

## CONSIGLI PROFESSIONALI (EPISODIO #6): AUMENTARE IL PUBBLICO DEL TUO BLOG/SITO WEB

Da : Perles & Co



Quest'anno, ti proponiamo una sfida: raddoppiare il numero di visitatori sul tuo sito web! Come aumentare la tua visibilità su Internet? Con i consigli e le dritte di Audrey, ci riuscirai di sicuro! Allora proviamo!

### 1. Scrivere regolarmente

Ogni mese, ogni settimana, ogni giorno... Qualunque cosa ti piaccia! Dovresti scrivere al tuo ritmo, ma deve essere regolare. Come determinare il numero di articoli da pubblicare?

- Prima di tutto, analizzate il numero di visitatori che avete attualmente sul vostro sito.
- Poi determina un tasso che si adatta al tuo pubblico attuale. Non ha senso fare troppo se non hai un gran numero di visitatori. Calma!
- Infine, regolati man mano che il tuo pubblico cresce. Per ora, si tratta semplicemente di dare alla vostra comunità un appuntamento regolare. Se il tuo numero di visitatori aumenta, passa da un post mensile a due post mensili, poi un post settimanale, ecc. Per sapere quando passare al livello successivo, basta guardare il numero di commenti, like, condivisioni sui tuoi social network o sul tuo blog. Se ti viene chiesto di fare di più, allora fai di più! Il cliente è il re, la comunità è la regina: bisogna adattarsi alla domanda!



## 2. Scrivere articoli, ma non in un modo qualsiasi

Il segreto? Ottimizzazione dei motori di ricerca o SEO! Scegliete le giuste parole chiave o gruppi di parole chiave per scrivere il vostro articolo.

Come si fa? Prima di tutto, guardate cosa viene fuori in Google. Nella barra di ricerca, si digita una parola, appare un elenco a discesa, si notano le parole che appaiono perché sono le parole chiave più popolari. Notiamo anche i suggerimenti in fondo alla pagina di Google. Infine, guardiamo anche le PAA (people also ask): sono le domande che gli utenti fanno più spesso a Google (generalmente si trovano a metà strada).

Per aiutarti a trovare le parole chiave ideali, ci sono alcuni generatori di parole chiave molto facili da usare come [1.fr](#), [Answer the public](#) o [Keywordtool](#). Troverai un sacco di parole chiave da usare, un sacco di universi semantici intorno alla parola chiave principale da usare nella scrittura del tuo testo.

Una volta che hai selezionato le tue parole chiave, vai a scrivere il tuo testo. Più le parole sono posizionate in cima al tuo articolo, più saranno lette da Google, più sarai indicizzato correttamente. Più si accontenta Google, più vi porterà alla prima pagina. Sappiamo tutti che più in alto sei nelle ricerche, più è probabile che tu sia cliccato.

Attenzione: non si deve redigere una lista di parole chiave senza coerenza. Non dimenticate di aggiungere significato ed emozione affinché i vostri testi vengano letti. E se non avete la scienza delle parole, chiedete aiuto a una persona di buon cuore intorno a voi.

## 3. Prenditi cura del tuo tag H1

Cos'è un tag H1? Il tag H1 indica un livello di titolo nel linguaggio HTML (ci sono sei livelli di titolo da H1 a H6). In termini concreti, corrisponde al titolo principale del tuo articolo. Deve essere unico per ogni articolo: non deve essere copiato e incollato ovunque. Per ogni



pagina, un nuovo tag H1. Come scrivere un H1? Dovresti includere il maggior numero possibile di parole chiave senza superare i 70 caratteri.

## 4. Raffinare i meta-titoli e le meta-descrizioni

Questi sono due campi da compilare (e soprattutto da non dimenticare) quando si vuole mettere un articolo online. Il meta-titolo è fondamentalmente il titolo in blu che appare in Google. La meta-descrizione sono le due linee descrittive sotto il meta-titolo. Questi sono due elementi importanti per far sì che gli utenti di Google vogliano cliccare sul tuo articolo e, per estensione, visitare il tuo sito.

