

COME FAR COLPO SU GOOGLE

creare un sito web bello e visibile sui motori di ricerca con

 **1 minute site**



PREFAZIONE

Ecco perché dovresti creare il tuo sito web e come noi possiamo aiutarti...

Le ragioni per creare un sito web sono tantissime e diverse per ogni attività. Un sito web rappresenta quel luogo virtuale eppure tangibile, ideale per farti trovare da chi ti cerca, cerca Te, i tuoi prodotti e servizi o magari vuol sapere qualcosa in più sulla tua attività, di qualsiasi tipo essa sia.

Oggi tutti noi quando vogliamo trovare informazioni "googliamo", ossia cerchiamo sul motore di ricerca Google uno o più parole, frasi complesse addirittura! Quindi è il posto più indicato dove dovresti essere :)

Abbiamo scritto questo libro perché il nostro intento è aiutarti a fare un bel sito, visibile sui motori di ricerca. Dopo anni di esperienza nel settore della Creazione di Siti web, siamo oggi in grado di fornirti una breve guida, con pochi e semplici consigli, che porteranno il tuo sito web a diventare il tuo biglietto da visita. Ti insegneremo alcuni segreti e ti daremo alcune informazioni fondamentali su come creare un sito ben fatto sin dai primi passi, dalla scelta del dominio al posizionamento su Google.

La piattaforma che ti consigliamo di utilizzare e di cui ti riveleremo qualche segreto è 1minutesite, il nostro sistema per la realizzazione di siti web in modo semplice, veloce e personalizzabile.

All'interno del libro troverai esempi concreti e ripetuti, perché tu possa più facilmente mettere in pratica da subito i nostri consigli.



“Il piacere di rendere tutti protagonisti sul web”

DOMINIO

Come scegliere il nome del tuo sito web

Se stai pensando di creare un sito web personale, per la tua attività, passione, hobby, associazione, per un tuo amico, collega...insomma per quello e per chi vuoi, ti sarai certamente chiesto: come chiamo il mio sito web? Scegliere il nome del sito, quindi il dominio, è molto importante e merita molta attenzione.

Cos'è un dominio?

Il Glossario informatico lo definisce come *“Nome alfabetico che identifica un server Internet”* ma a noi questo interessa poco.

In pratica il dominio è il nome del sito, l'indirizzo che le persone digiteranno sul browser del loro pc, telefonino o tablet per trovare il tuo sito web.

Il dominio è unico: nessuno potrà avere il tuo nome dominio nella tua stessa estensione e possiamo visualizzarlo in questo modo, ad esempio:

www.nomemiosito.it

Lo scriverai nel tuo biglietto da visita, in fondo alle tue mail ed in tutti i posti e su tutti i volantini in cui vorrai pubblicizzare il tuo sito.

Quindi sì: direi che è importante :)

Ma non è solo importante, è anche molto utile per posizionarti sui motori di ricerca, se saprai sceglierlo nel modo giusto.

E quindi io sono qui per spiegarti come fare ad iniziare il tuo sito da subito con il piede, ops mouse, sulla giusta casella.

“Prima di partire con la progettazione del sito aziendale è importante fare una buona analisi per definire le fondamenta”

Il nome del dominio è una scelta importante, deve essere un richiamo ottimale e mirato dell'argomento che andiamo a presentare nel sito e ne sarà il rappresentante per tutta la vita del progetto sul web.

Come scelgo il nome del mio dominio?

La prima cosa di cui devi tenere conto è se l'azienda o l'attività di cui stai costruendo il sito esiste già; in questo caso la prima regola è di essere fedele al **nome dell'azienda o del professionista**.

Se l'azienda esiste già off-line è raccomandabile scegliere un nome a dominio che la identifichi o comunque sia riferito alla sua attività, in modo da non confondere gli utenti.

È importante poi esplicitare il **tema principale** trattato nel sito, ricordando sempre che è bene scegliere un nome dominio che sia di facile memorizzazione, che ricordi il tema del sito e che sia facilmente comprensibile quando pronunciato.

Quindi inizia a pensare al nome del tuo sito web. Scrivi alcuni esempi e cerchiamo di capire qual è il tuo dominio:

Attività + Nome azienda/professionista

Tema del Sito + Nome azienda/professionista

Come scelgo il nome del mio dominio?

Nella scelta del nome dominio è poi possibile spaziare, aggiungendo altri dettagli come:

la località di appartenenza, se importante.

Esempio 1

Sei il proprietario di una casa vacanze vicino a Roma che si chiama **Pippo**, molto conosciuta nella zona per il tuo nome che è **Giannetto**.

Un altro buon nome dominio potrebbe essere **www.casavacanzepippo-roma.it**

Esempio 2

Sono un idraulico di Milano e tutti mi conoscono come **Giannetto**.

Un buon nome dominio potrebbe essere **www.idraulicogiannetto-milano.it**

Fai qualche esempio di come potresti quindi arricchire il nome del tuo sito web con la località:

Attività + Nome azienda/professionista + Città

Attività + Nome azienda/professionista + Regione

Tema del Sito + Nome azienda/professionista + Città

Tema del Sito + Nome azienda/professionista + Regione

la specializzazione, se può essere un elemento importante a livello concorrenziale rispetto ai nostri clienti.

Esempio 2

Sono un idraulico di Milano **specializzato in ristrutturazione bagni** e tutti mi conoscono come Giannetto.

Un buon nome dominio potrebbe essere **www.ristrutturazionebagni-milano.it**

Ancora esercitati a fare qualche altro esempio di nome del tuo sito web, ricordati che è importante!

Specializzazione + Nome azienda/professionista

Come scelgo il nome del mio dominio?

Specializzazione + Città

Specializzazione + Regione

Se invece si sceglie di partire con un nuovo progetto e quindi non si è legati al nome dell'azienda, dell'attività o del brand, gli aspetti che dovrebbero essere presi in considerazione sono:

- > Che sia facile da memorizzare
- > Che sia attinente al tema del sito
- > Che sia facilmente comprensibile quando viene pronunciato
- > Disponibile nelle estensioni principali
- > Originale, cioè non troppo simili ad altri; evitiamo confusione e di regalare traffico e visite al nostro omonimo.

Il nome dominio influenza il posizionamento?

Possiamo dire che un buon dominio non è certo la scelta più importante, è un aiuto e spesso capace di fornirci un piccolo vantaggio competitivo :)

I motori di ricerca privilegiano una particolare estensione?

Le estensioni sono il .it .com .eu .net .org e tutte le altre che trovate alla fine del nome del sito e presentano lo stesso potenziale valore. Il .it è più gradito al pubblico italiano, il .de al tedesco...

Come faccio a sapere se il dominio che mi piace è libero?

Puoi effettuare un controllo gratuito direttamente dal web, all'indirizzo

whois.domaintools.com

Inserisci il nome che hai scelto e scopri se è già stato acquistato e da chi.



PRODUCTS ▾ **SOLUTIONS** ▾ **PRICING** **SUPPORT** **ABOUT** ▾

[Home](#) > [Whois Lookup](#)

Domain and IP Whois Lookup Tool

Lookup Domain and IP Ownership Records

Enter a domain or IP address

Lookup

Example: moz.com bardahl.com 107.6.106.82

Scopri se il dominio che hai scelto è disponibile

Grazie a questo sistema scoprirai in pochi secondi se il dominio è disponibile nell'estensione che desideri.

DA RICORDARE - Concetti base del capitolo

- > Chi sei e cosa vuoi diventare
- > Identità e Brand identity
- > Dominio
- > Localizzazione
- > eMail
- > Specializzati e diventerai primo sui motori!!

