

ORGANIZZAZIONE STUDI E M&A

SEO per lo studio professionale: ottimizzazione On-Page

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



Lorenzo Caffano, Commercialista, Golf Club Carimate, Como, Martedì ore 10:48.

“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.*

Con ottimizzazione on-page si intende quell'insieme di attività che vengono espletate all'interno di una pagina web, e sono volte a migliorare il posizionamento organico di questa.

Le pagine web hanno diversi elementi in comune che costituiscono fattore di ranking, ovvero vengono presi in considerazione dai motori di ricerca per decidere come posizionare una pagina in relazione ad una determinata ricerca.

Quali sono questi elementi? Titolo, contenuti e url. I titoli rientrano nei contenuti testuali di una pagina ma, data la loro importanza, sono trattati separatamente in questo articolo.

Titoli

I titoli, all'interno di una pagina web, sono gli elementi più importanti, sia da un punto di vista grafico che da un punto di vista semantico. Nel linguaggio HTML vi sono 6 diversi 'tag' (codice html) per i titoli: H1, H2, H3, H4, H5, H6, dove, come è facile intuire, il titolo H1 è il più importante.

Si tratta del titolo principale della nostra pagina, una chiara indicazione, per utenti e motori di ricerca, riguardo l'argomento trattato, ragion per cui è necessario che vi sia un solo titolo H1 all'interno di una pagina, ed è buona norma includere la keyword principale per la quale si vuole ottimizzare una determinata pagina che, nel caso di una pagina di servizi del sito di un professionista, generalmente coincide con il nome del servizio descritto in una determinata pagina.

Ricerca e selezione delle parole chiave saranno trattate in un prossimo articolo, possiamo anticipare, che è consigliabile avere una pagina per servizio, invece di elencare tutti i servizi offerti dallo studio in un'unica pagina.

Non vi è un limite di caratteri ma, al fine di ottenere un buon risultato visivo, evitando che il testo vada a capo o che sia eccessivamente lungo per il lettore, meglio puntare su titoli brevi e concisi, in grado di anticipare il contenuto della pagina all'utente.

Gli altri titoli, come in un libro, devono essere utilizzati per dividere il testo in sezioni e paragrafi. E' quindi possibile avere più titoli della medesima grandezza, ed è buona norma includere parole chiave a coda lunga in tali titoli. Anche tale argomento sarà approfondito in un prossimo editoriale.

Contenuti

Ma è proprio necessario dividere il contenuto di una pagina web utilizzando i titoli?

Continua a leggere su digitalstudiopro.it/ottimizzazione-seo-on-page-studio-professionale/