

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



Walter Pellegrini, Commercialista, Distretto Tessile, Prato, Lunedì ore 15:32.

“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.*

Il termine ottimizzazione Off-Page, o Off-Site, indica una serie di attività di ottimizzazione di un sito, che vengono svolte ‘fuori’ dal proprio sito web. Molto spesso si confonde l’ottimizzazione Off-Page con il Link Building, che è sicuramente l’attività di ottimizzazione principale, tra le attività Off-Page, ma non l’unica, come vedremo nel prosieguo di questo articolo.

Link Building

La traduzione letterale del termine Link Building è ‘Costruire Collegamenti’. I collegamenti di cui parliamo sono chiamati, in gergo tecnico, *backlinks*, ovvero collegamenti (link) che da un sito terzo portano al nostro sito.

I backlinks rappresentano il principale fattore di ranking, ovvero, sono presi in considerazione dai motori di ricerca per definire il posizionamento di una pagina nella SERP (*Search Engine Results Page* - Pagina dei Risultati dei Motori di Ricerca), in quanto tali collegamenti attestano la qualità dei contenuti della pagina alla quale ci si collega.

Tali collegamenti possono essere di 2 tipologie, ‘*follow*’ e ‘*no-follow*’. I link ‘*follow*’ costituiscono fattore di ranking diretto, ovvero incidono direttamente sul posizionamento in SERP (ciò che viene preso in considerazione è il numero e la qualità dei link *follow*); i ‘*no-follow*’ invece contribuiscono positivamente al posizionamento di una pagina web (per una serie di ragioni che analizzeremo approfonditamente in un prossimo articolo) ma non incidono direttamente sul posizionamento della stessa.

L’argomento è molto vasto e merita di essere approfondito in un altro articolo; in questa pagina ci limiteremo a dare una panoramica generale sull’argomento.

Ora che abbiamo chiaro cosa significa 'collegamenti', vediamo come costruirli. Costruire e incentivare link esterni che puntano verso il nostro sito web, è la più importante tra le attività di SEO Off-site. Di seguito elenchiamo alcune delle attività che potrebbero essere espletate dal professionista al fine di ottenere nuovi *backlinks* per il sito del suo studio professionale.

1. Creare dei contenuti di qualità: il motto è sempre lo stesso, '*content is king*'. Realizzare e pubblicare online dei contenuti utili, originali e accessibili è il primo e principale modo per attirare dei *backlinks* spontanei e di qualità (oltre ad attirare visitatori ovviamente), ed è per questo che i blog interni ai siti aziendali hanno un'importanza fondamentale per il loro posizionamento.
2. Rispondere alle domande degli utenti: la rete è ricca di portali in cui gli utenti possono porre dei quesiti ai quali degli esperti daranno poi una risposta. Ogni professionista è esperto in un determinato settore, e quindi potrà navigare su siti come *Quora* e *Yahoo Answer*, fornire delle risposte esaustive a domande correlate al suo settore ed indicare delle pagine del proprio sito web, per dare ai lettori la possibilità di approfondire l'argomento sul proprio sito.
3. Fare guest blogging: scrivere articoli per altri blog attinenti il proprio settore di attività. In qualità di esperto potrai scrivere articoli per blog terzi, inerenti il tuo settore, utili per gli utenti di quel portale, ed inserendo un link al tuo sito web alla fine del post e all'interno del testo per approfondimenti

Continua su <https://digitalstudiopro.it/seo-per-lo-studio-professionale-ottimizzazione-off-page/>