SU 1MINUTESITE

Come faccio a comprare il dominio per il mio sito web su 1minutesite?

all'acquisto ci pensiamo noi ;)

I **domini** sono inclusi nel costo dell'abbonamento così come le caselle di posta elettronica.

Se hai problemi o vuoi farci delle domande a proposito chiamaci al

NUMERO VERDE GRATUITO 800 86 47 21.

Per attivare il dominio ti verranno richiesti alcuni dati di una persona fisica che risulterà responsabile del dominio e dei contenuti pubblicati sul sito.

Ti richiederemo: nome e cognome, codice fiscale. Una volta effettuato l'acquisto e l'attivazione del dominio ti invieremo una mail di conferma.

Se ho già il mio dominio come posso utilizzarlo per realizzare il mio sito web con 1minutesite?

È possibile effettuare il **trasferimento del tuo dominio** presso la nostra piattaforma, così da poterlo impostare sul sito web creato con 1minutesite.

Per procedere ti richiederemo il codice Auth Info del dominio, che devi richiedere al tuo attuale provider. Per effettuare il trasferimento non ci sono costi aggiuntivi, oltre all'acquisto di uno dei pacchetti e penseremo noi ad avviare e concludere la procedura.

Ti richiederemo: nome e cognome, codice fiscale della persona cui è intestato il dominio ed il Codice di Autorizzazione.

Quanto dura l'acquisto del mio dominio?

Di norma il dominio puoi acquistarlo per **un anno**.

È sempre importante procedere al rinnovo del proprio dominio con qualche giorno di anticipo.

Infatti nel caso in cui il rinnovo venga effettuato con un ritardo superiore a 5 giorni, il ripristino e la riattivazione del dominio comporteranno il pagamento di un costo aggiuntivo a partire da € 20,00 (iva incl.).

Questa tassa è una commissione di recupero dovuta ad una recente disposizione della RA (Registration Authority).

Cosa succede se non mi ricordo di rinnovare il dominio?

Se decidi di non rinnovare, il nome a dominio tornerà libero per nuove registrazioni dopo circa due mesi dalla scadenza.

I tempi di liberazione di un nome a dominio .it scaduto sono fissati dell'Authority Italiana sui nomi a dominio .it (Registro del ccTLD ".it").

Non è invece possibile prevedere con esattezza quando un dominio scaduto di tipo .com .net .org .biz .info torni libero per nuove registrazioni.

Come faccio a rinnovare il dominio per il mio sito web su 1minutesite?

I domini sono inclusi nel costo dell'abbonamento pertanto verrà rinnovato quando deciderai di effettuare il pagamento per il rinnovo del nostro pacchetto.

Puoi decidere di fare un rinnovo pluriennale: in questo modo, oltre ad uno sconto fino al 50% sul costo dei nostri pacchetti, ti toglierai il pensiero del dominio, che verrà rinnovato e quindi "occupato" automaticamente per gli stessi anni del pacchetto :)

Insieme al dominio utilizza anche la casella di posta elettronica

Quando acquisti un dominio è consigliabile attivare anche la casella di posta elettronica collegata. Di norma la casella attivata è:

info@nomedelmiosito.it

Quali sono i vantaggi di una casella di posta elettronica direttamente collegata al dominio?

- > È più professionale rispetto ad una qualsiasi casella di posta gratuita che hai creato sul web.
- > Aiuta a creare la tua identità nel Web.
- > È facile più da ricordare perché è uguale al dominio!

“L’indirizzo email è ormai parte dell’identità delle persone”

Come faccio ad attivare la casella di posta elettronica su 1minutesite?

Una (o più) **casella di posta elettronica** direttamente collegata al tuo dominio è inclusa nel costo dell’abbonamento e verrà attivata dallo Staff di 1minutesite. Una volta effettuato l’acquisto e l’attivazione del dominio ti invieremo una mail di conferma, con tutte le istruzioni necessarie per la lettura ed utilizzo della tua casella di posta elettronica.

Il rinnovo della caselle segue le stesse regole del rinnovo dell’abbonamento

[clicca qui per maggiori informazioni](#)

Capitolo a cura di
Simona Bigazzi

INIZIA LA COSTRUZIONE DEL TUO SITO WEB

Come scegliere i contenuti del mio sito

Dobbiamo farci molte domande e te le rifarò durante il corso di tutto il libro perché ogni giorno potresti avere una nuova intuizione su come fare successo sul web e scrivere chi sei e cosa stai facendo è il modo migliore per arrivare a capire qual'è il modo migliore per farsi trovare dai tuoi futuri utenti.

Nelle prossime righe ti chiederò di rispondere ad alcuni quesiti molto importanti: da queste risposte arriveremo ad una "scheda identificativa" del sito e capiremo come crearlo, a cosa dare importanza, come strutturare i contenuti. Procediamo :)

Rispondi a queste domande sul tuo sito web.

Perché stai creando questo sito web?

Che ruolo ha il sito nella comunicazione della tua azienda, associazione, attività?

Quali sono i suoi obiettivi?

Vogliamo principalmente far conoscere i prodotti o mettere in risalto la storia e la forza del marchio?

È uno strumento commerciale di acquisizione dei nuovi contatti o mira principalmente a dare contenuti e servizi per clienti già acquisiti?

Quali sono i concorrenti o i siti di riferimento per il settore?

Ce ne sono alcuni particolarmente attivi o con funzionalità interessanti da replicare?

Ce ne sono alcuni che piacciono graficamente, da prendere come riferimento?

Quali azioni prevediamo compia il navigatore? (comprare, consultare un catalogo, chiedere informazioni, richiedere un preventivo...)

Tutte queste informazioni sono davvero importanti e ti serviranno per avere un'idea precisa dello scopo del tuo sito web.

La progettazione del tuo sito web

Progettare un sito web può essere un processo molto breve, soprattutto in caso di siti semplici, ma è bene ritagliarsi un po' di tempo per farlo, essere concentrati e pensare bene al sito.

Stiamo per mettere le fondamenta della tua presenza sul web e prendiamo decisioni strutturali: quali e quante pagine inizialmente costruire e con quali contenuti arricchirle.

Poi con la scelta della veste grafica andremo a rendere il tutto più bello.

Abbiamo quindi 3 ELEMENTI DI BASE da prendere in considerazione:

- > Inventario dei contenuti
- > Albero del sito
- > Schema delle pagine principali

L'inventario dei contenuti è fondamentale perché ci aiuta a focalizzare l'attenzione sui contenuti del sito e quanto vuoi comunicare.

- > Quali e quanti contenuti vuoi rendere disponibili?
- > Li hai già tutti?
- > Devi produrli?

Prenditi un attimo e pensa a queste domande, risponditi e rifletti se sarai tu a produrre i contenuti, testi e immagini, o se c'è qualcuno che può aiutarti. Magari hai bisogno di una persona che faccia le foto ai prodotti, o alla tua casa vacanze o ancora potresti scaricare dalla macchina fotografica quegli scatti ai lavori che hai fatto tanto tempo fa e quasi te ne eri dimenticato :)

Chiariti i contenuti che abbiamo a disposizione e che dobbiamo produrre, il passo successivo è organizzarli in una mappa: l'**albero del sito**. Solitamente facciamo un diagramma con rettangoli e linee di collegamento, a mano libera su un foglio di carta. Questo ti aiuterà tantissimo a focalizzare le pagine che vuoi creare e sarà una mappa preziosa quando inizierai a pensare alla struttura delle pagine.

