



Ottimizzazione del posizionamento del sito web sui motori di ricerca (**SEO**)

Cliente: **Pa' Zinga**



Jawad Khan

Prima parte

Insight

- Analisi business **cliente** (caratteristiche e presenza online)
- Analisi **concorrenti** principali

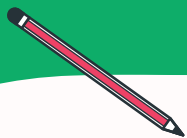
Seconda parte

Strategia

- **Obiettivi**
- **Target** e Buyer personas
- Performance **canali** ed ottimizzazione **SEO**
- Ottimizzazione **contenuti** + 1 esempio di blog post

Come suddividiamo l'analisi?





Perché curare il proprio posizionamento?



Scenario introduttivo



+19%

È la **crescita** in Italia del settore **food delivery** nel 2020.

(Fonte: [Osservatori Digital Innovation](#), 2020)



68%

Di esperienze online comincia da un **motore di ricerca**.

(Fonte: [BrightEdge](#), 2019)



28,5%

Delle persone clicca sul **primo risultato** di una ricerca Google.

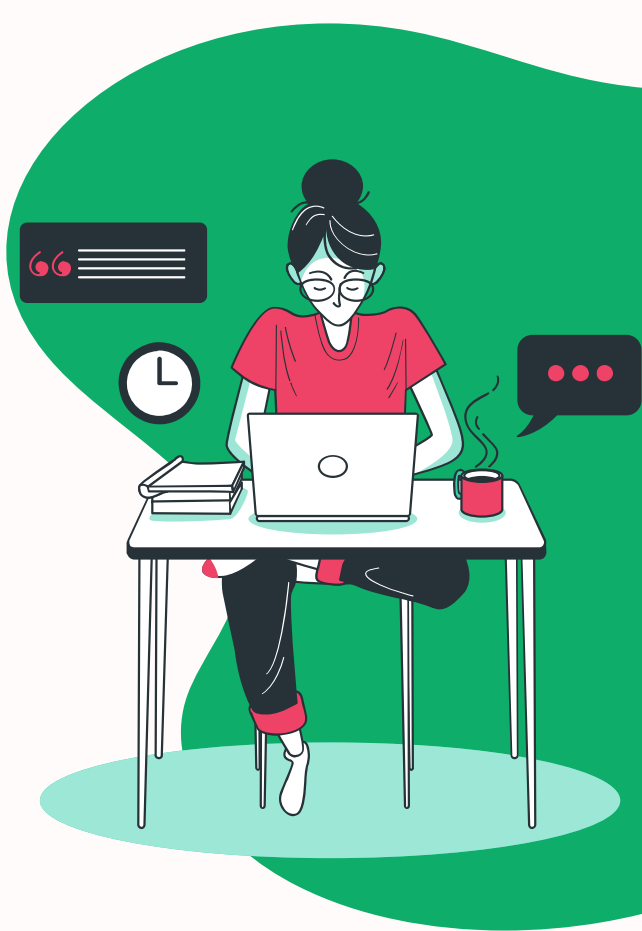
(Fonte: [Search Engine Journal](#), 2020)



91%

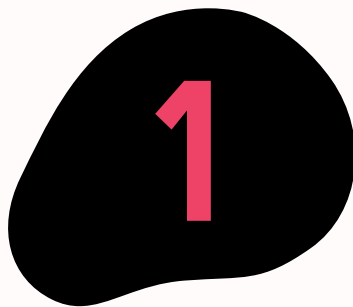
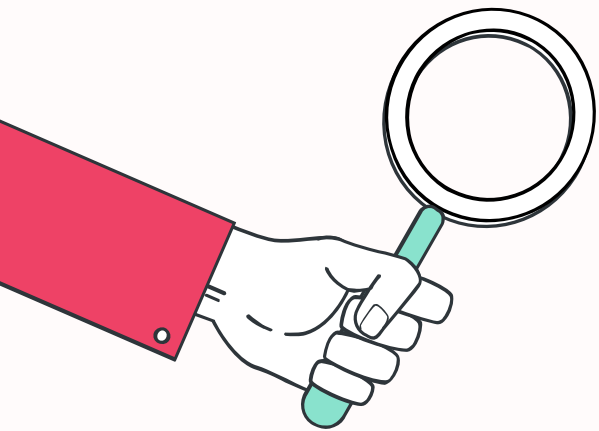
Delle pagine **NON riceve** traffico dalle ricerche Google.

(Fonte: [Ahrefs](#), 2020)



”Tutto ciò che fai sulla tua pagina per migliorare l’esperienza dell’utente, ti aiuterà su Google nel lungo termine“

-Rand Fishkin, Moz
(Imprenditore e uno dei maggiori esperti SEO al mondo)



Insight

ANALISI BUSINESS CLIENTE
&
ANALISI CONCORRENZA



Pa' Zinga

Panineria & Friggitoria a
Roma

"L'idea è quella di ricreare la buona cucina di casa, quella di una volta, **reinterpretando in chiave italiana e romana il fast food americano**. Per questo nella nostra panineria a Roma privilegiamo **solo prodotti freschi di stagione**.