Se li lasciate vuoti, per default, Google sceglierà frasi, gruppi di parole o parole che trova sul vostro blog. E a volte questo non è molto attraente.

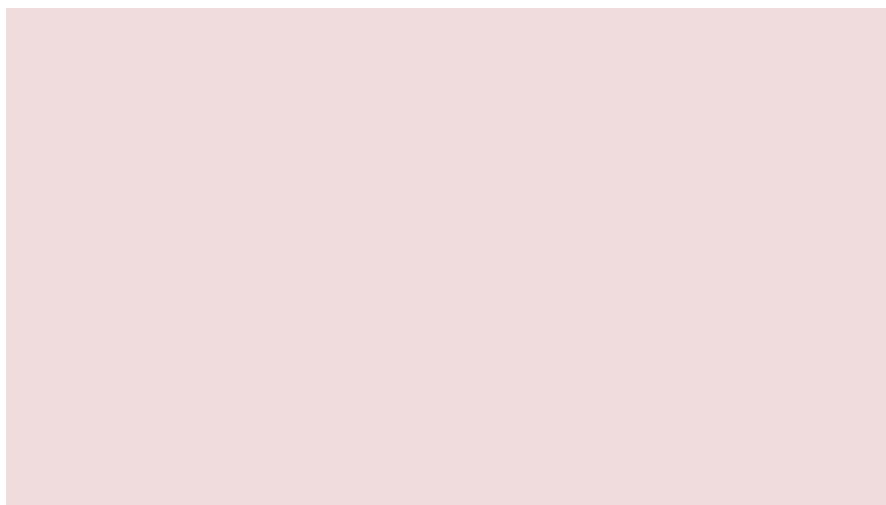
Capite quanto sia importante lucidarli, coccolarli? Lavora sulla tua meta-descrizione per renderla il più attraente possibile con piccoli controlli, emoticon... Sta a te essere intelligente, creativo e incoraggiare i clic!

## 5. Non dimenticare il tag ALT

Questo è il campo che viene più spesso trascurato. Eppure, è anche importante. Un tag Alt è un'alternativa testuale a un'immagine. O, fondamentalmente, si tratta di dare un nome a un'immagine. È questo tag che permetterà al motore di ricerca di Google di indicizzare nella sezione immagini di Google (sai, la piccola icona sotto la barra di ricerca, dove ci piace andare, soprattutto quando facciamo shopping).

Sappiamo che nel mondo del bricolage, dei gioielli, della moda, della bellezza... il visual ha un forte impatto. Quindi non esitate a rendere il vostro tag Alt il più esaustivo possibile.

Un altro uso del tag Alt, e non il minore: dirà a Pinterest il soggetto della tua immagine in modo che sia correlato alle richieste dei visitatori. Se sei abituato a pinnare immagini su Pinterest per portare traffico al tuo sito, non dimenticare di ottimizzare il tuo testo con il tag H1, meta title, meta description e il famoso tag Alt.



## 6. Lavora sulla tua popolarità

Solo perché il tuo sito è in cima, con un referenziamento infallibile, non significa che arriverai sulla prima pagina di Google e raddoppierai il tuo pubblico in un attimo. In realtà, ciò che conta di più per Google, al di là dell'aspetto tecnico, è la popolarità!

Prendi l'abitudine di dare appuntamenti, creando un teaser... In breve, incrocia i tuoi social network, incrocia i tuoi canali di acquisizione dei visitatori. Non appena scrivi un articolo, parlane sui tuoi social network, incoraggia le persone ad iscriversi alla newsletter per aspettare il tuo prossimo articolo. In questo modo, sarete sicuri che i vostri visitatori e seguaci non se lo perderanno. Non esitate a creare un universo complementare che annunci gli inizi e che faccia "correre" tutti verso questo nuovo articolo. Attenzione, per farli tornare, il tuo articolo deve essere di prima qualità!

Sollecitate i vostri amici perline scambiandovi i link ai vostri rispettivi siti o agli articoli che avete scritto. Più persone parlano di te su altri siti web, più sarai popolare e meglio apparirai a Google.