Io ho fatto tantissimi siti con 1minutesite e ancora conservo di ognuno il foglio di carta della mappa iniziale. Quello a cui ho dedicato e dedico più tempo è certamente il mio sito web e questa che stai per vedere è la prima mappa del mio sito, che conservo ancora!

Poi nel tempo ho aggiunto tante pagine, ma credimi, aver creato una solida struttura iniziale mi ha permesso di incasellare tutte le successive pagine, senza mai perdermi o far perdere gli utenti all'interno del mio sito web.

Prima di iniziare costruisci l'albero del tuo sito



Quindi è importante organizzare una **rappresentazione schematica di ogni pagina**. Quali saranno gli elementi che la pagina dovrà contenere? Quanto spazio occuperanno e come saranno disposti?

Quando hai pensato alle pagine del sito avrai già in parte analizzato nella tua testa cosa scrivere su ognuna. Ecco, adesso fai esattamente uno schema scritto delle singole pagine principali, tenendo presente un acronimo molto semplice e facilmente ricordabile: **AIDA**. Ogni pagina va pensata sempre in modalità AIDA.

Ma cosa significa?

È molto semplice, devi soltanto ricordarti di:

- > richiamare l'**ATTENZIONE**
- > creare un **INTERESSE**
- > suscitare un **DESIDERIO**
- > attivare un'**AZIONE** finale

Rendi i contenuti del tuo sito più accattivanti

Dopo aver disegnato in modo schematico le pagine, devi decidere lo stile grafico del sito web.

Il sito è un tassello della comunicazione aziendale e come tale deve essere coordinato con tutti gli altri strumenti pubblicitari già in uso

Hai già un Logo?

Il logo serve in ogni attività; è un segnale di riconoscimento. Vedendo quel simbolo o quella scritta le persone si ricorderanno di te, lo collegheranno alla tua attività.

Hai dei colori che ti contraddistinguono, che hai sempre utilizzato?

Se la risposta è sì la cosa migliore da fare è cercare un template grafico che li riproduca.

Questo non è sempre facile perché 1minutesite, come gli altri CMS per la costruzione di siti web, ha delle grafiche predefinite che sono utilizzate da migliaia di persone e magari non avranno proprio la tonalità che ti serve.

Cosa puoi fare allora?

- > Scegli un template grafico neutro, bianco o grigio ad esempio, ed inserisci gli elementi (immagini, icone...) che richiamino i tuoi colori.
- > Scegli un template con dei colori che stiano bene con il tuo logo
- > Scegli un template che sia in sintonia con i colori che da sempre ti contraddistinguono

“ATTENZIONE: la domanda da farsi non è se il sito ci piace o non ci piace, ma se funziona o non funziona per gli obiettivi per cui è stato creato”

Inserisci l'immagine principale del tuo sito web

Moltissime delle grafiche disponibili utilizzate su 1 Minute Site hanno un'immagine di testata (nome tecnico top_image) che si ripete in tutte le pagine.

È probabilmente l'immagine più importante del sito: è la tua presentazione.

Non sprecarla inserendo il tuo logo, non metterla di dimensioni sbagliate, non mettere qualcosa che non sia bello.

Torniamo sempre ad una domanda che sarà davvero ricorrente in questo libro: cosa vuoi trasmettere con questo sito web?

Scrivi quello che ti sta passando per la testa

L'immagine di testata deve far sentire il tuo cliente, utente, navigatore del sito, nel posto giusto.

Riprendiamo i nostri esempi per farti capire quale tipo di immagine è più emozionale per il tuo target.

Esempio 1:

Sei il proprietario di una casa vacanze vicino a Roma che si chiama Pippo, molto conosciuta nella zona per il tuo nome che è Giannetto.

Molto bene: le persone che verranno ad alloggiare nel tuo B&B si aspettano di vedere qualcosa che li faccia pensare a Roma, ai monumenti da visitare, alle escursioni, ai prodotti tipici, all'enogastronomia del luogo.

Vorranno vedere qualche dettaglio del tuo b&b: qualcosa che li conforti e che offra una buona panoramica dell'ambiente, delle camere, dei locali :) Sei d'accordo?

Il mio consiglio è di iniziare a cercare qualche immagine bella di Roma, dei suoi monumenti, dei piatti tipici, qualcosa per cui Roma è conosciuta in tutto il mondo.

Allo stesso tempo ti serviranno le immagini della tua camera migliore, ordinata, con i fiori freschi e magari con il vassoio della colazione appoggiato sul letto.

Scegli una foto che esalti la tua città



Scegli una foto che esalti le caratteristiche del tuo b&b



Esempio 2:

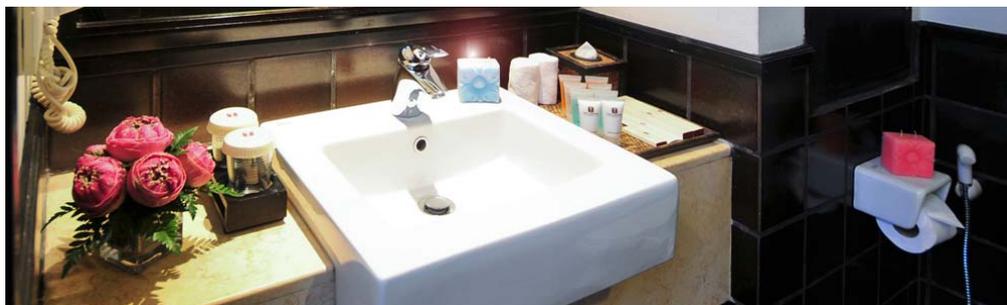
Sono un idraulico di Milano e tutti mi conoscono come Giannetto.

Immedesimiamoci quindi in una persona che ha bisogno di un idraulico, magari per risistemare il bagno. Per dare fiducia al nostro utente facciamo vedere un bagno ben arredato, perfetto, senza perdite: il loro sogno!

Scegli una foto che raffiguri un bagno da sogno



Scegli un particolare che abbia a che fare con il tuo lavoro



Come saprai (e se non lo sai è il momento di "informarti") sul web non possiamo prendere tutte le immagini che ci piacciono. Ci sono delle regole da rispettare: devi cercare immagini utilizzabili sul tuo sito, anche a fini commerciali, oppure acquistarle direttamente su siti web che rivendono immagini.

Come faccio a trovare delle immagini gratuite da utilizzare?

Uno valido strumento in questo caso è proprio la ricerca immagini di Google in modalità avanzata:

http://images.google.com/advanced_image_search

È uno strumento di ricerca molto potente perchè ci permette di trovare sul web immagini

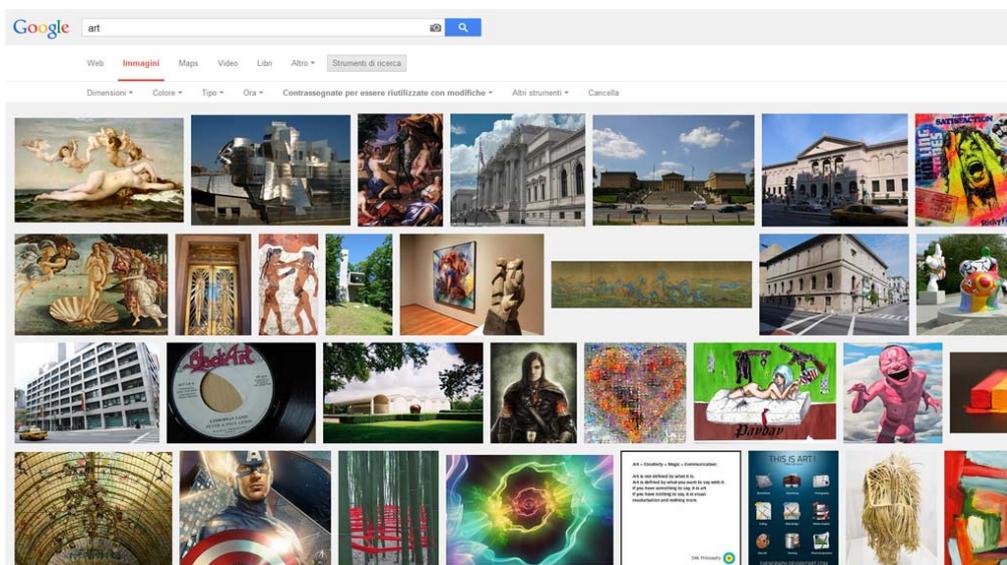
- > di dimensioni personalizzate: qualsiasi, grandi, piccole, maggiori di...
- > di determinati colori: qualsiasi, in bianco e nero, trasparenti...
- > di un determinato tipo: qualsiasi, volti, clip art, disegni...
- > altri strumenti