Non utilizziamo alcun tipo di surgelato."

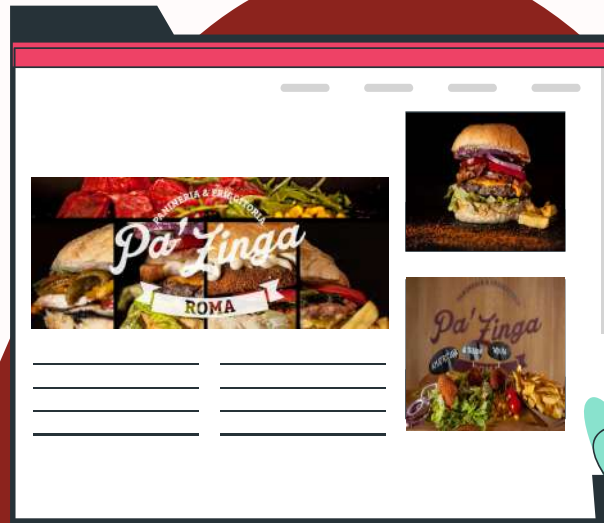
-Pa' Zinga

Tratti distintivi

Reinterpretazione
romana

Prodotti freschi
di stagione

Cliente





Presenza online cliente

www.pazinga.it ▾

Pa' Zinga - Panineria Roma Piazza Bologna - Hamburger ...

Domain Score: 6

Traffico del dominio: 106

0

318

Facebook. © 2017 Pazinga srls - Largo Lanciani 4, 00162 Roma - Tel: 06 45582566 - PI:

14824331004 - Cap.Soc. € 6.000,00 - pazinga@pec.it. BESbswy.

Hai visitato questa pagina 4 volte. Ultima visita: 08/01/21

Fonte: Ubersuggest

Google

Domain score: 6

Traffico mensile: 106

Recensioni: **4.6/5 (225)**



Facebook

Mi piace: **1912**



Instagram

Followers: **773**

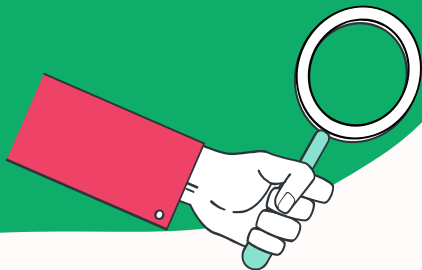
*Engagement Rate: **14,03%** (sopra la media)

Fonte: Ninjalitics

*Media dei like e commenti / numero totale followers



Concorrenti



I concorrenti sono stati scelti in base al:

- **Prodotto** (Hamburger)
- **Distanza** (zona Piazza Bologna, Roma)
- Ricerche di **Google** ("Hamburger Roma")

NB: Grazie ai vari servizi d'asporto si può potenzialmente consegnare in tutta Roma. Dopo questa analisi, bisognerà farne un'altra più approfondita con il cliente, definendo il preciso "raggio d'azione" per le consegne ed analizzando anche gli altri concorrenti. Fino ad allora ci concentreremo sui **concorrenti locali**.

Pony Burger Lanciani

"Hamburgeria italiana di qualità".

Distanza: 4 min a piedi.

1

The Butcher Shop

Catena di Hamburger con prodotti freschi italiani.

Distanza: 15 min a piedi.

2

3

Fonzie the Burger's House

Catena di Hamburger.

Distanza: 20 min a piedi.








Presenza online concorrenti

Per quanto riguarda il **sito web** abbiamo una grossa **opportunità** di avvantaggiarci sui primi due concorrenti (ed avvicinarci al terzo), **ottimizzando** al meglio il nostro **sito**.

The Butcher e Fonzie **hanno più recensioni**.

Pony Burger ha un miglior media voto ma le poche recensioni rendono quei voti solo una metrica di vanità.

Facebook, importante per le info di base, viene usata come una piattaforma **secondaria** rispetto ad **Instagram**, il quale, grazie al formato e al proprio successo, riesce ad **esaltare maggiormente i prodotti** e a rafforzare l'engagement con i followers.

			
Pa' Zinga	Domain score: 6 Traffico mensile: 106 Recensioni: 4,6/5 (225)	Mi piace: 1912	Followers: 759 ER: 14,03% (sopra la media)
Pony Burger Lanciani	NO sito web Recensioni: 4.8/5 (5)	Mi piace: 564	Followers: 349 ER: 6,72 (sotto la media)
The Butcher Shop	NO sito web Recensioni: 4,5/5 (560)	Mi piace: 466	**Followers: 2 118 ER: 4,95 (sotto la media)
Fonzie the Burger's House	Domain score: 38 Traffico mensile: 6873 Recensioni: 4,5/5 (746)	Mi piace: 448	**Followers: 11 309 ER: 0,33 (sotto la media)

Fonti: Ubersuggest, Ninjalitics

**Le metriche web e Instagram di Fonzie e metriche Instagram per The Butcher sono influenzate dal possesso di più sedi.



Strategia

-OBIETTIVI

-TARGET E BUYER PERSONAS

-PERFORMANCE CANALI ED OTTIMIZZAZIONE SEO

-OTTIMIZZAZIONE CONTENUTI + FREE EXAMPLE BLOG
POST





Obiettivi



**Aumentare il
traffico sul sito**



**Aumentare vendite e
fatturato**

MA COME?



