

Vuoi ancora essere primo su Google?

Ecco perché venderti il primo posto su Google è una truffa



eo

www.essereonline.net

Abbiamo creato questo REPORT GRATUITO perché ci sembrava giusto dirti la verità. Sappiamo come vengono usate (in buona o cattiva fede) le 'favole' sul potere di certe 'parole chiave' che dovrebbero portare il tuo sito internet magicamente al 'primo posto su Google'. Ed è anche facile dimostrarti con un 'gioco di parole chiave' che questo può davvero succedere. Quel gioco sono in grado di farlo tutti, anche noi, ma non è leale confonderti le idee e venderti qualcosa che non ti serve a niente.

Il nostro è un lavoro molto bello, è fatto di applicazione continua, di pazienza e dedizione. È come il lavoro dell'artigiano, quello serio, quello italiano che non può prendere scorciatoie se vuole ottenere un prodotto sincero e di qualità. Un prodotto vendibile a testa alta. La qualità di cui parliamo non è legata esclusivamente all'eccellenza perché, a volte, eccellere non è necessario. Fare le cose fatte bene, invece, lo è sempre. Fare le cose nel miglior modo possibile è un dovere. Per noi di Progetto Sharpen, lo è.

Essere 'primi' a tutti i costi non è detto che porti beneficio. Noi crediamo sia più importante avere un proprio stile, essere unici, diversi, riconosciuti fra i tanti.

*“Per essere insostituibili
bisogna essere diversi.”*

(Coco Chanel)

Primi su Google?

Pare che essere primi su Google sia considerato l'unico obiettivo di chi fa business online. Essere primi su Google sembra essere diventata la soluzione di ogni crisi aziendale, il vero successo di un'attività che si rispetti, insomma, la panacea di tutti i mali. E questa panacea, ovviamente, si ottiene scegliendo le giuste parole chiave, mescolandole bene tra di loro, piazzandole in modo strategico dentro codici segreti di cui solo i 'veri esperti' conoscono l'esistenza.

Ma è così davvero o questa panacea delle parole chiave è solo una bibita dolce che ti fanno passare per il rimedio capace di risolvere ogni problema?

La risposta è ovvia. Pensa che se fosse così, tutti quelli a cui viene promesso il 'primo posto su Google' dovrebbero fare a turno, pochi minuti di podio per ognuno, o qualcosa del genere. Il 'primo posto su Google' è uno per ogni parola chiave o frase chiave, non credi?

Pensa alla classica agenzia che propone un servizio tipo: "Posizioniamo il sito ai primi posti..." e, visto che sono molto convincenti, hanno tante richieste da parte di attività varie. Magari nel tempo attirano l'attenzione di un certo tipo di settore, diciamo le palestre, facciamo questo esempio. Sette clienti, titolari di palestre, commissionano all'agenzia il servizio a loro offerto: posizionamento del sito ai primi posti su Google. Può succedere se l'agenzia è così brava a vendersi. E come fa ad accontentare tutti i clienti dello stesso settore? Per primi posti si intendono i primi tre, o quattro al massimo, per una determinata chiave di ricerca. La parola chiave di successo è la stessa per tutti e quindi? In ogni caso a qualcuno dei sette clienti l'agenzia sta facendo promesse che non è possibile mantenere? Come puoi capire la risposta è ovvia.

Tutti cercano di venderti il posizionamento nella prima pagina di Google

Cercano di venderti la formula magica delle parole chiave ma non ti dicono la verità. Molti perché non la conoscono, molti perché sono convinti che le aziende vivono nell'ignoranza e si bevono tutto. Ed è più facile fare promesse eclatanti che fare consulenze specializzate, mirate e realistiche.

Certe promesse non portano a nulla mentre una giusta consulenza a cui segue una strategia e un lavoro mirato e personalizzato può darti davvero quello che serve alla tua azienda.

Che poi, detto fra noi, non serve a niente essere primi, secondi o terzi su Google per avere traffico generico sul proprio sito, la cosa che ci interessa davvero è generare contatti utili e selezionati. Per farti un esempio: saresti soddisfatto se avessi un negozio su strada, una bella strada, molto trafficata, dove transitano al 90% tutte famiglie con bambini piccoli? Bello, vero? Magari proprio dietro al tuo negozio c'è un parco giochi e tutta questa gente entusiasta si dirige là passando davanti al tuo negozio. Ma il tuo negozio, pur essendo un gran bel negozio, fornito, organizzato, con personale eccellente, vende principalmente prodotti per anziani. A cosa ti servirebbe tutto quel traffico di gente? Staresti lì a sperare che un giorno o l'altro, una di quelle famiglie, prima di andare al parco, entrasse nel tuo negozio per comprare un paio di calze elastiche terapeutiche per il nonno? Non avrebbe molto senso, non credi?

Di questo argomento, però, ne parleremo in un'altra occasione.