Ma la spunta più importante è:

- > diritti di utilizzo: risultati utilizzabili o condivisibili liberamente, anche a scopo commerciale

Per avere più possibilità effettua prima la ricerca per parole chiave in italiano, tipo: roma (nel caso del B&B), bagno (nel caso dell'idraulico) e poi in inglese con ad esempio Rome o bathroom

Prova ad effettuare la ricerca anche in inglese



Se su Google non hai trovato quello che cercavi, puoi provare con i siti web di raccolta di fotografie fatte da professionisti e non: un esempio è **flickr**.

Anche qui è possibile effettuare la ricerca avanzata dalla pagina

<http://www.flickr.com/search/advanced/?q=>

e selezionare i risultati per:

- > tipo di contenuto
- > tipo di supporto

Ma la spunta più importante è:

- > creative commons - Cerca soltanto tra i contenuti con licenza Creative Commons

Ricerca tra le immagini con licenza Creative Commons



Consiglio: trova contenuti con licenza Creative Commons.
[Altro su Flickr...](#)

Cerca soltanto tra i contenuti con licenza Creative Commons

- Trova contenuti da usare a livello commerciale
- Trova contenuti da modificare, adattare o dai quali prendere spunto

DA RICORDARE - Concetti base del capitolo

- > Content is king
- > Chi sei
- > Cosa fai
- > Mappa del sito
- > AIDA
- > Logo ed Immagini
- > Fai un sito ancora più bello e professionale!!

SU 1MINUTESITE

Come faccio a sapere di che dimensioni mi serve l'immagine di testata in modo che l'impatto grafico sia bello?

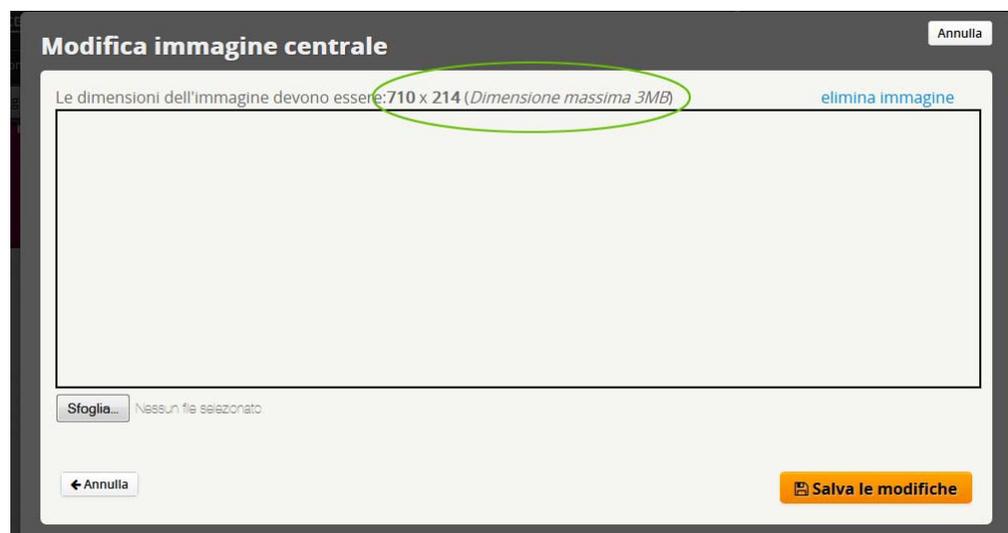
Inserisci l'immagine delle dimensioni giuste

caricare le immagini è facilissimo!

1minutesite ti permette di vedere le dimensioni dell'immagine di testata per ogni singolo template. Infatti dal pannello di amministrazione è possibile modificare l'immagine predefinita, sostituendola con una personale.

Passa il mouse sull'immagine predefinita e questa diventerà verde evidenziando la scritta **MODIFICA**. Clicca!

Si aprirà questa schermata relativa alla **MODIFICA IMMAGINE CENTRALE**:



Come faccio a sapere di che dimensioni mi serve l'immagine di testata in modo che l'impatto grafico sia bello?

Ecco quello che cercavi, le dimensioni precise dell'immagine di testata, in questo esempio abbiamo:

- > larghezza = **710 PX**
- > altezza = **214 PX**

Queste dimensioni variano in base alla scelta del template grafico.

Quindi il mio consiglio è quello di specificare nella ricerca delle immagini la larghezza minima a 720 px, in modo da visualizzare immagini che siano almeno sufficientemente larghe. Tra queste scegli quella che ti piace di più e controlla che sia abbastanza alta.

Con un qualsiasi programma per il fotoritocco potrai poi ritagliarla precisamente dando allo strumento "ritaglio" le misure esatte.

Ti consiglio di salvare sempre le immagini in formato .jpg e non troppo pesanti, altrimenti il tuo sito sarebbe appesantito e in caso di connessioni lente o dispositivi mobili non connessi a wifi o adsl, rischieresti di non permettere agli utenti di vedere l'immagine correttamente. Peggio ancora, i tuoi utenti potrebbero stancarsi di aspettare e chiudere il sito :(

Una volta scelta e sistemata l'immagine principale del tuo sito web, clicca su sfoglia e carica l'immagine che hai preparato. Allora come ti sembra?

Come inserire le altre immagini sul mio sito web?

Oltre all'immagine di testata ci sono altre immagini che puoi e devi inserire nel sito e ti anticiperò subito un segreto sull'ottimizzazione che vedremo nei prossimi capitoli. Nel sito puoi inserire, in generale:

- > loghi
- > gallery
- > slideshow
- > icone

Il tuo logo deve essere visibile in tutte le pagine, possibilmente in alto.

Su 1minutesite è possibile inserire il logo grazie al tasto **CONFIGURA TESTATA**; una volta inserito, il logo sarà visibile in tutte le pagine.

Il mio consiglio è quello di inserirlo non troppo grande, in formato .png se ha lo sfondo trasparente, altrimenti va bene sia .gif che il classico .jpg. Ecco alcuni esempi di un logo "non troppo grande":



I I loghi nei siti web sono quasi sempre posizionati in alto a sinistra

Come posso inserire il mio logo sul sito fatto con 1minutesite?

Dal pannello di amministrazione è possibile cliccare su **CONFIGURA TESTATA**, quindi su **TESTATA** e qui potrai inserire il tuo logo, quindi decidere se metterlo a sinistra o a destra.



Inserisci il tuo logo su 1minutesite dall'opzione "configura testata"



Poi puoi arricchire il tuo sito web con immagini inserite come gallery e slideshow. Prima di procedere ad inserire le immagini ti consiglio di ridimensionarle in modo da averle tutte della stessa larghezza.