Tattiche



1

Chi è il nostro pubblico di riferimento?

Definizione
Target e
Buyer personas

Identificazione
keywords

2

Cosa cercano gli utenti riguardo al nostro settore e come venirci incontro online?

3

- Analisi **Sito Web**
- Analisi **Velocità**
- Analisi **Lato Utente**
- Ottimizzazione **Architettura Web & Links**
- Analisi **Backlinks**

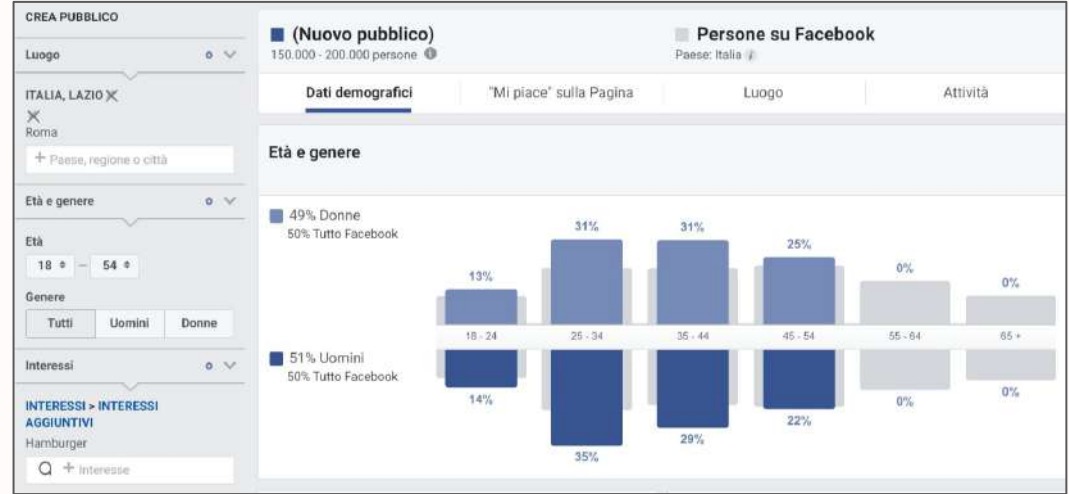
Ottimizzazione
SEO

KPI & Blog post

4

Come misurare l'efficacia delle nostre tattiche e **come scrivere** un articolo SEO friendly.

1) Buyer Personas



Fonte: Facebook Insights

Analizzando i dati Insights di **Facebook**, a Roma ci sono **200k** persone interessate all'**hamburger**, di cui il **70%** ha l'età compresa tra i **18-50 anni**.



1.1) Buyer Persona 1



Profilo demografico e sociale

Pietro Trotta
22 anni, single.
Diplomato all'istituto tecnico industriale, ora cerca lavoro nell'ambito delle vendite.

Profilo comportamentale

Tifoso appassionato della AS ROMA, ama guardare le partite della sua squadra del cuore insieme ai suoi amici, con del buon cibo e della birra.

Profilo psicografico

È una persona amichevole e gentile; sempre disponibile per amici e famigliari.

Social Networks

Fonte: Hubspot



1.2) Buyer Persona 2



Profilo demografico e sociale

Grazia Tallo
25 anni, single.
Laureata in Storia dell'arte, gestisce un blog che parla di eventi e concerti a Roma.

Profilo comportamentale

Ha un'ottima confidenza con il mondo online e visto il tempo che le porta via il blog, spesso preferisce **ordinare il cibo online**.

Profilo psicografico

È una persona creativa e flessibile, aperta ad ogni cambiamento.

Social Networks

Fonte: Hubspot



1.3) Buyer Persona 3



Profilo demografico e sociale

Gianluca Pane

Ha 40 anni, sposato ed ha 2 figlie.

Lavora come contabile nel settore pubblico da ormai 10 anni.

Profilo comportamentale

Ogni tanto, ritornando dal lavoro, **gli piace comprare la cena fuori**, da consumare poi dentro casa con la famiglia.

Siccome non frequenta molto i social, valuta e sceglie attraverso le **recensioni** su Google.

Profilo psicografico

È un padre di famiglia dedito al suo lavoro e alla sua famiglia.

