

## ORGANIZZAZIONE STUDI E M&A

### ***SEO: cosa significa e come può essere utile al tuo studio***

di Salvatore Maniglio – di MPO & Partners e Consulente Digital & Marketing - Digital Studio Pro



***“Ho deciso di cedere il mio studio professionale con MpO”***

MpO è il partner autorevole, riservato e certificato nelle operazioni di cessione e aggregazione di studi professionali:  
**Commercialisti, Consulenti del lavoro, Avvocati, Dentisti e Farmacisti.**

Se fai marketing, gestisci un'attività o più semplicemente se non hai vissuto su marte negli ultimi 20 anni, sai bene che l'acronimo **SEO** vuol dire '**Search Engine Optimization**' che, tradotto in italiano significa 'Ottimizzazione dei Motori di Ricerca'. Ma cosa significa esattamente ottimizzare i motori di ricerca?

Per capire di cosa parliamo quando utilizziamo l'acronimo SEO, riportiamo di seguito le definizioni date da alcuni delle più autorevoli realtà (community, società, professionisti) in materia, nonché i primi 3 risultati forniti da Google (google.com) a seguito della ricerca "What is SEO?"

Moz.com, originariamente SEOMoz, la prima piattaforma (per data di creazione) di strumenti per la SEO, nonché la più grande community di professionisti SEO, ne dà la seguente definizione:

*'Search engine optimization (SEO) is the practice of increasing the quantity and quality of traffic to your website through organic search engine results.'* Ovvero, 'L'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO) è una pratica volta ad aumentare la quantità e la qualità del traffico verso un sito web attraverso i risultati di ricerca organica.'

*Search Engine Land*, portale di riferimento per gli addetti ai lavori, ne parla così:

*'In simple terms, it means the process of improving your site to increase its visibility for relevant searches.'*, ovvero 'In parole semplici, indica un processo volto a migliorare il tuo sito al fine di aumentare la visibilità per le ricerche rilevanti.'

Infine uno dei marketers più influenti del momento, Neil Patel sviluppa ulteriormente il concetto dicendo:

“*Search engine optimization (SEO) is the process of optimizing your online content, so that a search engine likes to show it as a top result for searches of a certain keyword.*”, il che tradotto in italiano vuol dire ‘L’ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO) è un processo di ottimizzazione dei contenuti online, in modo tale che i motori di ricerca decidano di mostrarli come primo risultato per una determinata parola chiave.’

I motori di ricerca sono ciò che ha fatto di internet una inesauribile fonte di informazioni su richiesta. Ad ogni domanda, ricerca, parola, ci forniscono una serie di pagine web, le quali si presentano a noi sotto forma di *snippet*, composti da titolo (*SEO title*), indirizzo della pagina (*url*), descrizione (meglio conosciuta come *meta description*) e altri elementi opzionali che possono essere aggiunti, come ad esempio: nome dell’autore, recensioni, luogo, ecc.

Tutto questo grazie ai *crawlers* (dei motori di ricerca) i quali ricercano e scansionano pagine web, ne elaborano le informazioni ivi presenti per poi servirle agli utenti.

Tra i motori di ricerca, a farla da padrone è Google, il più usato, con il 70% di share. Segue Bing, con il 13,13%, e Baidu che, con il 12,27%, occupa il terzo gradino del podio (fonte: [NetMarketShare](#)). Al quarto posto infine troviamo Yahoo, con il 2,2% di utenti, il quale, più che un motore di ricerca è una web directory.

Quale differenza c’è tra un motore di ricerca e una web directory? I primi si servono di software conosciuti come *robot*, *spider*, *crawler*, etc., mentre i siti internet presenti nelle web directory sono analizzati ed indicizzati da persone.

Motori di ricerca e Web Directory presentano agli utenti le proprie SERP (*Search Engine Results Page*) o più semplicemente “Pagine di Risultati dei Motori di Ricerca”, ordinando i risultati secondo un algoritmo che tiene in conto un gran numero di fattori di cui parleremo nei prossimi articoli di questa serie.

Migliore sarà il posizionamento del nostro sito web e maggiore sarà la nostra visibilità. Considerato che il 70% degli utenti non va oltre la prima pagina, essere lì è di cruciale importanza per il tuo studio professionale. D’altra parte, se vuoi nascondere qualcosa e far sì che nessuno la trovi, mettila nella seconda pagina di Google!

Per raggiungere questo obiettivo, quello che bisogna ottimizzare non sono i motori di ricerca, come il termine ‘*Search Engine Optimization*’ lascia intendere, bensì le pagine web del nostro sito internet.

Ma come si ottimizza un sito per far sì che venga mostrato agli utenti come primo risultato in relazione ad una determinata ricerca?

Chi si occupa di SEO è solito raggruppare le attività necessarie all’ottimizzazione di un sito, in 3 grandi macroaree:

- **SEO On-Page:** tutte le attività che comportano modifiche ad uno o più elementi all'interno di una pagina web. Ad esempio: la produzione di contenuti, la creazione di un collegamento interno tra pagine, il ridimensionamento di un'immagine, ecc.
- **SEO Off-Page:** al contrario del precedente, questo termine indica tutte le attività che non implicano modifiche alle pagine di un sito web, come ad esempio la rivisitazione dello snippet di una pagina, l'acquisizione di collegamenti esterni da siti terzi (in gergo *backlink*), le attività volta ad incrementare l'autorevolezza del proprio dominio, ecc.
- **SEO Tecnica:** elementi di natura tecnica che contribuiscono a migliorare la fruibilità del sito da parte di utenti e motori di ricerca; alcuni esempi sono le modifiche apportate al robot.txt file, la velocità di caricamento, la creazione di un file .htaccess, ecc.

Alla luce di quanto esposto in questo articolo, proviamo a dare una nostra definizione di SEO:

La SEO è un processo di creazione di contenuti utili e rilevanti in relazione ad una determinata ricerca, assicurandosi al tempo stesso che il proprio sito rispetti le linee guida fornite dai motori di ricerca'.

Nel prossimo articolo parleremo di Ottimizzazione On-Page