di un copywriter o di un blogger. Sfruttarle a proprio vantaggio può fare la differenza tra un sito con un discreto traffico e un sito di successo.

Copyright CONTENUTI-WEB di Roberto Zambon

Dove e come trovare le parole chiave più performanti

1 - Le parole chiave da utilizzare per posizionare un sito o una singola pagina si dividono in keyword principali e secondarie.

ESEMPI DI KEYWORD PRINCIPALI VS SECONDARIE

KEYWORD PRINCIPALI

- Babysitter Bologna
- Telefonini usati
- Dipendenza da alcool
- Accensione gpl

KEYWORD SECONDARIE

- Baby sitter inglese a bologna
- Telefoni usati come nuovi
- Dipendenza da alcool come riconoscerla
- Problemi accensione auto gpl

In linea generale le keyword principali si utilizzano per il posizionamento dell'intero sito/blog/ecommerce, mentre le keyword secondarie per il posizionamento di singole pagine/post/prodotti. Entrambi i gruppi sono identificati da caratteristiche ben precise.

CARATTERISTICHE KEYWORD PRINCIPALI VS SECONDARIE

KEYWORD PRINCIPALI

- Più brevi (1-2-3 parole)
- Più generiche
- Più ricercate
- Più difficili da posizionare

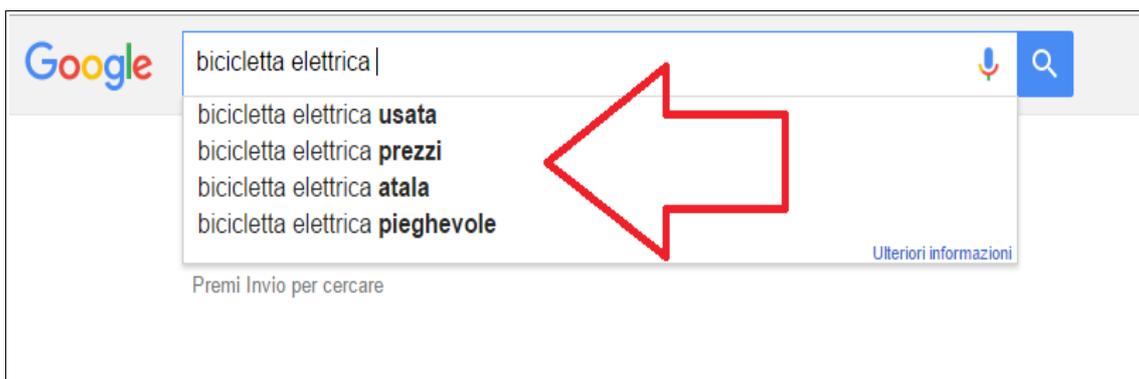
KEYWORD SECONDARIE

- Più lunghe (fino a 6-7 parole)
- Più specifiche
- Meno ricercate
- Più facili da posizionare
- Spesso geolocalizzate

2 - Nella scelta delle keyword l'esperienza conta moltissimo. Tuttavia, per chi non ha sufficiente confidenza, esistono alcuni validi "aiutini" su cui fare affidamento. Proviamo con bicicletta elettrica.

1) GOOGLE SUGGEST

Se digitiamo su Google la keyword "bicicletta elettrica" senza premere invio, vedremo comparire una breve lista di parole chiave suggerite.



Aggiungendo una alla volta le lettere "a", "b", "c", "d", ecc, avremo una lista più che sufficiente di keyword principali e secondarie con un volume di traffico sicuro. Non ci resta che creare il titolo!

2) RICERCHE CORRELATE

Se il primo sistema non basta, scrolliamo in fondo alla pagina e valutiamo le ricerche correlate proposte da Google. Questo trucco è utile anche per scoprire le parole e i brand di settore associati (per "low cost viaggi", ad esempio, compaiono trivago e ryanair).