Social Networks

f, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest

Fonte: Hubspot





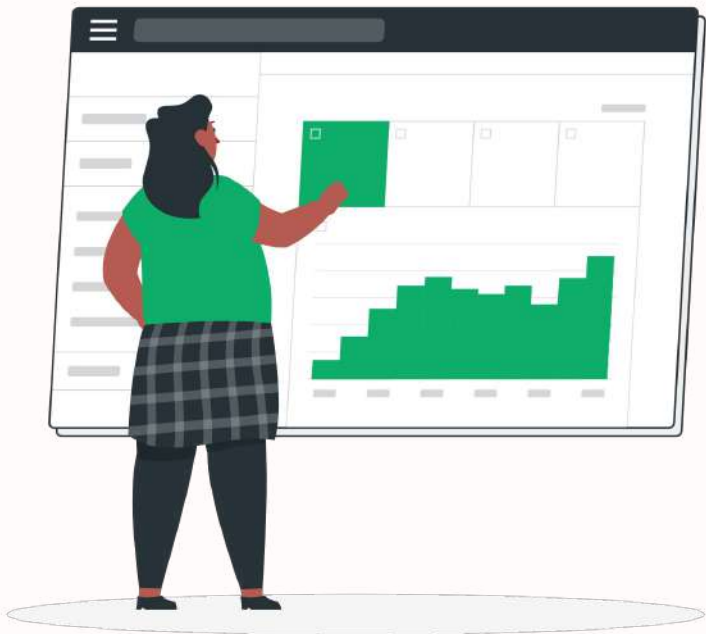
2.1) Keywords

COSA CERCANO LE PERSONE E COME CI POSSIAMO POSIZIONARE MEGLIO?

Le **keywords transazionali** sono parole chiavi utilizzate da un utente quando deve **effettuare un acquisto** o cercare **informazioni** collegate ad esso.

Bisogna **capire l'intento** dell'utente, **equilibrando** il **volume** di ricerca e la **concorrenza**.

L'obiettivo nelle prossime slides sarà quello di **posizionare** al meglio queste **keywords transazionali** sulle nostre **pagine**.



2.2) Keywords



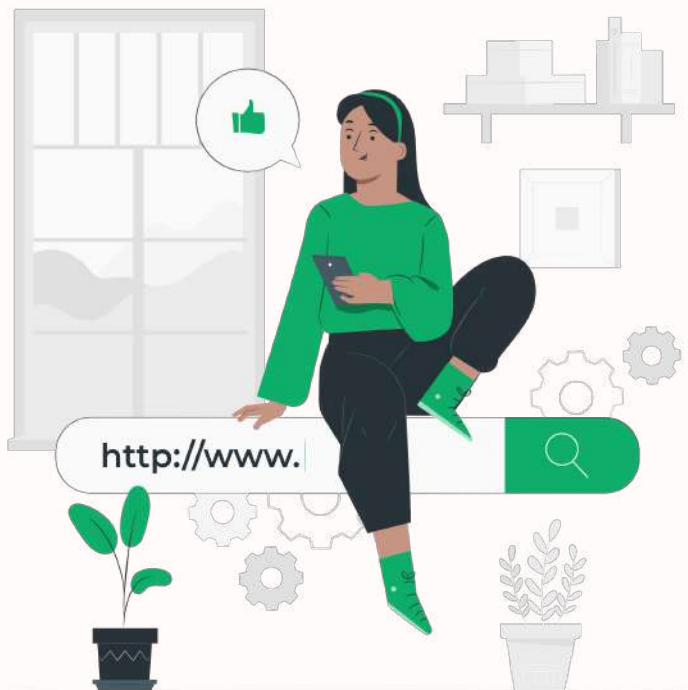
Keyword	Vol	CPC	SD
hamburger piazza bologna	140	€0,34	14

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD	
panineria roma	↔		720	€1,40	3	20
panineria a roma	↔		170	€0,62	2	14
panineria via roma mascalucia	↔		70	€0	1	5
panineria roma centro	↔		70	€0,95	4	15
panineria romana	↔		20	€0	1	18

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD	
hamburger roma	↔		3.600	€0,72	9	22
hamburger a roma	↔		210	€0,46	5	15
hamburger roma centro	↔		140	€1,09	14	18
hamburger roma prati	↔		140	€0,74	6	15
hamburger a domicilio roma	↔		70	€2,87	44	19



3.1) Analisi Sito Web- Salute



ERRORI SEO ANALIZZATI	DIFFICOLTÀ	IMPATTO SEO
1 errore non hanno un certificato SSL valido Cos'è questo errore e come lo risolvo?	MEDIO	ALTO
3 pagine contengono poche parole Cos'è questo errore e come lo risolvo?	MEDIO	ALTO
2 pagine non hanno un heading H1 Cos'è questo errore e come lo risolvo?	FACILE	MEDIO
24 pagine hanno un tag <title> troppo lungo Cos'è questo errore e come lo risolvo?	FACILE	MEDIO
1 pagine hanno un URL non ottimizzato per la SEO Cos'è questo errore e come lo risolvo?	FACILE	MEDIO

Ubersuggest

I maggiori problemi riguardano:

- **L'ottimizzazione dei contenuti** a livello SEO come le **poche parole utilizzate** o le **metriche non rispettate** (es. Tag title deve essere di circa 55 caratteri)
- Assenza di un certificato **SSL**
- Ottimizzazione **URL** (es. Un url efficace non deve essere "<http://www.pazinga.it/2018/04/27/434/>" ma **deve essere ottimizzato** per essere indicizzato meglio da Google)



3.2) Title & Meta Tag

www.pazinga.it

Pa' Zinga - Panineria Roma Piazza Bologna - Hamburger ...

