

PAS
PARTICIPAZIONE ATTIVA STUDENTI

25
MARZO
H 16 - 20
Aula 16A



WEB MARKETING AVANZATO



Web Marketing avanzato

Chi Sono

Piacere sono Roberto Ettore, ho 32 anni e sono un SEO (a quanto dicono!)

Sono laureato in Culture per la Comunicazione, studio SEO da oltre dieci anni, sono stato digitalizzatore per Google e Unioncamere nel 2015 e nel 2016 ho fondato la mia Web Agency: il Webshop.



Local SEO: definizione



E' un sottoinsieme delle attività SEO e riguarda tutte quelle ricerche in cui la posizione geografica è determinante.

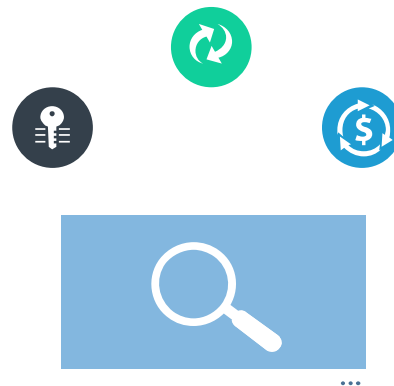
SEO: disciplina che studia e applica tutte quelle attività da mettere in piedi per migliorare il posizionamento di un sito web sui motori di ricerca.

“ristorante” +
“Pescara”



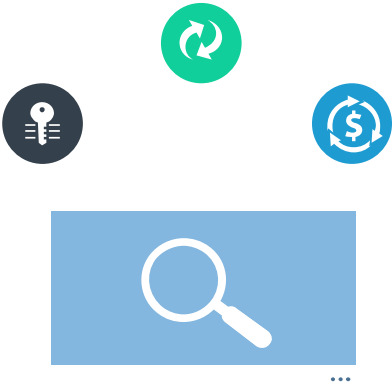
IL 50 % DELLE RICERCHE DA
MOBILE SU GOOGLE E' LEGATA
ALLA GEOLOCALIZZAZIONE
(MONUMENTI, ALBERGHI,
RISTORANTI)

