

SEO Intermediate

Tecniche avanzate e best practices

| | |
|-------------------|--|
| Data: | 14 Aprile 2011 |
| Durata: | 8h |
| Location: | MILANO - Blend Tower, P.zza IV Novembre, 7 |
| Max Partecipanti: | 15 |

Dedicato a chi vuole **entrare più verticalmente nel tema SEO**, nel workshop imparerai diverse strategie e tecniche avanzate per l'ottimizzazione onsite e per l'attività di link building. Da un lato quindi ti spiegheremo come focalizzare, affinare e segmentare la visibilità di un sito sui motori; dall'altro lato ti esporremo tecniche di link building, link baiting, link exchange e altri stratagemmi per ottenere link in direzione del tuo sito.

Pur non essendo diretto a un target puramente tecnico, **questo workshop richiede una buona conoscenza del funzionamento dei motori di ricerca**. Requisito fondamentale è quindi la comprensione del funzionamento di base degli algoritmi di Google e la conoscenza dei fattori primari per il posizionamento organico.

Una volta affrontati i suddetti argomenti, nella seconda parte del workshop ci appronteremo a spiegare **tecniche di ottimizzazione verticale**, di **advanced keyword research** e delle peculiarità dell'attività di SEO sfruttando i **social network**. Presteremo molta attenzione anche ai metodi di tracking, di misurazione dei progressi e alla presentazione di alcuni strumenti e siti utili al lavoro di SEO.

Dovrai quindi armarti di pazienza e perseveranza: la scalata alle prime posizioni dei motori di ricerca va unta con una generosa e continua dose di olio di gomito e di costanza. Ne varrà la pena: i risultati saranno sicuramente soddisfacenti e il tuo sito trarrà giovamento a lungo termine grazie ad un posizionamento organico visibile, strategico e duraturo.

Descrizione Generale

Un approfondimento tecnico e strategico sull'attività del SEO, la tecnica di web marketing più diffusa ed universalmente riconosciuta come fondamentale. Se per posizionare un sito sui motori di ricerca per parole chiave con bassa concorrenza è sufficiente la padronanza di tecniche di base, per entrare in un mercato più competitivo è imprescindibile saper creare una strategia di posizionamento.

Saper scegliere le parole chiave, i settori, le parti del sito che sono più rilevanti ed utili a utenti e azienda è un lavoro complesso e richiede un mix di Web Analytics, di scrittura creativa, di attenzione ai dettagli del codice e soprattutto di generazione di links in entrata.

Contenuti del corso

- Best practices per l'ottimizzazione onsite.
- Advanced editing e usability per il posizionamento.

- Best practices per il link building e la generazione di inbound links.
- Directory white hat e directory black hat.
- Come sfruttare i social network: ottimizzazione indiretta.
- Tipologie e psicologia del link building.
- Ottimizzazione verticale.
- Tracking dei risultati e misurazione del successo.
- Attività post-SEO e re-design.

Obiettivi del workshop

- Verticalizzare la conoscenza delle tecniche di ottimizzazione onsite.
- Acquisire competenze sulle strategie di link building.
- Capire dove cercare/sviluppare la popolarità e la visibilità di un sito.
- Imparare a monitorare il lavoro di ottimizzazione grazie all'analisi statistica e alla misurazione del traffico sul sito successivo all'attività di SEO.
- Usare strumenti di keyword search, keyword comparison, keyword trends.
- Imparare l'utilità degli strumenti per i Webmaster di Google.
- Acquisire padronanza sugli algoritmi di gerarchizzazione di Google.

Key Questions

- So come migliorare il posizionamento del mio sito, come posso segmentare e rafforzare la mia presenza negli indici di Google?
- Gli Strumenti per i Webmaster di Google sono importanti? Come si usano?
- Come posso sfruttare la coda lunga delle ricerche web per il mio posizionamento?
- Come e dove posso trovare inbound links?
- Come posso monitorare l'andamento del posizionamento organico?
- Quali sono, in dettaglio, i metodi migliori per ottimizzare il sito, il codice e i testi di un sito?
- Quali sono le keywords sulle quali insistere e quali quelle meno importanti per il mio sito?

Dedicato a

- Responsabili marketing online
- Copywriters e Web Copywriters
- Consulenti Web Marketing
- Web Editors
- Web Designers
- Web Masters
- Web Experts

TAG Cloud

- SEO, ottimizzazione per i motori di ricerca
- SEM, search engine marketing.
- SEA, search engine advertising
- Indicizzazione e posizionamento
- Page rank & Trust Rank
- Link popularity & link exchange
- Ingoing & outgoing links
- Penalizzazioni Google
- Google Webmaster Tools
- Google Trends
- Google Insights for Search