Domain Authority: 6

Traffico del dominio: 106

0

318

Facebook. © 2017 Pazinga srls - Largo Lanciani 4, 00162 Roma - Tel: 06 45582566 - PI: 14824331004 - Cap.Soc. € 6.000,00 - pazinga@pec.it. BESbswy.

TITLE:

"Hamburger a domicilio a Roma | Panineria | Pa' Zinga"

Con questa soluzione rispettiamo i criteri della **lunghezza** del title (circa **55 caratteri**) e **combiniamo** strategicamente con sé i nostri **keywords**.

META DESCRIPTION:

"Hamburger succulenti preparati con ingredienti freschi e carne italiana di qualità. Ordina a domicilio o vieni a trovare in zona Piazza Bologna a Roma"

Adesso, anche qui vengono rispettati i **criteri (150-160 caratteri)**.

Una buona descrizione è importante perché **aiuta a far entrare gli utenti nel sito**.





3.3) Analisi Sito Web- Protocollo



▲ Non sicuro | pazinga.it

MANCA UN CERTIFICATO SSL

Un **SSL** garantisce la **sicurezza** di una connessione a Internet e **protegge i dati sensibili**.

Trovare il messaggio **"Non sicuro"** su un sito web (soprattutto quando dovrò ordinare online) non è un buon approccio.

Si può ottenere (anche **gratis**) un certificato SSL in pochi semplici passi.



Il mobile è ormai da anni il dispositivo **principale** utilizzato per le ricerche su Google



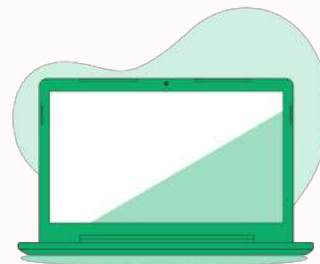
33/100

Qui il risultato è **pessimo**.

Oltre agli stessi problemi citati per il desktop, i **maggiori problemi** derivano dal:

- Compressione** del **testo**
- Mancata ottimizzazione delle **Immagini**
- Css** e **Javascript** inutilizzati

3.4) Analisi Velocità



Desktop

64/100

Il **risultato** è **discreto** ma migliorabile.
I maggiori problemi derivano dal:

- Pre-caricamento** dei contenuti
- Tempo di risposta del **server**
- Risorse di blocco** in eccesso



”L’obiettivo principale è non complicare ancora la vita già difficile del consumatore“

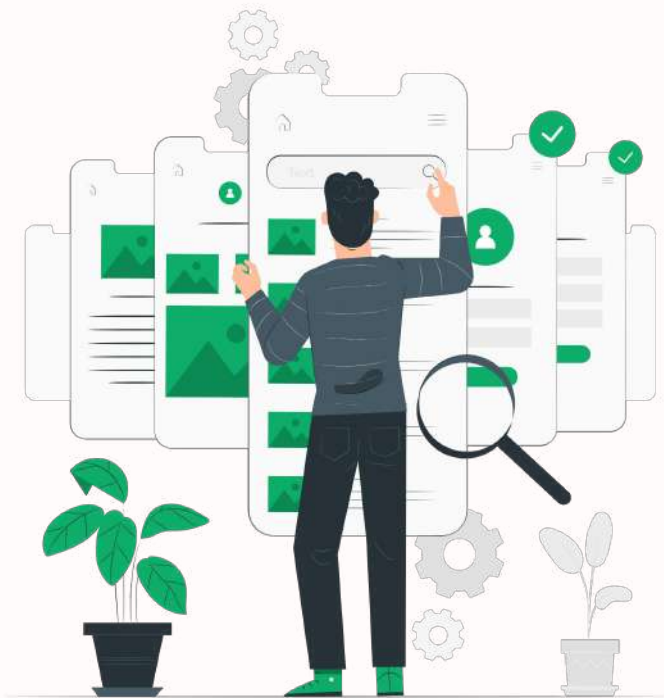
-Raymond Loewy

(Designer rivoluzionario dell'industria americana del XX secolo)



3.5.1) Analisi Lato Utente- Home

Per migliorare l'esperienza dell'utente bisogna creare una **Home SEMPLICE** che abbia già tutte **informazioni principali in vista**.
I **motivi principali** sono i seguenti:



