

1- Analisi preliminare

Analisi atta ad informare lo strategist sulle potenzialità generiche della SEO in relazione ad una specifica attività commerciale/produttiva.

2- SEO Audit

Analisi strutturale della piattaforma informatica (website) atta a rilevare errori che potrebbero generare una forte penalizzazione da parte del motore di ricerca. Questa analisi sarà un'indispensabile strumento commerciale sulla base del quale poter discorrere con il cliente in quanto i dati risultanti fanno riferimento alla sua specifica e personale situazione.

In caso, come altamente probabile, vengano rilevati errori strutturali lato SEO si consiglia di procedere con uno screening SEO a supporto dell'incontro commerciale.

3- Screening SEO

Strumento commerciale atto a rilevare empiricamente e dettagliatamente la situazione problematica (in relazione alle penalizzazioni del motore di ricerca), emersa durante il SEO Audit. Lo screening, sintetizzabile in un plico di 5/10 fogli, dovrà indicare numericamente gli errori e gli avvisi che i web tool riportano. Si consiglia di mantenere gratuita tale attività in quanto necessaria nella fase formativa ed informativa durante la sezione di briefing.

4- Analisi SEO

Analisi di mercato altamente specifica con l'obiettivo di definire le Keyword Target emerse superficialmente durante l'Analisi preliminare. Tale analisi rileva inoltre i punti di forza e di debolezza dei competitor dell'azienda committente.

5- SEO UT

Attività a pagamento atta a eliminare completamente eventuali penalizzazioni da parte del motore di ricerca. Questa attività ha una bassa periodicità e non prevede un percorso strategico relativo alle keyword target.

N.B.: fare riferimento alla slide SEO UT per definire quali punti devono essere necessariamente controllati e corretti.

6- SEO periodico

Attività di copywriting atta a produrre contenuti di qualità in grado di posizionare predefinite pagine del website con parole chiave target stabilite in fase strategica di Analisi SEO.

N.B.: per la tecnica di scrittura SEO fare riferimento alla slide (verde) con infografica sintetica.

N.B.: gli strumenti di reportistica periodici da utilizzare al fine di monitorare costantemente l'andamento del lavoro sono SeoZoom (o simile) e SearchConsole di Google.