FONTE: DATI GOOGLE





IL 95% DEI RISTORANTI NON
HA UN SITO WEB
FONTE: DATI GOOGLE



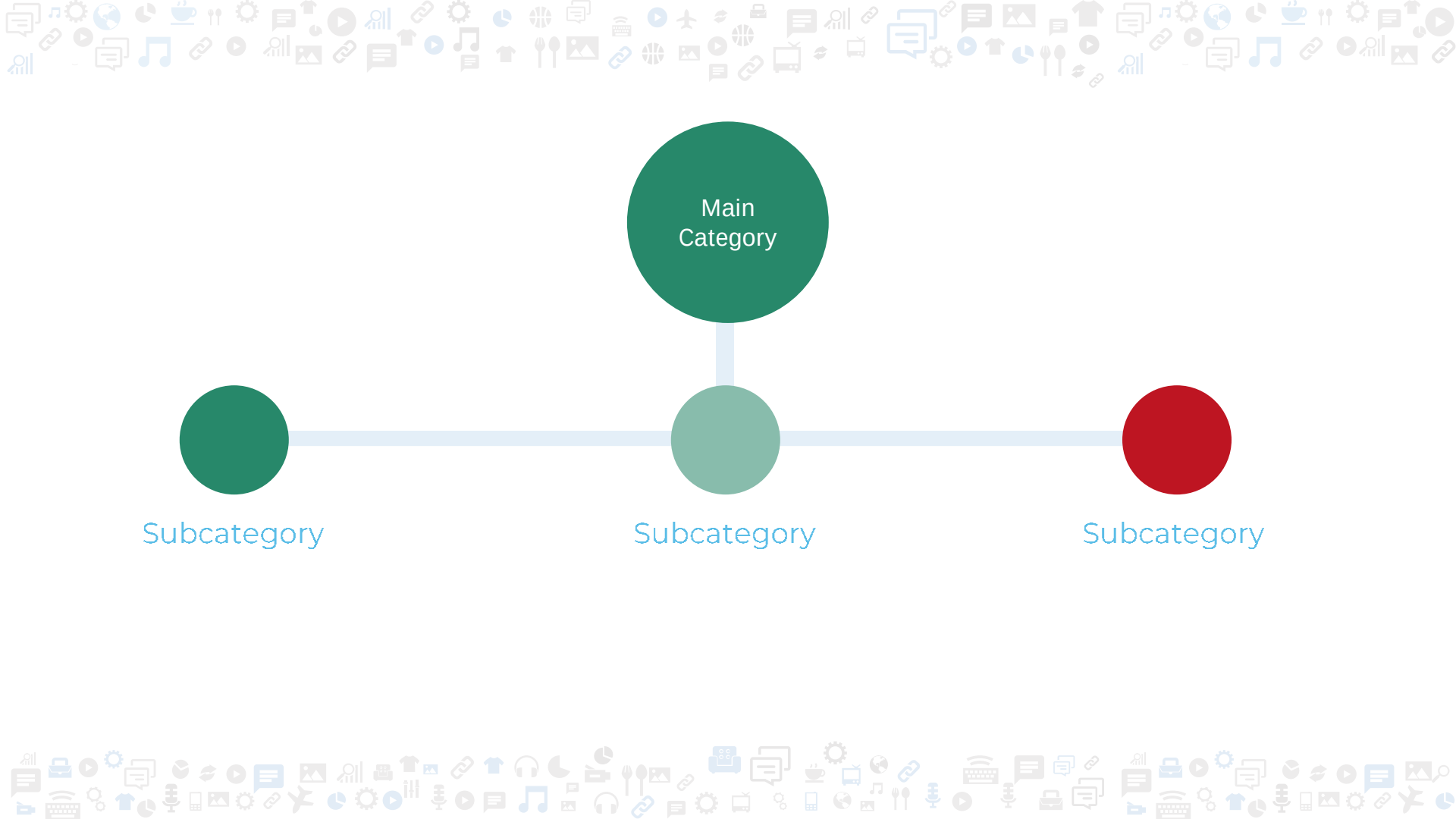
Keyword research e contenuti



Per la strutturazione di un sito web ottimizzato local SEO possiamo partire dalle categorie di Google My Business per iniziare a produrre le pagine, per poi andare ad espandere il campo.

Un tool utile è www.pleper.com

Category Name	Related Categories
Ristorante afghano	Related Categories
Ristorante africano	Related Categories
Ristorante alisiano	Related Categories
Ristorante americano	Related Categories
Ristorante andaluso	Related Categories
Ristorante argentino	Related Categories
Ristorante armeno	Related Categories
Ristorante fusion asiatico	Related Categories
Ristorante asiatico	Related Categories
Ristorante asturiano	Related Categories
Ristorante australiano	Related Categories
Ristorante austriaco	Related Categories
Ristorante specializzato in bakso	Related Categories
Ristorante balinese	Related Categories



Espandere il campo delle Keyword: due utili tool gratuiti

1

Google Ads

<http://ads.google.com/>

2

Ubersuggest

<https://neilpatel.com/it/ubersuggest/>



Google Ads

☐ Parola chiave (per pertinenza)	Media ricerche mensili	Concorrenza	Q
Il tuo termine di ricerca			
☐ ristoranti pescara	5.400	Bassa	
Idea			
☐ ristorante pesce pescara	2.400	Bassa	
☐ ristoranti a pescara	480	Bassa	
☐ ristoranti di pesce a pescara	390	Bassa	
☐ ristorante pesce pescara economico	320	Bassa	
☐ ristorante di pesce pescara	590	Bassa	
☐ pizzeria pescara	2.400	Bassa	
☐ pescara ristoranti	480	Bassa	
☐ ristoranti pescara carne	170	Bassa	
☐ ristoranti pescara centro	590	Bassa	
☐ ristoranti roma centro	3.600	Bassa	
☐ ristorante a pescara	140	Bassa	

