



Come dare **VISIBILITÀ** al sito internet di STUDIO

Avere un sito è solo il primo passo per essere presenti in questo universo ricco di opportunità chiamato web. Infatti, ciascuno di noi quando effettua una ricerca sui motori specializzati – Google è il più famoso, ma ne esistono altri come Yahoo! e Bing, per citare i più illustri – difficilmente va oltre la prima o la seconda pagina dei risultati di ricerca (si chiama SERP – Search Engine Results Page – la pagina dei risultati di un motore di ricerca). A cosa ci fa pensare questa considerazione? Che non essere presenti nei primi risultati di ricerca equivale a non esserci affatto!

Una cosa è dunque avere un sito Internet e un'altra è essere ben posizionati o visibili nelle ricerche. Anche su posizionamento e indicizzazione spesso c'è molta confusione: un sito è indicizzato se è presente nel database di un motore di ricerca e quindi se è stato "agganciato"; l'indicizzazione è un po' come l'atto di nascita del sito per il motore di ricerca. Altro discorso è invece il posizionamento, che indica la visibilità del sito e quindi la posizione che occupa tra i risultati di ricerca forniti dal motore.

La visibilità di un sito dipende da molteplici fattori, che possiamo distinguere per comodità in due categorie:

- A. Elementi strutturali del sito.
- B. Elementi legati ai contenuti del sito.

ELEMENTI STRUTTURALI

Il primo fattore che aiuta il posizionamento di un sito su un motore di ricerca è la sua genetica e struttura. La tecnologia e il linguaggio con cui è sviluppato il sito possono significare molto sul futuro posizionamento dello stesso. Le piattaforme open source come Wordpress, per esempio, si prestano bene a questo scopo, in quanto sono state previste originariamente come blog e Google ama chi condivide notizie e contenuti sul web. Queste piattaforme potrebbero presentare problemi di sicurezza, in quanto se non costantemente aggiornate sono facilmente "bucabili" da hacker professionisti. Ovviamente il rischio che un hacker si interessi del vostro sito dipende dal contenuto, per cui eviterei di fare

in Wordpress il sito di una clinica di fecondazione assistita, che ha molti dati sensibili, oppure il sito di un partito politico. Per uno studio legale, invece, tale piattaforma si presta benissimo come base di partenza per lo sviluppo di un sito.

La struttura del sito è molto importante per il SEO, perché determina la facilità con cui il motore di ricerca capisce di cosa tratta (argomento) il sito e la facilità di indicizzazione delle pagine (e relativo posizionamento). Le attività con cui i web master e i seo specialist migliorano tale struttura si chiama "ottimizzazione".

Per "struttura" di un sito si intende la sua architettura, quindi come sono organizzate le pagine e le sottopagine, i livelli delle pagine (corrispondenti ai click che farà l'utente per arrivarci), le sezioni del sito, ma anche i link interni, il dominio del sito, la presenza di keywords, il loro posizionamento nei punti giusti del sito e nei livelli corretti, i nomi delle fotografie del sito e degli elementi multimediali, la struttura dei contenuti quali articoli, eventi, press.

Lo spazio su server di un sito (hosting),

GLOSSARIO

SERP: Serch Engine Results Page (pagina dei risultati di un motore di ricerca).

SEM: Serch Engine Marketing

SEO: Serch Engine Optimization (attività di ottimizzazione per motori di ricerca).

Posizionamento: la posizione occupata nei risultati di ricerca.

Indicizzazione: il riconoscimento del sito o di una pagina da parte del motore di ricerca suo inserimento nel data base.

Hosting: spazio su server dove sono contenuti gli elementi strutturali e contenutistici del sito.

così come il dominio (link per raggiungere il sito sul web) sono molto importanti per il posizionamento. A questo proposito è utile scegliere URL “friendly”, cioè facilmente leggibili e con all’interno le parole chiave a cui vogliamo agganciare la ricerca del motore. L’hosting deve essere professionale e non uno di basso livello, perché ciò garantisce una velocità di caricamento del sito maggiore e migliorerà sia l’esperienza dell’utente che il posizionamento sui motori. I lavori di ottimizzazione di struttura e contenuti del sito sono appannaggio di esperti come i web master, chiamati alla creazione del sito e come i seo specialist, per l’ottimizzazione di entrambi. Tag, site map, title, meta description saranno i termini con sui si troveranno a confrontarsi.

ELEMENTI LEGATI AL CONTENUTO DEL SITO

La struttura del sito fa molto, ma non basta. Per questo i cosiddetti “siti vetrina”, cioè i siti dove lo studio legale si limita a indicare attività, sedi, professionisti e contatti, non sono posizionabili più di tanto. Mancherà infatti la benzina, come in un’auto che per quanto ben progettata, senza benzina non andrà lontano.

Ciò di cui ha bisogno un sito è appunto questa benzina continua per poter viaggiare e scalare le graduatorie nei risultati di ricerca.

Sarà pertanto necessario che vengano scritti e pubblicati periodicamente articoli (sarebbe meglio quotidianamente), news ed elementi multimediali come video e audio (mp3). Importante è poi come vengono scritti questi articoli. La prima regola è di non copiare mai nulla, i testi devono essere originali se si vuole essere premiati dal motore di ricerca. Poi bisogna scrivere

testi di una lunghezza che vada dai 2mila ai 4mila caratteri, strutturare il testo in capitoli e paragrafi, fare un buon editing mettendo i grassetti e i corsivi, piuttosto che i puntati e i numerati. Google infatti premia i testi ben scritti e molto curati. Altrettanto importante è poi arricchire i testi con link che puntano ad altri articoli o pagine del sito stesso o, meglio ancora, verso fonti esterne. Decisamente più importanti per il SEO sono i back link, cioè i link di pagine esterne al sito che puntano al nostro, soprattutto se il page rank (il valore del posizionamento della pagina uscente) è maggiore del nostro. La logica è quella del passaparola, dove il valore dello stesso dipende da chi lo esercita: un amministratore delegato di una multinazionale che parla bene del nostro studio ha più effetto di un singolo sconosciuto cliente.

Altro importante passo è arricchire i testi con elementi multimediali, come foto, infografiche, video.

Il numero delle visualizzazioni di una pagina è altro fattore di crescita del suo posizionamento, perché il messaggio che arriva al motore di ricerca è quel contenuto è particolarmente apprezzato, quindi merita maggior visibilità.

Sin qui abbiamo visto alcuni elementi del SEO, cioè del posizionamento organico o “naturale”, come si suol dire, ma esistono anche altre pratiche che si chiamano SEM e che attengono non più al posizionamento dovuto alla meritocrazia, bensì al marketing e cioè all’acquisto di visibilità legata ad alcune parole-chiave attraverso diversi sistemi di pay per click o pay per view.

**Formatore e Coach specializzato sul target professionisti dell’area legale
@MarAlbCat*