C'è un programma gratuito che fa questo per te e tutto in un click :)

Si chiama **fotosizer**. Scaricalo, installalo nel tuo pc e quindi potrai trascinare in un click le immagini dentro il programma.

Impostate la larghezza a 800 px e tutte le tue immagini verranno ridimensionate.

Ho scelto questa grandezza perchè è ottimale su oneminutesite.

Come posso inserire le immagini in una gallery su 1minutesite?

Uno dei contenuti che puoi aggiungere in tutte le pagine di 1minutesite è **GALLERY**.

Cliccaci sopra e ti verrà richiesto di dare un titolo alla gallery.

Pensa bene al titolo: puoi mettere "Esempi di lavori realizzati".

Clicca su **CREA** ed ecco che puoi trascinare le immagini che hai preparato nella gallery.

Clicca su **CARICA IMMAGINI** e la tua gallery è creata.

Le immagini sono molto importanti in un sito web perchè ti permettono di far vedere chi sei e cosa fai, anche da persone che non possono conoscerti direttamente.

Come posso inserire uno slideshow su 1minutesite?

Con la stessa modalità attraverso la quale inserisci le foto in una gallery, ti basterà clicca su **VISUALIZZA IMMAGINI IN SLIDESHOW** ed ecco che le immagini scorrono in automatico sulla pagina del sito.
Gli slideshow sono efficaci quando non contengono più di 5 foto, infatti sono poche le persone che aspettano di veder scorrere più di 5 foto.

Come posso inserire delle icone sul mio sito web fatto con 1minutesite?

Infine ti consiglio di inserire delle icone sul tuo sito web per rendere più immediata la visualizzazione delle informazioni importanti sul sito.

La cornetta di fianco al telefono, la busta accanto all'indirizzo mail o delle frecce per aiutare i tuoi utenti a muoversi nel sito web.

Puoi cercare su google "*icon free*", troverai sui maggiori portali che vendono icone ed altre immagini per i siti web, delle serie complete di icone gratuite scaricabili.

Prendine una raccolta ed utilizzala sul tuo sito web!

Vedrai che sarà molto più bello e molto più ricco.

Puoi salvare le icone su un qualsiasi spazio web online, tipo la cartella Public di

dropbox, dove è possibile ricavare un indirizzo di riferimento per l'immagine.

Vai nel paragrafo dove vuoi inserire l'icona e clicca sul tasto destro del mouse.

Quindi fai click su **AGGIUNGI/MODIFICA IMMAGINE** e inserisci la url che hai copiato dal tuo dropbox.

Nelle impostazioni avanzate potrai quindi dare un titolo all'immagine e scegliere la dimensione giusta, che sta bene con il resto del tuo sito.

Capitolo a cura di
Simona Bigazzi

VISIBILITÀ SUI MOTORI DI RICERCA: GOOGLE

Come faccio a farmi trovare su internet anche da chi non mi conosce

In questi anni abbiamo aiutato molte persone e molte aziende come te. Ci hanno domandato come potevano indicizzare e posizionare i propri siti web in testa ai motori di ricerca come **Google**.

Abbiamo arricchito molte persone e ora intendiamo farlo anche con te: vogliamo raccontarti tutti i segreti per generare traffico gratuito per il tuo sito web.

Ti domanderai: com'è possibile?

Segui le mie indicazioni e rimarrai sorpreso da quanto questa cosa possa cambiarti la vita. Per ottenere quello che stai cercando dovrai rispondere ad alcune domande che ti farò.

La vera protagonista di questo capitolo è la **parola chiave** (in inglese keyword).

Cos'è una parola chiave?

È la parola attraverso la quale le persone cercano informazioni su noi e sui nostri prodotti /servizi su Google. Se ci pensi bene, questo rappresenta il **bisogno** specifico dei nostri clienti.

Scoprirai ben presto che non è importante esserci, ma essere almeno in prima pagina ed in modo particolare nelle prime tre posizioni.

Allora che fare? Prima di tutto tieni alto il tuo morale e rispondi serenamente e sinceramente a questi domande.

TARGET

In quale settore operi?

Che tipo di attività sei? (manifatturiero, commerciale, servizi, associazionismo, movimento...)

A quale tipo di mercato ti rivolgi? (consumatore finale, intermediari)

Quale è il tuo mercato geografico? (locale, Italia o internazionale)

UTILIZZO SITO WEB

Il motivo per cui utilizzi il sito web? (vendita, ricerca contatti, presentazione attività, creazione o rafforzamento della notorietà del marchio...)

ELENCO VANTAGGI COMPETITIVI

(il tuo segreto per
vincere sui motori)

Ora fermati un attimo, mettiti comodo e rispondimi sinceramente a questa domanda: Il motivo per cui dovrei comprare il tuo prodotto/servizio? In che cosa ti distingui dai tuoi concorrenti?

Sono molto curioso di conoscere la tua risposta.

Ho stimolato molti imprenditori e professionisti a farlo. Quello che conta è **accuratezza e sincerità** assoluta nella tua risposta. Questo atteggiamento ti arricchirà di sicuro. Prendi coscienza del tuo vero valore, quando l'esercizio è fatto bene serve per catturare traffico web qualificato.

Ora inizia a scrivere:

Rispondimi e stupiscimi con risposte sorprendenti!

ELENCO DELLE PAROLE CHIAVE

Con quali parole pensi che ti trovino i tuoi clienti?
Fammi un elenco:

Se non ci sei riuscito ti vorrei dare qualche suggerimento.

Esempio 1:

Per esempio se sei un idraulico, forse è bene aggiungere la località in cui presti il servizio. Se sei un idraulico di Milano, vista la probabile alta concorrenza ti consigliamo di usare un valore aggiunto
IDRAULICO MILANO PORTA ROMANA (chiave di ricerca con attributo geografico specifico)
IDRAULICO PRONTO INTERVENTO MILANO (chiave di ricerca con attributo di valore specifico)

Esempio 2:

Se sei un Bed and Breakfast di Roma, vista la probabile alta concorrenza ti consigliamo di usare un valore aggiunto
BED AND BREAKFAST CAPPELLA SISTINA ROMA (chiave di ricerca con attributo geografico specifico)
BED AND BREAKFAST ROMA CANI AMMESSI (chiave di ricerca con attributo di valore specifico)

Ed ora vai su Google per vedere che risultati offre!

ATTIVITÀ SU GOOGLE Analisi delle richieste su Google (analisi della domanda)

Ora entriamo nel bello! È importante sapere cosa accade in uno dei mercati più importanti al mondo: **Google**. Per me questo è un mondo affascinante, ho passato molto tempo a studiarlo e a lavorarci su. L'esito finale è stato più che mai positivo! Ho arricchito molte aziende che sono diventate delle autentiche star del web. Da perfette sconosciute sono divenute famose in tutto il mondo con posizionamenti strabilianti. Hanno ottenuto traffico, richieste di contatto, ordini e soprattutto hanno riempito i loro conti correnti con molti **euro**!

Per decidere cosa fare è opportuno prima di tutto conoscere l'attrattività del tuo mercato di riferimento. Tradotto in italiano corrente, quanti cercano informazioni sul tuo prodotto, con quali parole chiave ricercano? E con quale volume di ricerca?

Per saperlo Google mette a disposizione il suo straordinario strumento per la gestione delle parole chiave.
Entra e Vai su Adwords

<https://adwords.google.com>

ed infine registrati.

