

SEO Copywriting: la guida per le tecniche di scrittura SEO

Marianna Peluso - lawebcontent.com

Il **SEO Copywriting** è tra gli argomenti più dibattuti nel digital perché è sostanzialmente alla base dell'ottimizzazione di un sito web e del posizionamento di siti e blog.

Non è per tutti, e non tutti i copywriter SEO trascorrono giornate semplici. È una vera e propria sfida redigere, sì anche con l'aiuto dei tool, dei contenuti che siano perfetti nella **scrittura SEO**. Testi in grado di fornire la concreta risposta ai lettori e al contempo soddisfare anche gli algoritmi. Lì fuori è una giungla, te ne sarai accorto.

In questa pillar page cercherò di darti una guida al SEO Copywriting semplice che svisceri tutti gli accorgimenti sulla scrittura SEO, il **posizionamento siti** e le famose parole chiave.

SEO copywriting: che cos'è la scrittura SEO

Anche se sei un SEO copywriter alle prime armi dovresti saperlo. Ma io oggi mi rivolgo anche a coloro che hanno un blog di nicchia o un sito molto settoriale, poco budget e tanta voglia di apprendere come scrivere in ottica SEO.

Il SEO copywriting è l'arte di utilizzare la scrittura per dispiegare un argomento in tutti gli aspetti e attirare così, insieme ai lettori, anche la migliore rilevazione da parte di Google. Più sarai alto sui motori di ricerca con la tua parola chiave e più avrai la possibilità di essere intercettato.

La scrittura SEO è quindi quella metodica, fatta di best practice che ti riporterò in seguito, che aiuta a raggiungere il lettore che davvero ci interessa, quello che acquisterà o compierà un'azione sul tuo sito.

I **tui contenuti SEO**, oltre ad essere utili (lo dicono tutti lo so) devono davvero essere esaustivi e ben organizzati nell'architettura altrimenti rischieresti il rimbalzo verso altra pagina da parte del lettore.

Chi è il Copywriter SEO: oltre al posizionamento siti c'è di più

Il copywriter SEO è più di uno scrittore, ha l'obiettivo non solo creativo di attrarre ma anche di **posizionare gli articoli** fornendo nuovi punti di vista e rispondendo alle query degli utenti.

Se non sei un SEO copywriters ma vuoi comunque posizionare il tuo sito dovrai possedere, ti avviso, numerose competenze: scrittura persuasiva, proprietà di linguaggio, conoscenza SEO di base su almeno tag, metatag etc. Non ti preoccupare adesso ne sviscereremo ogni aspetto. Ti consiglio inoltre di leggere anche la mia guida alla SEO on page in cui parlo di tag e metatag in modo pratico e con tanti esempi.

SEO Copywriting: guida semplice

Se vuoi assicurarti che il tuo sito web sia il più cliccato dal tuo target allora dovrai curare i **contenuti in ottica SEO**, non ce n'è.

Dovranno essere approfonditi, chiari, leggibili, senza muri di testo e seguire una struttura adatta. Partirai dal concetto generale e giungerai all'approfondimento alla fine dell'articolo, via via come un viaggio.

Questa storia del viaggio non è mia ma della regina della scrittura Luisa Carrada "La difficile arte del linkare" **scarica il PDF è favoloso.**

Parti dalla ricerca delle parole chiave

Il primo punto è poco creativo ed è connesso alla **ricerca delle famose keyword. Cosa sono?** Termini composti da una o più parole in realtà che vorresti usare nell'articolo e che ti condurrebbero al posizionamento in prima pagina su Google o ad esser intercettato dalle ricerche vocali di Siti, Alex etc.

Le domande che dovrai porti sono:

1. Cosa devo posizionare sul web?

2. Con quali parole se fossi un tuo cliente (non con conoscenza approfondita dunque) digiteresti il concetto?
3. C'è possibilità di trattare quello stesso argomento in altro modo?

Se hai risposto bene a queste domande dovresti avere almeno: **la parola chiave principale con le keyword correlate**. Siamo a buon punto.

Adesso devi verificare se effettivamente queste parole sono ricercate dal pubblico nel modo in cui credi tu. Puoi aiutarti con 4 strumenti gratuiti SEO:

- 1) Ubersuggest free
- 2) SEOzoom free
- 3) Google suggest
- 4) Answer the public

I primi due sono molto intuitivi e, una volta registrato alla suite, potrai accedere ad un tot di parole chiave.

Google suggest è il re degli strumenti, una volta che hai digitato sulla barra non dovrai fare altro che leggere i suggerimenti di Google su quell'argomento. Al di sotto della SERP, li hai trovati? Sono di certo le longtail più impiegate sull'argomento, fidati.

Answer the public, anch'esso è uno strumento molto semplice, ti permetterà di capire quali domande si pongono gli utenti su quel topic. Non ce ne sono? Cambia argomento, i volumi di ricerca sono bassi e non c'è mercato!

Per il **successo SEO su progetti di piccole dimensioni** come il tuo? Concentrati sulle parole chiave meno usate (dette a concorrenza bassa) come le longtail (di 3-4 parole es. fiori freschi a Firenze) e lascia ai grandi della SERP le keyword secche (fiori freschi) perché richiederebbero 70 mila contenuti da ottimizzare e molta ADV.