Ubersuggest

Panoramica keyword: ristorante pescara

VOLUME DI RICERCA ⓘ

5.400 BASSO

SEO DIFFICULTY ⓘ

20 FACILE

PAID DIFFICULTY ⓘ

3 FACILE

COSTO PER CLICK (CPC) ⓘ

€0,35

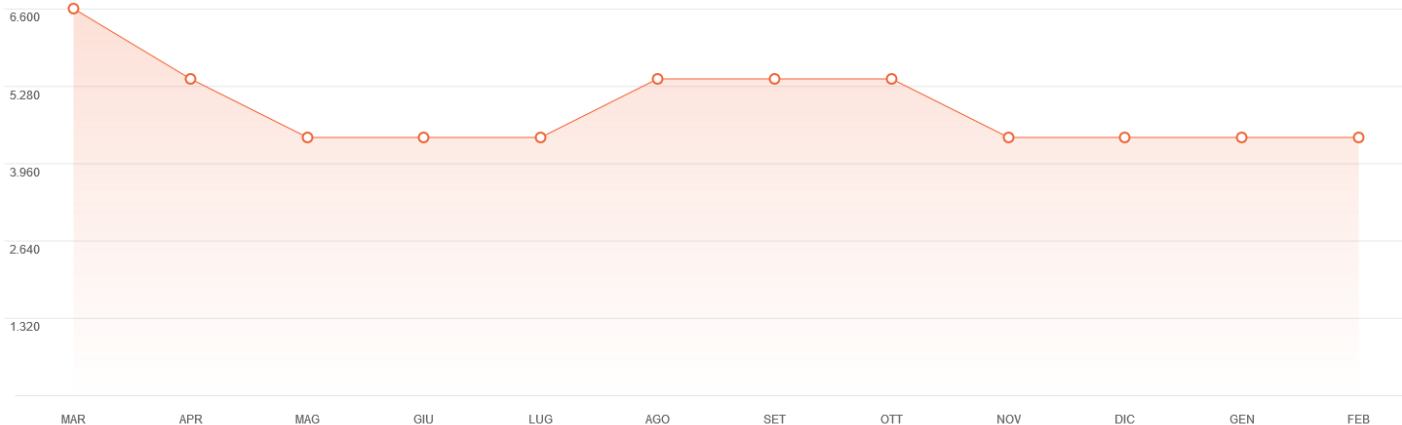


Questa keyword è **poco** competitiva. Hai l' **80% di possibilità** di posizionarti tra i primi 20 siti web per questa keyword.

Volume

4.400 ricerche mensili

Volume di ricerca mensile



Ubersuggest – Idee Keyword

SUGGERITE

CORRELATE

Filtri

☐	KEYWORD ?	VOL ?	CPC ?	PD ?	SD ?
☒	ristorante pescara	5.400	€0,35	3	20
☐	ristorante pescara centro	480	€0,58	2	14
☐	ristorante giapponese pescara	390	€0,00	1	14
☐	ristorante pescara lungomare	320	€0,00	3	14
☐	ristorante alcyone pescara	170	€0,00	1	14
☐	ristorante attilio pescara	140	€0,00	1	14
☐	ristorante nausicaa pescara	140	€0,00	1	14
☐	ristorante pescara e provincia	110	€0,62	4	7
☐	ristorante pescara colli	110	€0,25	2	14
☐	ristorante indiano pescara	110	€2,22	1	14
☐	ristorante filippo pescara	110	€0,00	1	14
☐	ristorante apollo pescara	110	€0,00	1	14

Come scegliere le parole chiave?



Si tratta di capire quali possano essere le combinazioni di parole chiave che rispondo al meglio ai bisogni degli utenti.

Come scegliere le parole chiave?



Analisi quantitativa

Grazie a questi tool possiamo verificare il volume di ricerca mensile per le keyword che abbiamo selezionato e la keyword difficulty



Estensione dei concetti

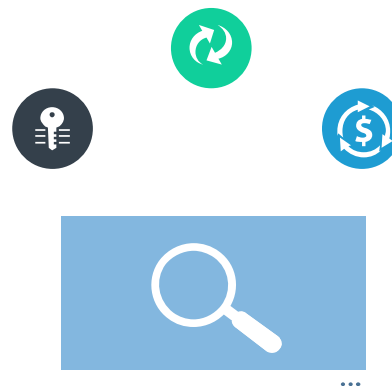
Le parole chiave correlate ci aiutano ad estendere il nostro campo semantico e ad intercettare più ricerche laterali