ATTIVITÀ SU GOOGLE

Analisi delle richieste su Google (analisi della domanda)

Segui i seguenti passi entrando nelle seguenti sezioni:

- > Strumenti ed Analisi
- > Strumento di pianificazione delle parole chiave
- > Ottieni il volume

Ora inserisci, nell'apposito pannello, le parole chiave. Osserva i due esempi:

Esempio 1:

Idrraulico Milano

Pianifica le tue parole chiave

Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili ^[?]	Concorrenza ^[?]	Offerta consigliata ^[?]	Quota impressioni annuncio ^[?]	Aggiungi al piano
Idrraulico Milano	1.900	Alta	€ 5,56	0%	»
Idrraulico pronto intervento Milano	50	Alta	€ 7,28	0%	»
Idrraulico Porta Romana Milano	-	-	-	-	»

Come puoi vedere la parola chiave "Idraulico Milano" è molto ricercata ma ha anche tanti concorrenti diversamente da "Idraulico pronto intervento Milano" è meno ricercata ma ha tanti concorrenti. La parola chiave "Idraulico Porta Romana Milano" ha poca ricerca e poca concorrenza. Dopo questa prima analisi puoi già iniziare a ragionare su quella che potrebbe essere la tua strategia fattibile e sostenibile. Per esempio potresti inserire altre parole chiave e fare altre considerazioni. Ora continua a fare altre prove con altre combinazioni di parole chiave. Il mio consiglio, se hai una piccola attività, è di scegliere una parola chiave di nicchia. Ecco perché è importante lavorare bene nell'elenco dei **vantaggi competitivi!**

Esempio 2:

Bed and Breakfast Roma

Analizza la concorrenza e scegli le parole chiave migliori

Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili ^[?]	Concorrenza ^[?]	Offerta consigliata ^[?]	Quota impressioni annuncio ^[?]	Aggiungi al piano
B&B Roma	27.100	Alta	€ 1,08	0%	»
Bed and Breakfast Roma	27.100	Alta	€ 0,85	0%	»
B&B Vaticano Roma	70	Alta	€ 0,86	0%	»
Bed and Breakfast Vaticano Roma	50	Alta	€ 0,87	0%	»
B&B Cappella Sistina Roma	-	-	-	-	»
Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma	-	-	-	-	»

"B&B Roma" e "Bed and Breakfast Roma" hanno un enorme volume di ricerca con un alta concorrenza. Mentre "B&B Vaticano Roma" e "Bed and Breakfast Vaticano Roma" hanno molta meno ricerca e tuttavia con alto livello di concorrenza. Anche in questo caso ti consiglio di indagare con nuove parole chiave che siano con un buon livello di traffico e con poca concorrenza.

Sono convinto che ora hai imparato qualcosa di più ed inizi a pensare alla tua attività e stai già elaborando una tua personale strategia.

ATTIVITÀ SU GOOGLE

Analisi della concorrenza (analisi dell'offerta)

Ecco un altro segreto che rappresenta un modo pratico per vedere come si muove la concorrenza. Prima di iniziare un'attività sul web è importante vedere quanto il tuo mercato è competitivo. Ovvero, è importante sapere quanti concorrenti hai. Ti piacerebbe vedere con gli occhi di un cliente cosa c'è sui motori di ricerca? Se la risposta è sì, segui alcuni esempi di studio di mercato attraverso Google. Vai su internet in:

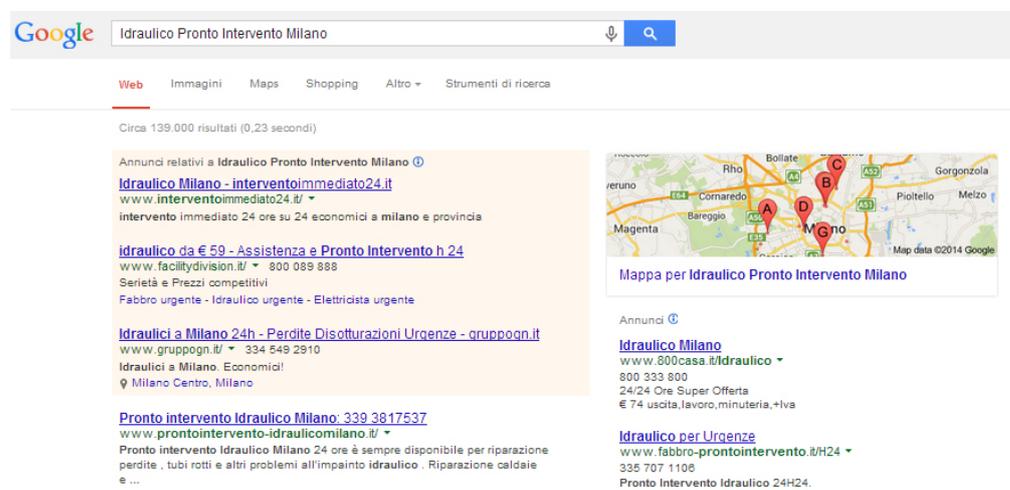
www.google.it

Esempio 1:

"Idraulico Pronto Intervento Milano"

I risultati possibili sono 139.000 (queste sono le pagine concorrenti che hai)

Scopri quanto è competitivo il tuo mercato

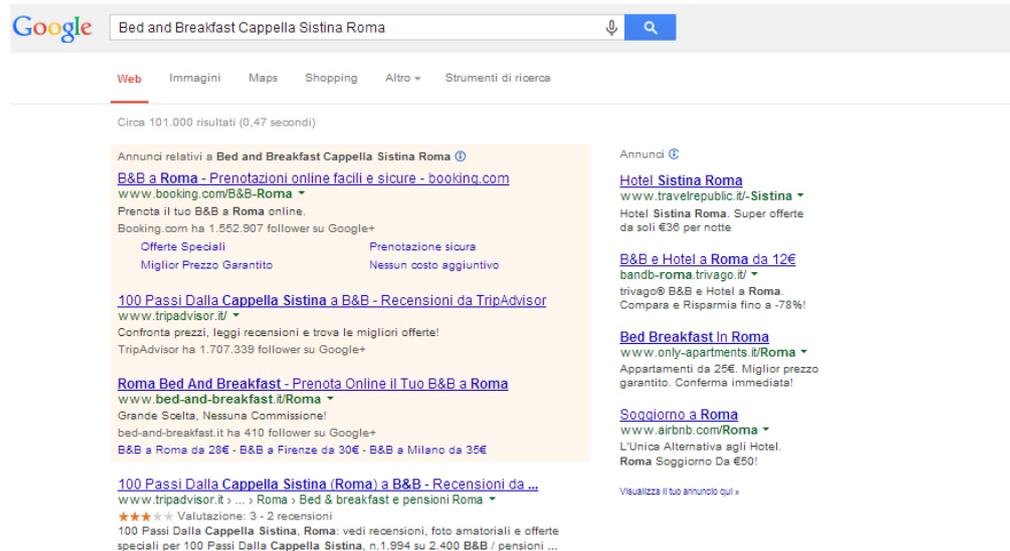


Esempio 2:

"Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma"

I risultati possibili sono 101.000 (queste sono le pagine concorrenti che hai)

Scopri chi sono i tuoi concorrenti con uno studio di mercato



Nelle due case histories potete vedere che la chiave di ricerca "Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma" ha meno pagine concorrenti rispetto a "Idraulico Pronto Intervento Milano"

ATTIVITÀ DI OTTIMIZZAZIONE

Una volta che hai selezionato le parole chiave obiettivo ti consigliamo di fare la seguente attività di ottimizzazione:

OTTIMIZZAZIONE INTERNA

- > Ottimizzazione del contenuto della pagina
- > Ottimizzazione della URL
- > Ottimizzazione dei Meta Tag
- > Ottimizzazione nome Foto

OTTIMIZZAZIONE ESTERNA

- > Creazione link building

Ora ti rivelerò altri importanti segreti basando il tuo lavoro su questi semplici e potenti principi:

- > Ottimizza ogni pagina puntando su una sola parola chiave
- > Ogni pagina che crei deve essere utile per il tuo cliente. Usa sincerità e candore e mostra i tuoi valori aggiunti.
- > Ogni pagina va pensata sempre in modalità **AIDA** (vedi cosa ha scritto Simona) ricordati sempre di richiamare l'**attenzione**, di creare un **interesse**, di suscitare un **desiderio** e di attivare un'**azione** finale

Ora ti domanderai come strutturare una pagina ben ottimizzata.

