

STRATEGIA SEO &
VALUTAZIONI

AGN ENERGIA



TABLE OF CONTENTS

- Piano SEO a breve & lungo termine
- Lista Keywords da poter utilizzare
- Indicazioni sui contenuti
- Modifiche per la SEO On-Page
- Conclusioni



STATEMENT

PREMETTO CHE LA SEO, IN GENERALE, SI COLLOCA COME UN AZIONE A LUNGO TERMINE.

Dopo un analisi accurata del sito (Web Audit), una ricerca approfondita sui competitors ed un analisi SEO on & Off-page, nei prossimi fogli si potrà vedere cosa si può migliorare e cosa si può implementare all'interno della strategia. Per portare a termine questo lavoro mi sono affidato a SEO Power Suite. Nello specifico ho utilizzato (Web Audit, Rank Tracker, SEO Spyglass), a answer the public e in fine alla chatbot GPT:

PIANO SEO A LUNGO TERMINE (1 - 9 MESI)

- Utilizzo di Pinterest Marketing come motore di ricerca aggiuntivo (creazione boards, 4/5 posting alla settimana) per creare e con l´idea di aumentare traffico organico. Non solo, di poter anche aumentare la CR (conversion rate organica)
- Piano redazionale da zero piu´ incentrato sul target audience utilizzando Facebook & Instagram + Google my Business + Pinterest. L´intento e´ di costruire una community solida e a lungo termine)
- Stesura di un Content Marketing strategy incentrato sul search intent (Brand visibility, engagements & SEO) questi ultimi includono: CTR, impression, organic visibility, Domain authority, TTR, Page authority).

PIANO SEO A LUNGO TERMINE (1 - 12 MESI)

- Netto miglioramento delle "product Pages" (offerte per case, condomini e aziende), prestando una particolare attenzione sulla Customer Journey. Quindi creazione di Personas per poi andare a lavorare sul customer Journey e i vari touch points.
- Applicare diverse strategie della Lead Generation non solo Contact forms: E-books, Guide, Videos, downloads etc etc.
- Aggiornamento di vecchi contenuti con Keywords nuove, una lettura dettagliata della SERP, modifica URL´s e struttura articoli con i vari H tags. (Searches, competitions, KEI - keywords effectiveness index).
- Migliorare la strategia internal & external links attuale

PIANO SEO A BREVE TERMINE (1 - 6 MESI)

- Ricerca Keywords per intenti: Navigational, commercial, transactional, informational. personalmente punterei alle keywords con poca competizione (Low volume) e sulle Long tail keywords per contenuti e FAQ.
- Restyling dei Titoli e accorciarli con aggiunta ulteriore dei H2, H3, H4 che in alcuni casi non sono presenti, con aggiunta Keywords nuove. (contenuti e H tags). Questo porterà un aumento del D.A e P.A e un netto miglioramento del crawling delle pagine.
- Aggiornamento delle Meta descriptions: ridurle di caratteri per aumentare la CTR. Sono normalmente lunghe 160 caratteri, ce ne sono molte che superano addirittura i 400 caratteri.

PIANO SEO A BREVE TERMINE (1 - 6 MESI)

- Apportare modifiche sui broken links
- Inserire le Keywords negli URL`s dinamici: cé la presenza di molteplici URL`s dinamici inclusivi di caratteri, quest`ultimi non sono User Freindly.
- Migliorare gli anchor texts
- Ridurre il peso delle pagine: Siamo al momento fra i 3.2 MB e i 4.9 MB che comportano un loading speed maggiore. Normalmente si rimane sui 3 MB.
- Accorciare gli URL`s per determinare una buona UX e per essere leggibili da parte dei Search Engine.

INDICAZIONI SUI CONTENUTI

I contenuti del blog sono, a mio punto di vista, più scolastici che orientati sul marketing, quindi a convertire. C'è una struttura precaria degli articoli: mancano gli H titles, lo stile degli stessi non è abbastanza coinvolgente e puntano a risolvere il problema degli utenti. Manca un ton of voice che spicca e non si capisce se la user intent è al centro della strategia. Propongo una ridefinizione degli Objectives e pianificherei i KPI basati su Organic session, Bounce rate, CTR & leggibilità. Inoltre, ridefinirei il target audience che in molti contenuti perde il focus. In conclusione applicherei la strategia del "Topic cluster".

INDICAZIONI SUI CONTENUTI

Per quanto riguarda invece i contenuti delle "Product pages", le offerte di casa, condomini e aziende, noto uno scarso engagement fra users e contenuto. Ridefinirei gli obiettivi di lead generation, aggiungerei una super hero section, inserirei i client feedback (ho notato però che non sono bellissimi al momento) e elencherei alcuni motivi forti che spingono il cliente ad affidarsi all'azienda, al loro servizio.

MODIFICHE DA APPORTARE ALLA SEO ONSITE

- Internal Linking
- Ottimizzazione Keywords
- Rendere gli URL´s piu´ corti
- Migliorare le fotografie (alt text e descrizioni e format)
- Titoli e Meta descriptions
- Duplicate contents
- Ridefinire la Conversion e i Goals

CONCLUSIONI

ce ´ moltissimo margine di miglioramento per la presenza Online dell ´azienda utilizzando diverse strategia di Lead generation. Soprattutto, un netto margine di miglioramento nel costruire una Brand reputation in linea con gli objectives & i goals sia dell ´azienda ma nche con un occhio ben puntato sul Target Audience e l ´ambiente.

Non avendo avuto accesso ai dati di Analytics , Search Console e Tag Manager non ho potuto sviluppare una strategia dettagliata ai fini di migliorare la presenza del marchio sui motori di ricerca.