1) L'utente del web è sempre **meno paziente** e desidera i **benefici SUBITO**

2) Con il **mobile** **si "perde" spesso il menù** e la **navigazione** dell'utente **ne risente** se le informazioni principali sono assenti nella Home





3.5.2) Analisi **Problemi** Lato Utente- Home

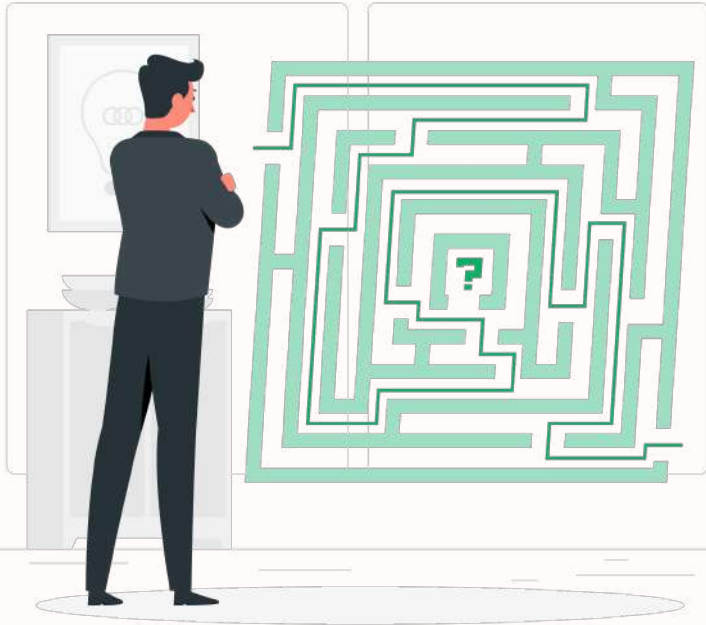


MAGGIORI PROBLEMI




- Il tasto **"Ordina subito"** riporta in un'altra **pagina quasi vuota** con un numero di telefono e JustEat (il quale non è nemmeno l'unico fornitore con cui lavora la panineria)
- **"Scopri di più"** porta alla pagina **"Chi siamo"**, una pagina ibrida tra Chi siamo e il menù. È **migliorabile** ed organizzabile sotto vari punti di vista
- **Menù da rifare** in una sezione a parte così da non danneggiare la velocità e soprattutto da poter cambiare in qualsiasi momento senza cancellare sulla foto
- Informazioni, links e testi da ottimizzare
- **Blog** trascurato
- Miglioramenti nel **footer**