Di seguito ti darò dei consigli pratici per fare una buona ottimizzazione del tuo sito web.

Ottimizzazione Interna

Gli inglesi dicono che "Content is King". È proprio vero.

In questi anni tutti i clienti che hanno seguito questo principio che a suo tempo avevo imparato in un corso americano hanno visto aumentare il numero dei loro clienti vistosamente.

Ci sono due motivi perchè questo principio è magico:

1. Perché Google è ghiotto di informazioni utili da dare al mondo intero: le pagine ben redatte e ben strutturate tendono a stare in testa ai motori di ricerca
2. Il potenziale cliente che legge una pagina ben strutturata ha più possibilità di scriverci o chiamarci per acquistare il nostro prodotto.

CONTENUTO DELLA PAGINA:

Inserire la parola chiave nel titolo della pagina. Il contenuto della pagina è bene che riporti la densità della parola chiave in una percentuale del 3-4%

URL

Inserire la parola chiave nella URL.

Esempio: parolachiave.html

META TAG

Inserire la parola chiave nel Meta Title, nel Meta Description e nelle Meta Keywords

NOME FOTO

Nominare la foto con la parola chiave

Esempio: parolachiave.jpg

Vediamo subito un esempio di come ottimizzare una pagina:

Esempio 1:

“Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma”

TITOLO DELLA PAGINA: Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma

CONTENUTO DELLA PAGINA: Benvenuti al Bed and Breakfast Cappella Sistina di Roma , luogo di charm ed economico nel cuore di Roma!

Casa è vicina alla fantastica Cappella Sistina di Michelangelo con gli annessi Musei Vaticani e Basilica di San Pietro. E' davvero facile arrivare a piedi a Castel Sant'Angelo Piazza di Spagna, Fontana di Trevi, Piazza Navona, Phanteon , Colosseo ed i maggiori centri turistici, oppure comodamente girare in autobus e metro con le vicine stazioni di “Cipro Musei Vaticani” ed “Ottaviano S. Pietro”. Vi attende una calorosa atmosfera di charm sentendovi a casa vostra nel cuore di Roma, al sesto piano di un palazzo d'epoca restaurato col fascino originale dai colorati pavimenti a veneziana ai mobili antichi, con camere accoglienti e con bagno privato (dentro o di fronte la camera). Avrete privacy e comfort assoluti. E' tutto a portata di mano, banche, negozi, supermarket, farmacie, ristoranti e le tipiche pizzerie, tutto vicinissimo! Mario il proprietario sarà pronto ad aiutarvi per qualsiasi cosa avrete bisogno, indicandovi tutti i segreti per vivere la Citta Eterna, col minor budget e massima soddisfazione!! Avrete mappe e informazioni di arte architettura, storia, musei, panorami, ristoranti e club, divertimenti ed eventi durante la vostra vacanza!

Ci vediamo presto. Un caloroso saluto...

Mario ;-)

URL PAGINA: dominiomiosito.it/Bed_and_Breakfast_Cappella_Sistina_Roma.html

META TITLE: Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma

META DESCRIPTION: Se vuoi visitare Roma e sei alla ricerca di un buon Bed and Breakfast nei pressi della Cappella Sistina allora hai trovato il sito giusto

META KEYWORDS: B&B Roma, Bed and Breakfast Cappella Sistina Roma, B&B Cappella Sistina Roma, Bedandbreakfast Roma Vaticano.

NOME DELLA FOTO: Bed_and_Breakfast_Cappella_Sistina_Roma.jpg

Esempio 2:

“Idraulico Pronto Intervento Milano”

TITOLO DELLA PAGINA: Idraulico Pronto Intervento Milano

CONTENUTO DELLA PAGINA: Idraulico Pronto Intervento Milano è leader in Lombardia nel settore del Pronto Intervento Idraulico. Grazie al supporto di squadre di idraulici situate in diverse zone di Milano e della provincia siamo in grado di intervenire con rapidità per risolvere qualsiasi genere di problema idraulico.

Se hai bisogno di un Idraulico Urgente a Milano o in provincia chiama senza timori Servizi per la Casa Milano, contatta l'SOS IDRAULICO al Numero Diretto 333 333333 Le occasioni in cui rivolgersi ad un servizio di pronto intervento idraulico a Milano sono molteplici, dall'allagamento dell'appartamento all'otturazione del wc, perdite acqua improvise etc...

Pronto intervento idraulico milano in qualsiasi zona (Centro, Lambrate, Loreto, Lorenteggio, Sempione, Certosa, Bicocca Niguarda, Città Studi, Bovisa, Affori, Navigli, Ticinese, Ripamonti, Famagosta...)

Chiama subito: 333 333333

ATTIVO 24H SU 24

URL PAGINA: Idraulico_Pronto_Intervento_Milano.html

META TITLE: Idraulico Pronto Intervento Milano

META DESCRIPTION: Stai cercando un Idraulico Pronto Intervento Milano clicca qui è il sito web giusto

META KEYWORDS: Idraulico Milano, Idraulico pronto intervento Milano, Idraulico Milano Centro, Idraulico Milano Lambrate, Idraulico Milano Loreto, Idraulico Milano Lorenteggio, Idraulico Milano Sempione, Idraulico Milano Certosa, Idraulico Milano Bicocca Niguarda,

NOME DELLA FOTO: Idraulico_Pronto_Intervento_Milano.jpg

Beh come hai visto è intuitivo questo tipo di lavoro. Ti ricordo e ti do alcuni consigli per scrivere bene questa parte.

Il Consiglio per fare bene l'Ottimizzazione interna è:

- > Pensa semplice
- > Pensa e scrivi con il linguaggio del cliente (e non il nostro)
- > Cerca sempre di applicare la regola numero 1 nel mondo: buon senso!

Ottimizzazione Esterna: Link Building

Una volta ultimata l'ottimizzazione interna dobbiamo completare l'opera con l'ottimizzazione esterna. Vi domanderete: che sarà mai questa ottimizzazione esterna?

Una volta che lo hai ottimizzato internamente dovrai collegare il tuo sito web da altri siti.

Questa attività si chiama **Link Building**.

Ottimizzazione Esterna: Link Building

Per fare un buon lavoro collega altri siti web importanti del solito settore o argomento con il tuo. Google ama la coerenza e i siti famosi. Se ci pensi, LUI pensa bene! Ama le sane e buone relazioni.

Cosa è utile fare?

- > Avere un link da portali di settore
- > Avere un link in un post di un blog si settore o di argomento
- > Avere un link da un importante forum tematico
- > Avere un link da un importante giornale
- > Avere un link da un sito della pubblica amministrazione: comune, provincia, regione, camera di commercio
- > Avere un link da una università

Esempio 1:

Bed&Breakfast Roma.

Ti converrà avere link da portali come booking.com, airbnb.com, holydayletting.co.uk, homelidays.com ecc... Post con link da un blog di settore. Un link da un articolo di una rivista di settore italiana o estera

Esempio 2:

Idraulico Milano.

