

Di che cosa si occupa un consulente SEO?

Pubblicato: Martedì 2 Gennaio 2018



Possedere e gestire un'attività sul Web non è semplice, soprattutto in questi ultimi anni in cui il Web è cresciuto e si è arricchito, diventando un fedele compagno nella vita di tutti i giorni. La concorrenza è sempre più alta e più forte, quindi non è sufficiente saper offrire buoni prodotti e buoni contenuti al fine di ottenere successi e guadagni.

Accanto ad un ottimo biglietto da visita, offerto dalla grafica e dai contenuti del vostro sito o e-commerce, è fortemente necessario un lavoro di ottimizzazione sui motori di ricerca. Entrano in gioco qui la SEO e i **consulenti SEO**.

SEO?

SEO è l'acronimo di Search Engine Optimization, ovvero di Ottimizzazione per i motori di ricerca. Racchiude una lunga serie di operazioni finalizzate ad aumentare le visite su un determinato sito web, partendo appunto dai motori di ricerca (come Google, ad esempio).

Si tratta di un'attività che rientra in un mondo molto più vasto, il quale comprende altre strategie e operazioni legate al Web Marketing in senso più generale.

L'ottimizzazione riguarda il codice sorgente e i contenuti delle pagine del sito in questione, con il chiaro scopo di rendere quest'ultimo sempre più adatto ai mutevoli canoni della ricerca, al fine di fargli guadagnare posizioni sul motore di ricerca stesso.

È noto a tutti il fatto che, una volta cercato un prodotto o un'informazione su Google, le pagine che vengono aperte dagli utenti sono solitamente le prime. Quindi non è difficile comprendere l'importanza di un buon posizionamento. I primi posti sul motore di ricerca garantiscono senza dubbio un esponenziale aumento delle visite (e magari anche dei guadagni).

Ecco perché la SEO è da considerare una delle più care amiche del vostro sito Web.

Come lavora?

Il **consulente SEO** deve essere curioso, creativo, determinato e sempre pronto ad aggiornarsi e a studiare le evoluzioni e le novità che la sua disciplina offre continuamente.

Il suo lavoro è tradizionalmente diviso tra operazioni **on-page** e operazioni off-page. L'on-page riguarda l'analisi e l'ottimizzazione dell'architettura e dei contenuti interni al sito su cui opera.

Si tratta di analizzare:

- Le keywords (o parole chiave)
- Gli intenti di ricerca collegati alle parole chiave in questione
- I link interni al sito
- I contenuti delle pagine
- Il volume di traffico della nicchia di mercato di riferimento, per comprendere così a quale pubblico è bene rivolgersi
- Le performance del sito e del server

L'**off-page** riguarda invece un insieme di operazioni e di tecniche volte al posizionamento sui motori di ricerca:

- Analizzare le SERP per cercare di capire quali siano i più importanti competitors
- Link earning: generare nuovi contenuti per portare al sito un traffico targetizzato
- Link building: ottenere dei link esterni che possano portare alle pagine che devono essere posizionate
- Utilizzare i canali social per portare un maggiore traffico
- Controllare la concorrenza per poter lavorare meglio sulle keywords

Al giorno d'oggi, tutte le sue competenze non devono però solo limitarsi a questo. Le abilità di un professionista SEO stanno anche nel suo interfacciarsi con altri esperti e altre figure professionali appartenenti al mondo del Web Marketing. Solo così sarà possibile sfruttare ogni mezzo e ogni strumento che il mercato stesso offre ad un'attività di questo tipo. Proprio per questo motivo, sono sempre più numerose le agenzie SEO che comprendono al loro interno diversi professionisti pronti a collaborare su diversi progetti, procedendo sempre in ottica SEO.

Scegliere il proprio consulente

Buona volontà ed esperienza sono in questo caso le parole chiave, unite a puntualità, professionalità e attenzione ai dettagli. A prescindere dal tipo di progetto portato avanti, queste caratteristiche non possono mancare.

Si può scegliere di affidarsi a liberi professionisti o ad agenzie specializzate. I costi saranno diversi, così come varieranno i tempi e i servizi offerti. Tutto dipende ovviamente dal progetto che si intende sviluppare.

Non è possibile quantificare il costo di una consulenza SEO senza aver effettuato un'analisi preliminare. Il costo in questione non si tratta infatti di un valore fisso, ma varia a seconda di diversi fattori. Fra questi, anche l'ampiezza del pubblico al quale si desidera arrivare, il numero di lingue in cui è tradotto un sito web, il tipo di mercato in cui operare e l'esperienza del consulente stesso.

Allo stesso tempo, non è semplice individuare le tempistiche precise: ogni campagna è diversa dalle altre. Si tratta in ogni caso di un processo lungo e duraturo, fatto di molte prove e che necessita di adattarsi alle continue modifiche interne al mondo del Web. Per questo i risultati non sono visibili immediatamente, ma solo dopo un certo periodo, il quale varia a seconda del tipo di progetto.

Non è da sottovalutare l'importanza del dialogo con il cliente. Ogni cliente ha infatti esigenze specifiche e i servizi offerti dal consulente SEO devono essere su misura per lui, anche in vista del tipo di utenti che accederanno al sito.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it