3.5.3) Soluzioni Lato Utente- Home

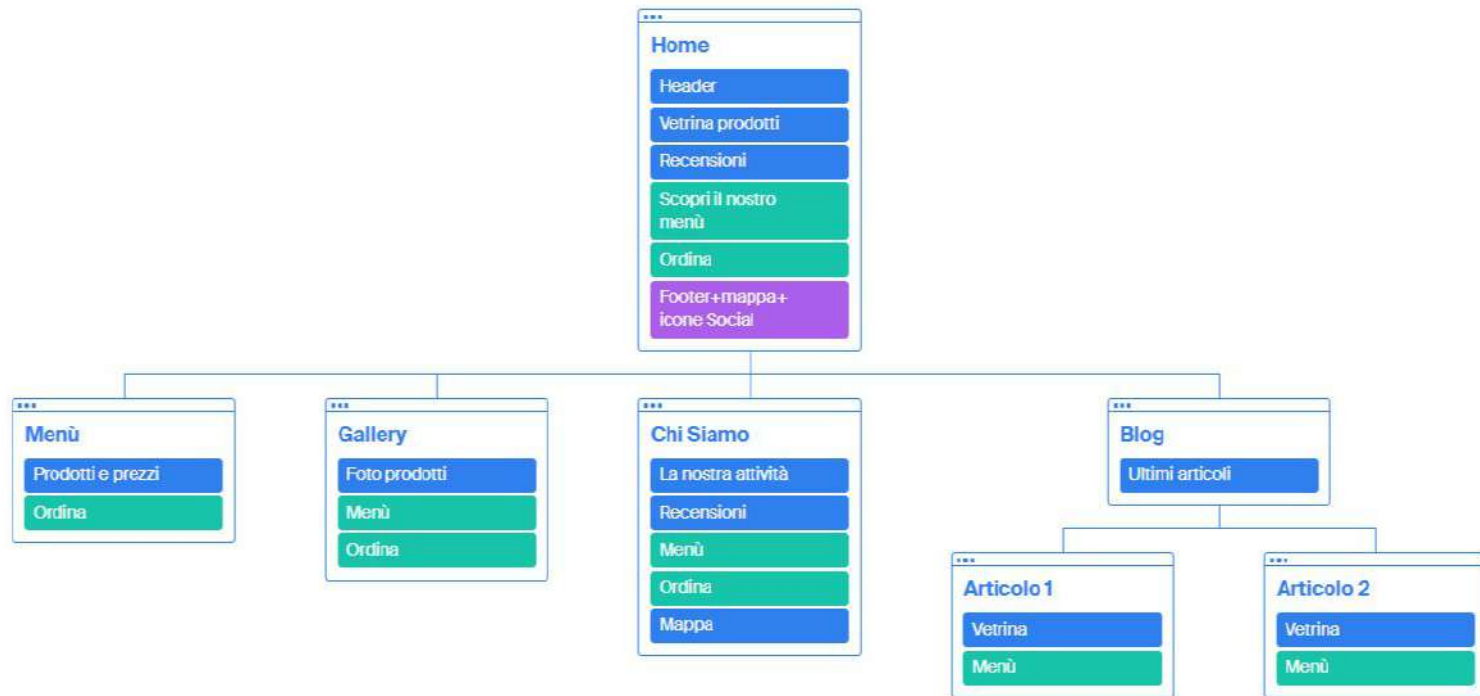


SOLUZIONI

- Utilizzo di loghi ed **icone** per **ordinare cibo in modo rapido** in base al fornitore di servizio e di contatto 
- Un tasto "**Scopri il nostro menù**" che riporta ad una sezione solo di **menù** (con foto del cibo e prezzo accanto) e di nuovo le varie icone per ordinare
- **Foto** dei migliori **prodotti** subito in vista
-  **Recensioni** (punto forte) in vista che crea riprova sociale
- Informazioni da collocare secondo una gerarchia ed un'**esperienza guidata**
- **Blog da riattivare** (aiuta a posizionarsi meglio)
- Icona **Instagram** nel **footer** da aggiungere 
- Nuova **mappa "cliccabile"** da aggiungere nel **footer** così che si possa collegare subito con le app di navigazione da mobile



3.6.1) Architettura Web





3.6.2) Architettura Web- Notes

Notes:



- **Solo 4 categorie** (esclusa Home) per evitare un percorso complicato
- **Riattivazione Blog** per far arrivare **più traffico** nel sito (obiettivo 1)
- Tutto rientra in **massimo 3 click** di distanza
- **Ogni pagina è collegata al menù** e alla possibilità di ordinare in ordinare solo con un click (obiettivo 2)

http://www.



3.7) Link ottimizzati

	Link SEO friendly	Tag Title	Meta Description
Home	pazinga.it	Hamburger a domicilio a Roma Panineria Pa' Zinga	Hamburger succulenti preparati con ingredienti freschi e carne italiana di qualità. Ordina a domicilio o vienici a trovare in zona Piazza Bologna a Roma
Menù	pazinga.it/menu-hamburger-roma	Vieni a scoprire il nostro menu di Hamburger Pa' Zinga	Carne italiana, pane sfornato dal forno di quartiere, patate abruzzesi e solo prodotti freschi di stagione. Hamburger consegnabili anche a domicilio a Roma!
Chi Siamo	pazinga.it/chi-siamo	Panineria, Friggitoria a Roma Piazza Bologna Pa' Zinga	Ti raccontiamo la qualità attraverso i nostri hamburger. Vienici a trovare nella nostra panineria, in un clima informale e familiare in zona Piazza Bologna.

3.8) Analisi Backlinks



Backlink: pazinga.it

DOMAIN AUTHORITY

6

BACKLINK

1.206

NoFollow: 132

DOMINI REFERRAL

43

TRAFFICO ORGANICO
MENSILE

106

Ubersuggest

I **Backlinks** sono molti ma **non sono di qualità**.

Spesso il sito viene citato per errore, da canali stranieri, da fonti non coerenti con l'attività o da fonti non autorevoli.

Le **strategie** da attuare sono:

- La **riapertura del blog**
- **Contatti con giornali locali**
- **Maggior utilizzo dei canali social** per portare traffico sul sito





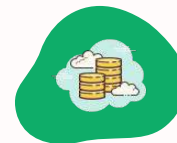
4.1) KPI

Come misurare le nostre tattiche?



Aumentare il traffico sul sito

- **Pagine viste** (confrontate con i dati degli altri periodi)
- **Sorgenti traffico** (quali canali funzionano e quali no)
- **Utenti nuovi vs di ritorno** (per misurare la fidelizzazione utenti)



Aumentare le vendite e il fatturato

- **Fatturato**
- **Tasso di conversione per obiettivo** (click pulsanti di ordinazione)
- **Numero di conversioni**



4.2.1) Esempio Blog post-Keywords

Le **keywords informative** sono parole chiavi da utilizzare per catturare l'attenzione di tutte quelle persone che **cercano informazioni per soddisfare un loro determinato bisogno**. Si tratta di **ricerche preliminari** attorno ad uno specifico problema da risolvere.

Vediamo nella prossima slide come e dove inserire queste keywords informative per ottenere un **blog post** ottimizzato **SEO**.