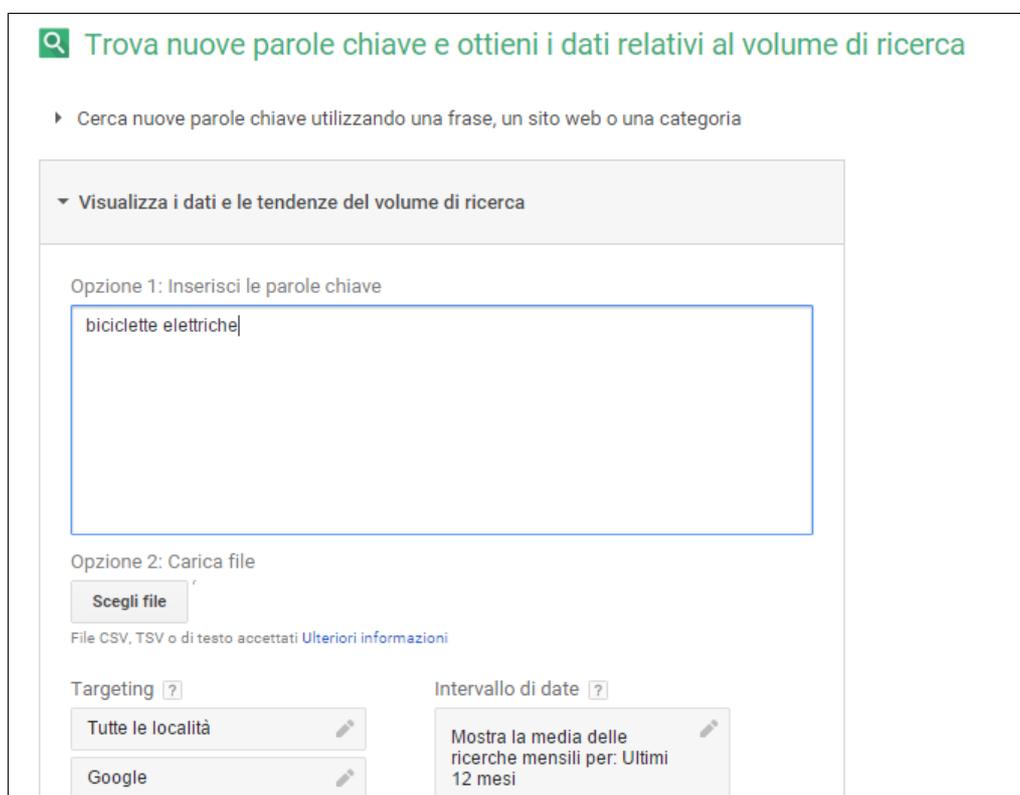


3) KEYWORD PLANNER

Lo strumento di pianificazione delle parole chiave di Google, conosciuto anche come Keyword Planner, è il tool gratuito di AdWords (piattaforma pubblicitaria di Google) che permette agli inserzionisti (e non solo!) di conoscere il traffico mensile medio intorno a una certa parola chiave. Per accedere è necessario loggarsi con i dati gmail.

<https://adwords.google.it/KeywordPlanner>

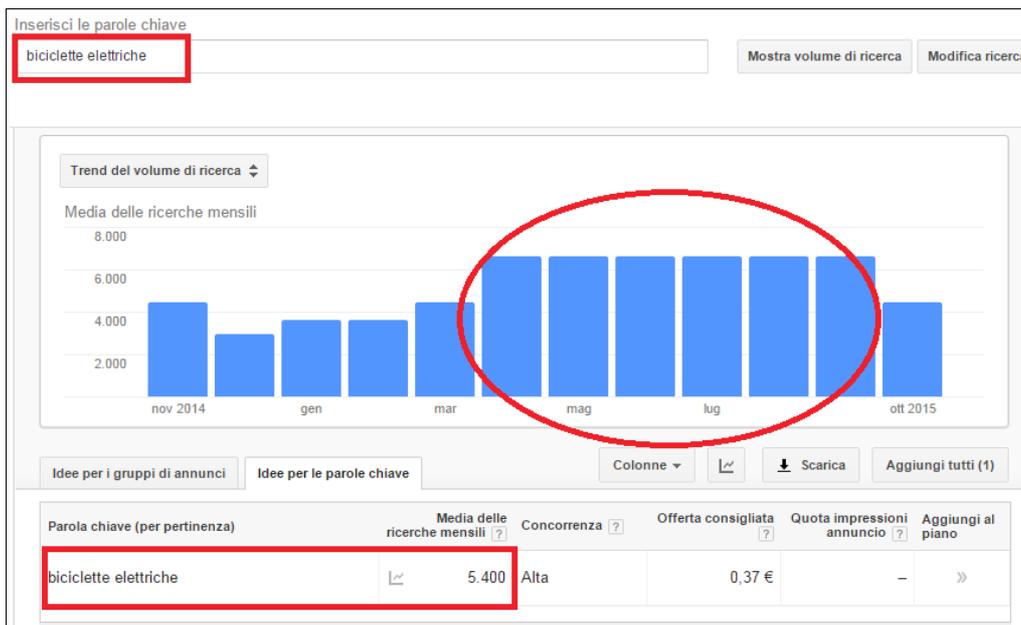
Una volta dentro possiamo selezionare subito la voce "Visualizza i dati e le tendenze del volume di ricerca", quindi selezionare invio. Non occorre caricare file o scegliere una località specifica, manteniamo quindi le impostazioni di default che troviamo.



The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. At the top, there is a search bar with the text "Trova nuove parole chiave e ottieni i dati relativi al volume di ricerca". Below this, there is a dropdown menu with the option "Visualizza i dati e le tendenze del volume di ricerca" selected. Underneath, there are two options for entering keywords: "Opzione 1: Inserisci le parole chiave" and "Opzione 2: Carica file". The "Opzione 1" section has a text input field containing "biciclette elettriche". The "Opzione 2" section has a "Scegli file" button and a link for "Ulteriori informazioni". At the bottom, there are two sections: "Targeting" with options "Tutte le località" and "Google", and "Intervallo di date" with the option "Mostra la media delle ricerche mensili per: Ultimi 12 mesi".

Il risultato è un grafico con i volumi di ricerca mese per mese negli ultimi 12 mesi, in Italia, per query effettuate su Google.it. Teniamo buono solo il dato delle media di ricerche mensili (riquadro evidenziato rosso) perché gli altri ci interessano per la gestione delle campagne pubblicitarie.

Attenzione ai periodi di aumento/abbassamento delle ricerche. Si tratta di un dato significativo che ci può guidare nella scelta di QUANDO pubblicare un articolo. Consiglio in ogni caso Keyword Planner per avere conferme e non per la ricerca vera e propria.



Da ultimo, osserviamo la concorrenza, gli influencer, i blog di settore, scegliendo quelli che sono i post/articoli/argomenti di maggiore successo, o che potrebbero essere interessanti ma di cui nessuno ha ancora parlato.

Riassumendo, le parole chiave più performanti...

ce le suggerisce l'esperienza, ma anche l'utilizzo di strumenti come Google Suggest, Ricerche Correlate e Keyword Planner.

FINE ANTEPRIMA... ACQUISTA IL MODULO IV!

[CORSO COPYWRITER](#)



Roberto Zambon
Copywriter Senior
347 4527195

info@contenuti-web.it

www.contenuti-web.it

www.corso-copywriter.it

www.contenutidiquailta.it