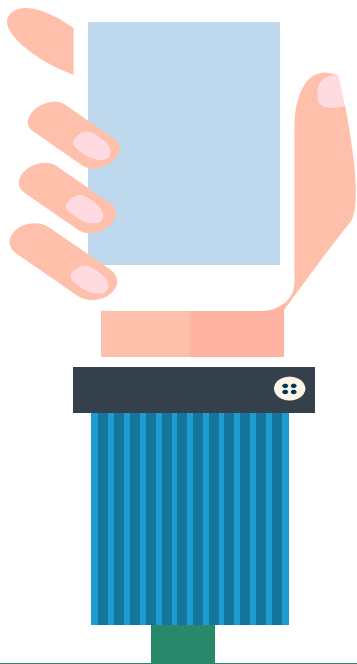
Analisi

Verificare con gli appositi Tool come Google Analytics il tasso di conversione legato alle parole chiave

Query:
parte implicita + parte
esplicita



Parte implicita della query



1. Periferica in uso
2. Posizione GPS
3. Wifi connesso e a quale rete
4. Ora del giorno
5. Stagionalità

Fattori onsite per la Local SEO

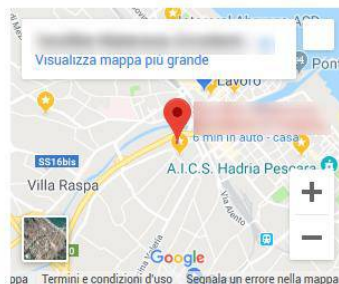


1. Ottimizzazione SEO generiche
2. Inserire telefono, indirizzo, orari di apertura
3. Servizi come da categorie di GMB
4. Mappa embeddata e pagina recensioni
5. Link con indicazioni stradali
6. Link esterni locali ad alto trust

Fattori onsite per la Local SEO

Dove siamo e orari di
apertura

Pescara



65128 Pescara PE

Attiva il navigatore

Tel: [redacted]

ORARI DI APERTURA DEL NEGOZIO

lunedì 10-12.45, 17.30-20
martedì 10-12.45, 17.30-20
mercoledì 10-12.45, 18-20
giovedì 10-12.45, 17.30-20
venerdì 10-12.45, 18-20
sabato 10-12.45

SERVIZI OFFERTI E PRODOTTI VENDUTI

- Negozio di materassi
- Ritiro a domicilio del materasso usato (per il ritiro del materasso usato è necessario fornire a [redacted] copia del documento di identità e ultima bolletta di Attiva pagata)

LINK UTILI

- Comune di Pescara
- Attiva, società che gestisce raccolta rifiuti a Pescara

Formattare il tutto con schema.org

Una serie di schemi per la marcatura dei dati strutturati su una pagina web.

```
<div itemscope="" itemtype="https://schema.org/ProfessionalService">  
  <p itemprop="name" style="color: #ffffff;" content="Webshop, Web Web Agency Pescara">  
    Webshop, Web Web Agency Pescara // Telefono:  
    <a href="tel:0859048470" itemprop="telephone" content="+390859048470">085 90 484 70</a>  
    // E-Mail:  
    <a href="mailto:info@sitiwebshop.it" itemprop="email" content="info@sitiwebshop.it">info@sitiwebshop.it</a>  
    //  
    <a href="https://www.google.com/maps?ll=42.465274,14.210435&z=15&t=m&hl=it-IT&gl=IT&mapclient=embed&cid=164044619434553660">Naviga verso il nostro negozio</a>  
  </p>  
</div>
```

In pratica assegniamo delle etichette ai contenuti in modo che i motori di ricerca possano «comprendere» la tipologia di dato ed elaborarla.