Le famose Parole Chiave

Ma torniamo alle parole chiave perché non abbiamo intenzione di demonizzarle, anzi. Le parole chiave esistono e hanno un senso all'interno di un'attività ben più complessa come quella della scrittura web e della SEO. Anche la SEO esiste ancora, non è morta come alcuni dicono ultimamente. Si esagera sempre da una parte o dall'altra. Facciamo un po' di ordine.



*Ecco, lo dice anche la guida di Google per i webmaster:
"Pensa alle parole che gli utenti potrebbero digitare per cercare
le tue pagine e assicurati che siano incluse nel tuo sito."*

Le parole chiave non sono da sottovalutare ma da sole non ti portano al 'primo posto su Google'. Negli ultimi anni, il motore di ricerca (Google) più importante della Rete ha cambiato molte cose; i criteri di ottimizzazione delle pagine web sono diversi da quelli di alcuni anni fa; il concetto di 'posizionamento' ha assunto un significato più complesso.

La cosa più importante da fare è quella di seguire le istruzioni sulla struttura e i contenuti di un sito internet, le istruzioni tecniche e le norme sulla qualità che ci suggerisce lo stesso Google. Queste linee guida servono per non fare danni e 'costruire' un sito internet con tutti i criteri di visibilità, navigabilità, qualità. In realtà, il terzo criterio, quello della qualità le comprende tutte. Un sito di qualità è piacevole a vedersi, è "usabile" cioè facilmente fruibile, navigabile, e deve contenere informazioni interessanti, testi ben scritti, immagini, fotografie, video attinenti che completino e arricchiscano la comunicazione.

Un sito di qualità deve portare contenuti utili e attraenti, deve essere ben organizzato in modo che il navigatore possa trovare facilmente tutte le informazioni che cerca.

Un sito di qualità deve essere anche tante altre cose e comunque deve rispondere in modo più esaustivo possibile alla richiesta dell'utente. L'obiettivo di Google è offrire agli utenti contenuti di qualità e questo deve essere anche un tuo obiettivo.

Come avrai certamente compreso, la gestione delle parole chiave in tutto questo è solo una minima parte del lavoro da fare.

Quello che devi capire è che Google deve accontentare i suoi clienti, che sono i milioni di utenti che fanno le ricerche quotidiane sul suo motore. Se non accontentasse i suoi clienti non avrebbe inserzionisti paganti e felici di pagare perché ottengono buoni se non ottimi risultati. Quindi, l'attenzione è tutta sull'utente finale, quello che cerca, legge, ascolta, scarica podcast, compra... e fa clic sugli annunci a pagamento.

Capisci che la vecchia formuletta magica delle parole chiave da inserire nel codice del sito non può vincere con una superpotenza galattica come Google?

E mi sembra anche giusto perché far contento l'utente che cerca, legge, ascolta, scarica podcast, compra... dovrebbe essere anche il TUO obiettivo. Sicuramente è il NOSTRO obiettivo, per noi è un punto fermo. Perché se non fai una bella impressione su quell'utente, se non lo rispetti e non pensi al suo bene, non diventerà mai un tuo cliente o un tuo collega o un tuo fan. Gli utenti, non dimenticarlo, sono persone come te. Allora bisogna fare le cose per bene e farsi amico Google invece di cercare di ingannarlo.

“L'unica cosa che Google non è riuscita a fare, finora, è fallire.”

(John Battelle)

Un tempo si consigliava al titolare del sito internet, al webmaster o a chi, nello specifico, si occupava di creare i contenuti testuali delle pagine web, di con-

centrare tutte le sue energie nella ricerca delle giuste parole chiave. Ora non si tratta più solamente di scegliere le parole chiave e costruirci un testo intorno, ma, soprattutto, di scrivere un contenuto interessante, di qualità che contenga naturalmente le parole chiave con cui l'utente cercherebbe quel determinato argomento. A Google piacciono anche i sinonimi, per esempio, e non c'è bisogno di farcire eccessivamente ogni testo con la stessa parola o frase chiave. Anzi, si rischia di essere penalizzati.

“Le parole sono finestre
[oppure muri].”

(Marshall B. Rosenberg)

Il criterio da seguire, se parli di un argomento specifico, è che nel testo vengano usate determinate parole o frasi nel modo più naturale possibile. Se parli di un tema specifico userai parole specifiche. E considera anche che negli ultimi anni gli utenti della Rete (noi compresi) usano fare ricerche sempre più dettagliate e complesse usando frasi lunghe e articolate.

Fai una ricerca prima di iniziare

È vero anche che nel momento in cui decidi di creare il tuo sito internet, o meglio, il tuo progetto di comunicazione online, è bene che tu faccia una piccola indagine di mercato su come i tuoi potenziali clienti usano il web, cosa cercano e con che parole lo cercano. Questo è decisivo perché ti fa capire sia il linguaggio che devi usare per rivolgerti a loro, farti capire, essere convincente e coinvolgente e per scegliere le tue chiavi di ricerca. Le migliori.

Fatto questo puoi pianificare un elenco di parole e frasi chiave che ti aiutano a comunicare efficacemente con i tuoi potenziali clienti.

