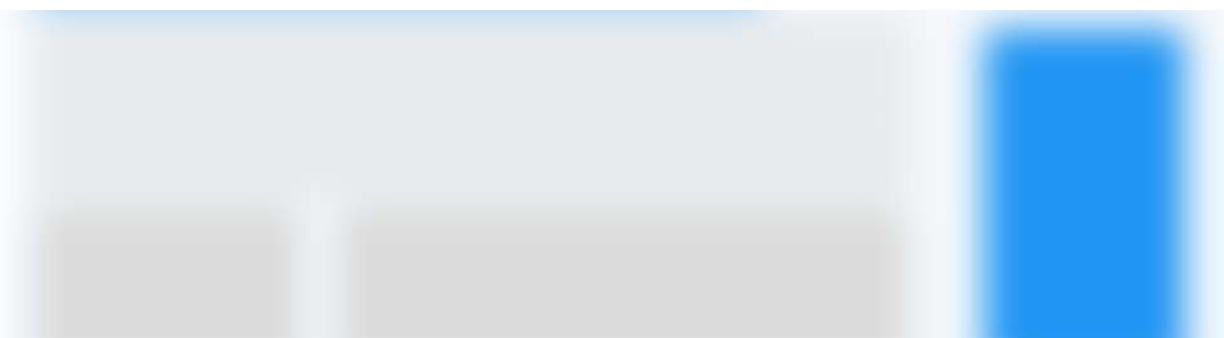
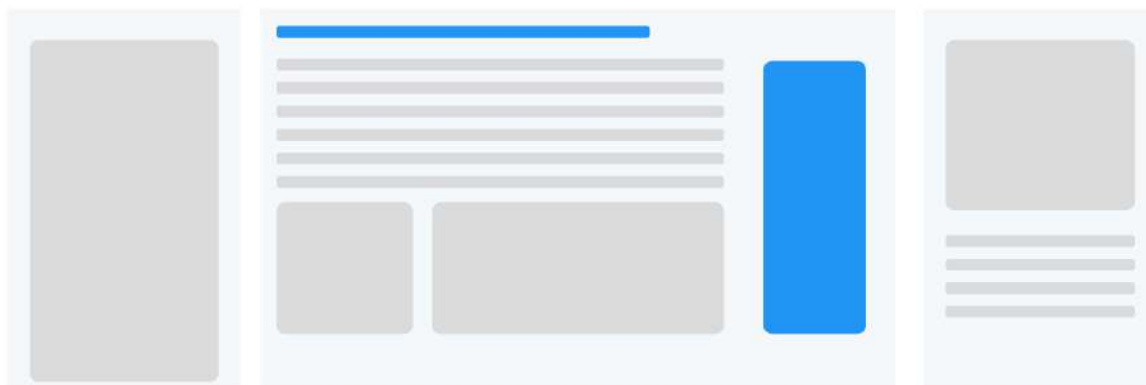
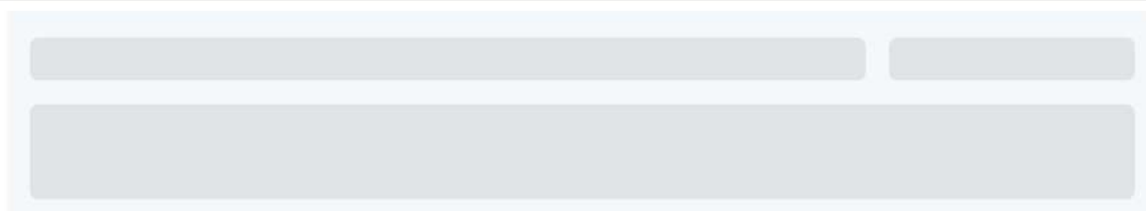
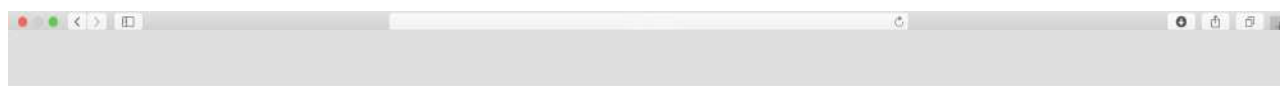
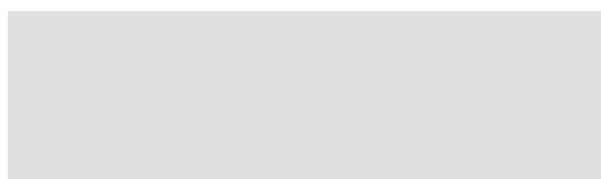