Ti consiglio di crearti una link building su subito.it, kijiji.it, vivastreet.it oltre che una pagina su facebook.

DA RICORDARE - Concetti base del capitolo

- > Target: chi è il tuo cliente
- > Elenco dei vantaggi della tua attività
- > Ottimizzazione interna: Titolo, Contenuto, URL, Meta Title, Meta Description, Meta Keyword
- > Ottimizzazione esterna: link esterni importanti
- > Aggiornamento: aggiornalo spesso...diventerai ricco!!

Ottimizzazione Interna: come fare su 1minutesite?

Mi immagino che ti starai domandando: "E ora come faccio?".
Niente paura.

Alcuni anni fa ho immaginato con un gruppo di amici professionisti di aiutare tutti quelli che come te ci domandavano come fare ad essere visibili sui motori di ricerca.

Io ho per te la soluzione! Infatti se vai su

www.oneminutesite.it

e ti fai il sito web (vedi quello che ha scritto Simona) hai anche la possibilità di ottimizzare il tuo sito web.
Ora te lo farò vedere.

Ti faccio vedere come ho fatto ad ottimizzare il sito web della mia casa vacanze

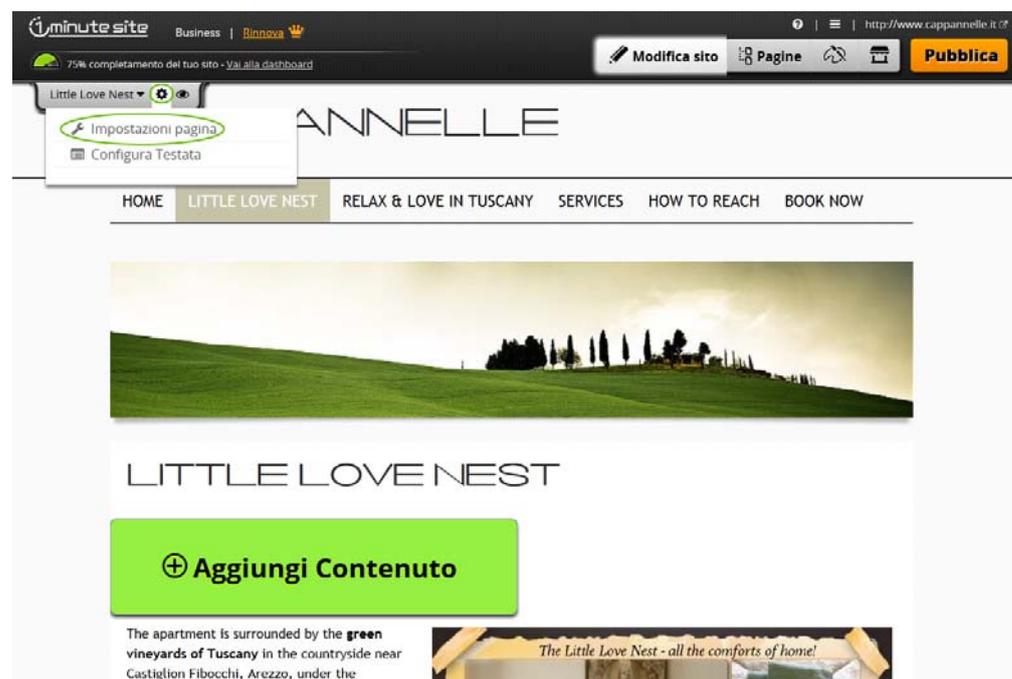
www.cappannelle.it

A seguire puoi vedere l'ottimizzazione per la parola chiave "Little Love Nest in Tuscany"!

Entra nel pannello di 1minutesite ed entra nella pagina che intendi ottimizzare (in questo caso io sono entrato nella pagina di "Little Love Nest").

Clicca sopra l' **ICONA A FORMA DI ROTELLINA** e successivamente su **IMPOSTAZIONI PAGINA** come evidenziato in verde.

Scopri come
ottimizzare le tue
pagine su
minutesite



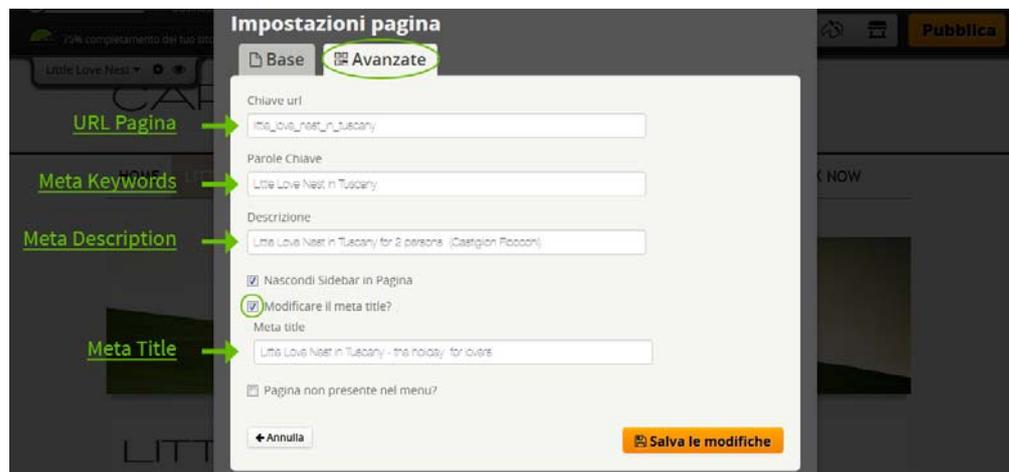
Dentro impostazione pagina clicca su **AVANZATE** e riempi i campi

- > URL Pagina
- > Meta Keywords
- > Meta Description
- > Meta Title

Come vedi nella prossima foto (frecche verdi) e come ti ho indicato nella sezione precedente sull'ottimizzazione.

Personalizza URL
e parole chiave
nelle impostazioni
avanzate

Aggiornamento Sito Web



Ora premi il tasto **SALVA MODIFICHE** (in basso a destra) e **PUBBLICA** (in alto a destra) e aspettati dopo qualche giorno qualche risultato. In bocca al lupo!

Ora ti rivelo l'**ultimo Grande Segreto**: aggiorna il tuo sito web spesso! Google ama le cose nuove. Per questo con 1minutesite abbiamo deciso di farti un altro regalo. Abbiamo inventato un tasto magico

PUBBLICA

Ogni volta che lo premi il link al tuo sito web viene pubblicato in tempo reale nel nostro blog:

<http://blog.oneminutesite.it>

e il giorno dopo sul nostro catalogo dei siti web:

<http://www.creaesitowebgratis.it/>

Questo PIACE Moltissimo a Google. Infatti i nostri siti web sono tutti visibili se aggiornati spesso!!! Allora, cosa aspetti a mettere dei nuovi contenuti interessanti e pubblicarli? Ci conto...

Scrivici a:

info@oneminutesite.it

o chiamaci al nostro numero verde per informarci dei tuoi progressi. Infine seguici nel blog, nella newsletter e nei numerosi webinar che facciamo sui temi del sito web. Siamo sempre pronti ad aiutarti!

Capitolo a cura di
Gianni Bianchi

GLI AUTORI DI QUESTO LIBRO



GIANNI BIANCHI

Sono CEO & Partner @ Sintra Consulting Srl.
Mi occupo di far crescere le aziende sul web dal 2002.



SIMONA BIGAZZI

Sono Partner @ Sintraconsulting da 5 anni.
Mi occupo di #Digital #Marketing Strategist per le Imprese