Tecniche di scrittura in chiave SEO: vademecum

Ecco alcuni accorgimenti per fare centro e imitare le **tecniche di scrittura SEO** dei copy professionisti.

Scelta del Titolo

Fai attenzione che contenga la parola chiave principale all'inizio. Google premia la prominenza e la brevità. Non più di 10 parole dunque.

Inoltre un buon titolo, come quelli dei giornali, deve attirare l'attenzione della tua nicchia altrimenti nessuno sarà invogliato a continuare a leggere. Io consiglio di scrivere sempre a cosa serve l'articolo, breve e mirato.

Testo ottimizzato SEO

- Un articolo web deve avere una determinata struttura. Non è scritto per la carta e quindi l'attenzione del lettore è molto inferiore.
- Come un **libro però dovrebbe seguire lo schema classico** del titolo, dei sotto paragrafi (H2) e poi degli approfondimenti (H3).
- Se citi devi riportare le fonti, se copi sarai penalizzato perché Google non ama i contenuti duplicati (e nemmeno io!).
- Scritto il testo, dovrai collocarvi all'interno i grassetti: un suggerimento è quello di **mettere in neretto le keyword** principali e secondarie ma anche le parti salienti così da dare un appiglio all'occhio del lettore che, saltando qui e là, reperirà le info che più gli aggradano.
- Rileggilo, se le frasi ti appaiono troppo lunghe spezzale e semplifica. Non riesci a dare una **struttura SEO al tuo articolo?** Prendi carta e penna e spia Wikipedia (solo nella struttura!) e il primo competitor che si è posizionato per la stessa keyword. La sfida è che dovrai fare meglio di lui.
- Ricordati che la chiarezza di un testo trionfa su qualsiasi persuasione e vendita da marketing diretto. Sii semplice e vai al centro del problema. Stop.

Lunghezza del contenuto

Una delle domande più frequenti è **“quanto deve essere lungo il testo SEO oriented?”**

Non c'è risposta ovviamente, dovrà essere lungo così da aver trattato a pieno l'argomento, altrimenti è fuffa inutile di cui il web è piena. Se vuoi dei numeri: di certo dovrà avere un **minimo di 500 parole.**

*Negli ultimi anni Google ha dimostrato di privilegiare i testi lunghi (come questo) a discapito di quelli brevi, ovvero le 300 parole classiche degli anni 2000. **Il nuovo***

algoritmo di Google penalizza, e pare comprendere, se gli argomenti sono trattati superficialmente e non rispondono alle domande di ricerca reali.

Frequenza delle keyword

L'algoritmo di Google detto Panda di cui parlavo poc'anzi ha dimostrato non apprezzare nemmeno una massiccia keyword density. È inutili inserire 70 volte la parola chiave principale, anzi finirai col penalizzarti attraverso quella che viene detta sovra ottimizzazione.

Link interni ed esterni

Parte essenziale di un testo SEO ottimizzato per benino è **l'inserimento dei link anchor text** che fungono, come nel caso del neretto, da fari per l'occhio distratto del lettore. Un articolo utile ha almeno 2 link di approfondimento. Può trattarsi di articoli del tuo blog (link interni) e pagine esterne valide. Cosa vuol dire valide? Non dovrai linkare home page ma url SEO che puntino a contenuti molto approfonditi, pdf, guide di settore, link specifici insomma. Non esagerare altrimenti potresti avere anche lì problemi di sovra ottimizzazione.

Immagini

Come ottimizzare le immagini per il web? Devi renderle leggere perché se il tuo post blog fatica a caricarsi per il peso delle immagini sarà facilmente abbandonato.

Come alleggerire le immagini del blog? Ecco 5 tool gratuiti.

Una volta che hai l'immagine del peso giusto rinominala sul pc con keyword principale e/o secondarie. Diventerà anche il tuo alt tag.

Cos'è l'alt tag? Il testo alternativo aggiunto al codice html del tuo sito ottimizzato. Devi inserirlo per forza? Per una buona ottimizzazione SEO, gli utenti potrebbero arrivare al tuo sito attraverso aggregatori di immagini di Google stesso o di Pinterest ad esempio.

Meta description

La descrizione breve che su Google appare proprio sotto al titolo del tuo sito nello snippet è detta metadescription. Non è essenziale per il posizionamento siti perché il motore di ricerca potrà anche estrarsela da solo dalle prime parole del testo che hai scritto (quindi attenzione alle intro!) ma è sempre meglio inserirla a manina.

Non sai dove metterla? Se hai Wordpress **basterà scaricare plug-in come Yoast SEO** et voilà.

Come deve essere scritta una metadescription? Breve al massimo 3 righe altrimenti la taglierà Google, dovrà contenere la keyword principale e correlate (rieccole) e una call to action che invogli a cliccare il tuo lettore.

SEO copywriter freelance Milano

Se non sai come eseguire **l'ottimizzazione della tua home page**, se hai bisogno del piano editoriale per il tuo blog io ti posso aiutare e puoi dire ciao alla **SEO fai da te** e allo studio di qualsiasi guida di settore. Dedica il tempo al tuo business e ai post blog e al posizionamento del sito ci penserò io.

[Richiedi un preventivo espresso ora.](#)