SEO REPORT

Analisi pagina web



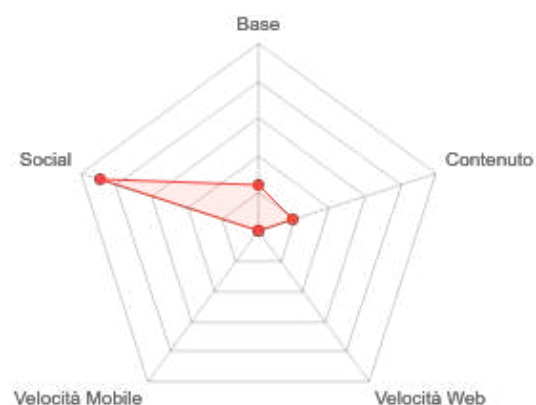
PUNTEGGIO SEO DELLA PAGINA



44.0/100

ESAMI:

- ✓ 10 Ottimizzati
- ⚠ 2 Da migliorare
- ✗ 11 Rivedere



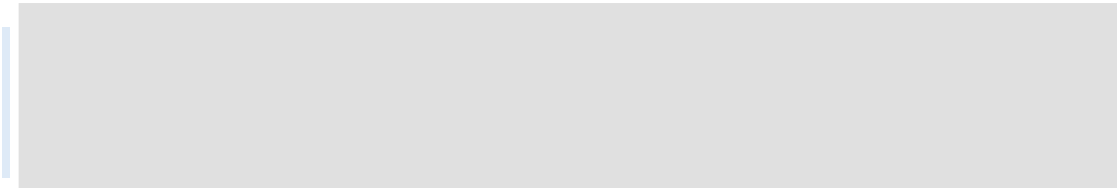
CATEGORIA	PUNTEGGIO	✗	⚠	✓
Base	24.2	6	2	4
Contenuto	18.9	4	0	3
Social	88.9	1	0	3

BASE

GOOGLE SNIPPET

63/100

 Fai attenzione! Devi ancora ottimizzare questo snippet



COME FUNZIONA

Uno snippet è un breve riassunto del contenuto di una pagina web che appare nella SERP (Search Engine Results Page).

Per lo più consiste in un titolo, una descrizione, un URL, e altri metadati.

Questi elementi sono generati in base al termine di ricerca e presentati come parte di un elenco.

A seconda della disposizione del motore di ricerca, uno snippet potrebbe diventare un rich snippet o featured snippet.

Perché ottimizzarlo?

Uno snippet ottimizzato può avere un impatto positivo sul tuo CTR (Click Through Rate). Gli snippet sono cruciali perché possono fare la differenza tra il fatto che un utente clicchi sul tuo sito o passi a un altro. Un snippet più accattivante, con informazioni rilevanti e parole chiave pertinenti, spinge l'utente a cliccare.

COME OTTIMIZZARLO

Per migliorare il punteggio di questo snippet devi ottimizzare la `<title>` tag, meta description, e URL.

TITLE

30/100

 Questo titolo non è ottimizzato. Sistemalo!



COME FUNZIONA

Questo esame verifica l'esistenza del tag title in questa pagina web, analizza la sua lunghezza facendoti sapere se è troppo lungo (oltre 70 caratteri) o troppo corto (sotto i 55 caratteri) e controlla se il tag H1 e il tag title sono simili.

Perché ottimizzarlo?

Uno snippet più accattivante, con informazioni rilevanti e parole chiave pertinenti, spingono il ricercatore a cliccare, aumentando il tuo CTR (Click Through Rate).

COME OTTIMIZZARLO

Il titolo `<title>` sembra troppo lungo, dovrebbe essere tra 55 e 66 caratteri.
Manca il tag `<h1>` nella tua pagina.

Inseriscilo e assicurati che i due tag abbiano un contenuto testuale simile.

Best practice

- Tieni i tuoi titoli sotto i 70 caratteri
- Quando possibile, usa numeri (per esempio usa "8" invece di "otto")
- Usa parole chiave senza esagerare
- Usa titoli diversi per pagine diverse
- Scrivi pensando ai tuoi clienti
- Usa parole chiave come ultima, migliore, nuovo, provato, come, perché
- Quando possibile, usa il nome del tuo brand

COERENZA DEL TITOLO

50/100

 Alcune keyword del titolo non sono incluse nel testo della pagina



COME FUNZIONA

Questo esame verifica se i contenuti del tag title della pagina sono coerenti con quelli del testo del corpo.

⚠ COME OTTIMIZZARLO

Abbiamo identificato 4 parole chiave non ottimizzate :

La parola chiave `eccellenza` non è sufficientemente presente nella pagina.

La parola chiave `impresa` non è sufficientemente presente nella pagina.

Rendi il testo di questa pagina più specifico, trattando argomenti e usando le stesse parole chiave utilizzate all'interno del `<title>`.

META DESCRIPTION

60/100

⚠ Puoi fare di meglio! Ottimizza la tua Meta Description



i COME FUNZIONA

Il tag meta description è un elemento che fornisce un riassunto di una pagina contenuto nella sezione `<head>` del tuo documento HTML. Potrebbe apparire sotto il titolo del tuo sito web, nella pagina dei risultati dei motori di ricerca, e ha il compito di incuriosire gli utenti a visitare una determinata risorsa web.