Lo strumento principe che ti aiuta in questo lavoro te lo offre Google stesso: Keyword Planner (<https://adwords.google.it/KeywordPlanner>).

Ti consiglio di farci un giro, almeno per affacciarti in questo affascinante mondo. Vedrai che per usare questo strumento **bisogna avere un account Google** e aver aderito almeno a una campagna AdWords.

Comunque se fai una ricerca online potrai trovare altri strumenti che ti aiutano nella ricerca delle parole chiave adatte al tuo business.

- 
- capire il linguaggio da usare
 - scegliere le chiavi di ricerca

Un altro ottimo strumento che puoi usare, sempre gratuitamente, è: Google Trends (<http://www.google.com/trends/>). Qui puoi esplorare le varie tendenze in tutto il mondo o in Italia e monitorare le diverse parole con cui gli utenti fanno le ricerche. Puoi scoprire cosa hanno cercato negli ultimi mesi o in tutto l'anno precedente. Insomma, è uno strumento appassionante.

Ricapitoliamo dicendo che:

- ✓ essere 'primi su Google' non può essere l'obiettivo principe di chi fa business online;
- ✓ essere 'primi su Google' non è la soluzione di ogni crisi aziendale;
- ✓ essere 'primi su Google' non è indice di successo;
- ✓ il 'primo posto su Google' è soltanto uno per ogni parola chiave o frase chiave;
- ✓ non esiste la 'formula magica' delle parole chiave;
- ✓ non serve a niente essere primi su Google per avere traffico generico sul proprio sito;
- ✓ la cosa davvero importante è generare contatti utili e selezionati;
- ✓ le 'parole chiave' non sono da sottovalutare ma da sole non fanno miracoli;
- ✓ la formuletta delle 'parole chiave da inserire nel codice del sito' è vecchia e sterile;
- ✓ non si scelgono le parole chiave per costruirci un testo intorno, ma si scrive un contenuto di qualità che contenga naturalmente quelle parole chiave;
- ✓ è importante fare una ricerca su come i potenziali clienti usano il web, cosa cercano e con che parole lo cercano;
- ✓ occorre saper usare gli strumenti giusti per pianificare un elenco di parole e frasi chiave che aiutino a comunicare nel modo giusto;
- ✓ per non fare danni e ottenere i risultati desiderati, bisogna 'costruire' un sito internet con tutti i criteri di visibilità, navigabilità, qualità;
- ✓ è necessario seguire le istruzioni tecniche e le norme sulla qualità che ci suggerisce lo stesso Google;
- ✓ quello che serve per creare un buon progetto di comunicazione online è una consulenza leale a cui segue una strategia e un lavoro mirato, coordinato e personalizzato.

“Oggi, usando Google, ci vuole una manciata di secondi e una decina di click perché un umano dotato di computer acceda a qualsiasi insenatura del sapere. Sapete quante volte gli abitanti del pianeta Terra faranno quell’operazione oggi, proprio oggi? Un miliardo di volte. Più o meno centomila ricerche al secondo. Avete in mente cosa significa? Percepите l’immane senso di “liberi tutti”, e sentite le urla apocalittiche dei sacerdoti che si vedono scavalcati e improvvisamente inutili?”

(Alessandro Baricco, I Barbari, 2006)

Ci mettiamo la faccia

È sempre importante metterci la faccia in ogni cosa che si fa. E questa è la nostra faccia. Se vuoi conoscerci meglio e capire chi siamo, da dove veniamo e cosa facciamo, puoi leggere qualcosa in più su questa pagina del nostro sito:

<http://www.progettosharpen.it/progetto-online/>

Sul sito di Progetto Sharpen puoi scoprire anche come la pensiamo sul Web e sul marketing, la nostra filosofia, il nostro manifesto.



Patrizia



Salvatore

[Essereonline.net](http://www.essereonline.net) è un'attività di Progetto Sharpen. È lo spazio dedicato alla CONSULENZA. Un tipo di consulenza creata apposta proprio per chi vuole fare i primi passi nel WEB e non sa da che parte cominciare, come muoversi, cosa fare. Ci siamo resi conto che tantissime persone, ormai, hanno l'esigenza di far vivere la propria attività, la propria professione online, di promuoversi, di vendere un prodotto o un servizio tramite la rete internet. E per molte di queste persone è difficile fare il primo passo nel Web perché quello che viene raccontato e spiegato, anche gratuitamente, nello stesso Web, dai vari esperti e addetti ai lavori, è poco comprensibile. Inoltre c'è il problema che non tutti, all'inizio, possono permettersi un importante investimento in denaro per fare qualcosa che non hanno nemmeno ben chiaro nella mente. Serve, quindi, una CONSULENZA accessibile, che aiuti a fare delle cose utili in modo chiaro, facile e organizzato, alla portata di tutti, anche i meno esperti digitali, sia per linguaggio e semplicità di applicazione sia dal punto di vista puramente economico.

È proprio questa la consulenza di cui hai bisogno e che trovi su <http://www.essereonline.net/>