Fattori offsite per la Local SEO

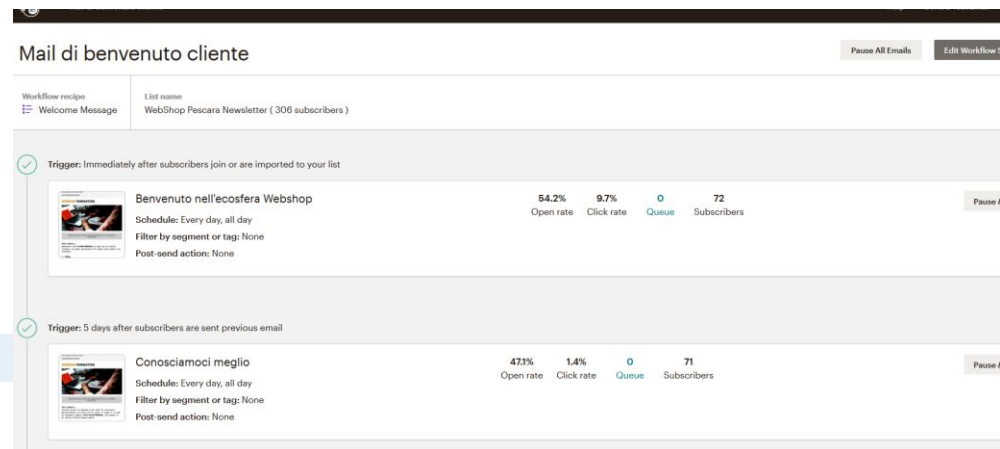


1. Citazioni, menzioni e recensioni
2. Directory locali e nazionali di settore
3. Sviluppare una strategia di link building

Come aumentare le recensioni



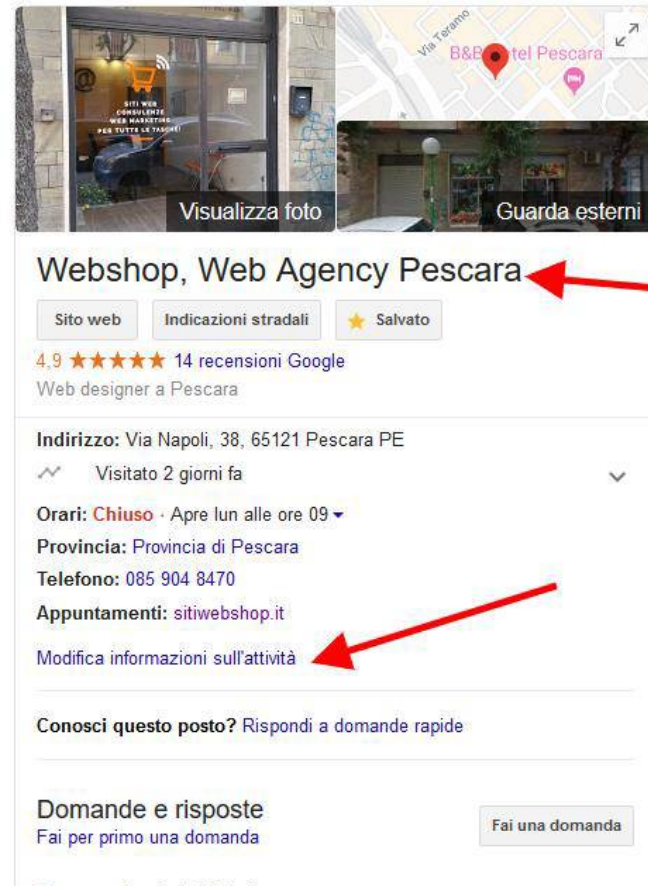
1. Principio della reciprocità: es. chat.
2. Workflow di Email con Mailchimp



Impostare e gestire GMB



Rivendicare la scheda, inserire i dati corretti, impostare le categorie corrette, attivare i messaggi da smartphone, favorire le recensioni.



Impostare e gestire GMB



Inserire i servizi all'interno della Scheda Google My Business ci aiuterà ad apparire per ricerche pertinenti (anche vocali).

utm_medium=organic

URL appuntamenti
<https://www.sitiwebshop.it/contatti-webshop-pescara.html>

 **Servizi**
Aggiungi o modifica le voci

 *Aggiungi attributi* 

 **Il Webshop nasce per rendere il Web accessibile a tutti. Potrai avere davanti a te un'offerta chiara dei nostri servizi, curiosare tra gli "scaffali" visionando tutti** 



Grazie per l'attenzione!