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
patatine fritte		27.100	€0,17	30	36
patatine fritte al forno		2.900	€0,05	1	6
patatine fritte croccanti		2.900	€0,73	2	14
patatine fritte calorie		2.900	€0	1	14
patatine fritte fatte in casa		1.900	€0,90	1	6
patatine fritte in inglese		1.600	€0	1	6
patatine fritte in casa		1.300	€0,40	5	7

Fonte: Ubersuggest

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
come fare patatine fritte croccanti		140	€0,39	1	6
come fare patatine fritte in casa		90	€0,83	1	6
dove sono nate le patatine fritte		50	€0	1	6



4.2) Esempio Blog post

Un **blog** va tenuto in costante **aggiornamento**, in questo modo possiamo ottenere **più visibilità** senza usare le ads.

Un buon **compromesso** tra **qualità** e **quantità** è quello di creare **3 articoli a settimana** intervallati da ogni 2 giorni. (es. lunedì, giovedì, domenica).

1	patatine fritte friggitrice ad aria	Impennata
2	patatine fritte perfette	Impennata

Fonte: Google Trends



Blog Post: [Come fare le patatine fritte croccanti e perfette in casa](#) (link)

Title: Come fare patatine fritte croccanti e perfette in casa

Meta: Croccanti fuori e morbide dentro! Vi forniamo alcuni dei nostri preziosi consigli direttamente dalla nostra cucina per realizzare delle patatine fritte perfette

URL: pazinga.it/blog/come-fare-patatine-fritte-perfette

User experience: Utilizzo di Alt tag, infografica, immagini, interlinee e spaziature per una miglior esperienza utente

Organizzazione & Monitoraggio (Excel) 1

L'organizzazione delle keywords (e non solo) può essere effettuata tramite **Excel** o **Google Sheets**.
L'allegato (in basso a destra) è suddiviso in **5** fogli:

Foglio 1

"**Database Keywords**" contiene **ricerche correlate** e combinazioni di parole riguardo a "Hamburger Roma", "Patatine fritte", "hot dog", "fast food Roma" e "panineria roma".

Sono categorizzate per **Volume di ricerca** (quanto una keyword viene cercata), **CPC** (costo medio necessario per ottenere un click sugli annunci) e **SEO Difficulty** (concorrenza stimata nella ricerca organica).

Inoltre sono categorizzate anche per **fascia volume** e livello di **concorrenza** grazie alla funzione "SE" e alla **formattazione condizionale**.



File:

[Organizzazione keywords in Excel / Google Sheets](#)



Organizzazione & Monitoraggio (Excel) 2



Foglio 2,3 & 4

”**Title & Meta**“ contiene tutte le pagine del nostro sito con l’indirizzo **URL**, **Title Tag** e **Meta Description**.

Questa pagina è utile per l’**ottimizzazione dei Title e del Meta**. Ricordiamo che il primo deve essere sui **55** caratteri e il secondo tra i **150** e i **160** caratteri.

Tramite la funzione ”**LUNGHEZZA**“ sono state conteggiate le lunghezze dei Title e del Meta.

Tramite la **formattazione condizionale** sono stati segnati in **rosso** tutte le **lunghezze fuori parametro** (Title fuori dal parametro 50-60 e Meta fuori dal parametro 150-160).

Nei **fogli 3** e **4** sono presenti, tramite una **tabella pivot**, i problemi più ricorrenti: nel **primo foglio** ci sono le pagine che hanno il **Title>60** (troppo grande), nel **secondo foglio** invece ci sono le pagine che hanno il **Meta<150** (troppo piccolo).

File:
[Organizzazione keywords in Excel / Google Sheets](#)

Foglio 5

Nel foglio ”**Backlinks**“ sono presenti i collegamenti dagli altri siti con l’**URL d’origine**, la sua **Domain Authority** (probabilità con la quale un dominio di posizionerà tra i risultati dei motori di ricerca) e l’**URL di destinazione** della nostra pagina.

Inoltre, tramite la **formattazione condizionale**, sono stati segnati i **DoFollow** (autorizzazione a Google da parte del sito d’origine a considerare il collegamento per il ranking) e i **NoFollow** (contenuto non considerato rilevante).

Inoltre sono stati anche **conteggiati** accanto tramite la funzione ”**CONTA.SE**“.

È strategico mantenere un **rapporto equilibrato** tra **dofollow** e **nofollow** su Excel.

Motivazioni



Ho scelto il settore del **food** perché è un settore che conosco molto bene e non solo da cliente.

Infatti questo settore sarà ben presente anche nella mia tesi di laurea.

Ho scelto **Pa' Zinga** perché conosco i loro prodotti e so quanto sono validi.

Inoltre conosco diverse persone tra staff e clienti fedeli; è sempre un piacere avere la possibilità di collaborare con persone che conosci bene e di cui ti puoi fidare.

**Grazie per
l'attenzione!**

Jawad Khan



Font & colori

Kulim Park

(<https://fonts.google.com/specimen/Kulim+Park>)

Darker Grotesque

(<https://fonts.google.com/specimen/Darker+Grotesque>)