Questo esame verifica l'esistenza della meta description in questa pagina web, analizza la sua lunghezza facendoti sapere se è troppo lunga (oltre 160 caratteri) o troppo corta (sotto i 50 caratteri).

Perché ottimizzarla?

Una descrizione accattivante può aumentare il CTR (Click Through Rate).

In altri termini, ci saranno più persone che vedranno la vostra pagina nei risultati di ricerca, cliccheranno e arriveranno sul vostro sito.

⚠ COME OTTIMIZZARLO

La meta description di questa pagina è troppo lunga. Riducila! Dovrebbe contenere tra i 50 e i 160 caratteri

Best practice

- Tieni la tua meta description sotto i 160 caratteri

- Cattura l'occhio dell'utente usando le parole chiave principali
- Usa una descrizione diversa per pagine diverse
- Scrivi pensando ai tuoi clienti
- Rendi vivida l'azione da compiere usando parole come scopri, scaricare, provare
- Sii coerente con il contenuto della pagina

FAVICON

0/100

 Non hai inserito la Favicon. Segui i nostri consigli e risolvi il problema!

COME FUNZIONA

Una favicon (abbreviazione di "icona preferita") è un'icona (immagine o logo) associata ad un particolare sito o pagina web.

Una favicon è tipicamente un grafico di 16x16 pixel quadrati, ed è salvata come favicon.ico nella directory principale del tuo server.

Perché ottimizzarla?

I browser le usano nella barra degli URL, nelle schede, e altrove per aiutare ad identificare visivamente un sito web. Le favicon sono anche usate come icone di applicazioni su dispositivi mobili

COME OTTIMIZZARLO

Hai bisogno di inserire una favicon sul tuo sito web.

Per farlo ti basterà aprire il file HTML. Poi usa il seguente codice per inserire la favicon nella sezione `<head>`.

Esempio

SEO FRIENDLY URL

100/100

 Questo URL è SEO Friendly. Ben fatto!

COME FUNZIONA

L'URL (Unique Resource Locator) è l'indirizzo di casa del tuo sito. È quello che digitiamo sulla barra degli indirizzi del nostro browser quando vogliamo accedere a un sito web.

Per rendere l'URL SEO Friendly e più facile da digitare per gli utenti, è giusto rimuovere o sostituire i caratteri speciali. Per esempio, i caratteri accentati sono di solito sostituiti da caratteri accentati sono di solito sostituiti da lettere dell'alfabeto inglese; i segni di punteggiatura sono generalmente rimossi; e gli spazi (che devono essere codificati come %20 o +) sono sostituiti da trattini (-) che sono più gradevoli esteticamente.

Perché ottimizzarlo?

Un URL SEO corretto aiuta il crawler a capire cosa l'utente può trovare su quella pagina. In questo modo, Google o qualsiasi altro motore di ricerca può rendere la pagina disponibile per la giusta query.

MICRODATA

0/100

 **Attenzione!** In questa pagina i microdata non sono stati impostati

COME FUNZIONA

Schema.org (spesso chiamato schema) è un vocabolario semantico di tag (o microdati) che puoi aggiungere al tuo codice HTML per migliorare il modo in cui i motori di ricerca leggono e rappresentano la tua pagina nelle SERP.

Schema.org è il risultato della collaborazione tra Google, Bing, Yandex e Yahoo! per aiutarti a fornire le informazioni di cui i loro motori di ricerca hanno bisogno per capire il tuo contenuto e fornire i migliori risultati possibili in uno specifico momento.

COME OTTIMIZZARLO

L'aggiunta del markup schema al tuo HTML migliora il modo in cui la tua pagina viene visualizzata nelle pagine dei risultati, migliorando i rich snippet che vengono visualizzati sotto il titolo della pagina.

TAG DEPRECATI

0/100

⚠ Ci sono molti tag HTML deprecati in questa pagina. Aggiornali!

Abbiamo trovato 5 tag deprecati

📘 COME FUNZIONA

I tag HTML deprecati sono elementi di codice obsoleti che sono permessi, ma non raccomandati e vengono sostituiti da altri più nuovi.

Perché ottimizzarli?

Stare al passo con i nuovi tag è fondamentale per ogni sviluppatore web.

Assicurarsi che il proprio codice segua le raccomandazioni attuali evitando gli elementi legacy è una best practice essenziale.

Non solo assicura che il proprio sito continui a funzionare a lungo termine, ma che si adatti al web del futuro

⚠ COME OTTIMIZZARLO

Abbiamo identificato 5 tag deprecati:

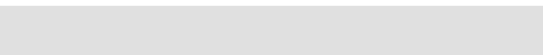
Abbiamo trovato 5 tag `` dovresti sostituire

SITEMAP

100/100

✅ Buon lavoro! Hai impostato correttamente la sitemap

Questo è l'elenco di sitemap trovate:

Sitemap: 

📘 COME FUNZIONA

Un XML Sitemap è un file specifico dove è possibile elencare tutte le pagine di un sito web. In altre parole, esso ti permette di illustrare ordinatamente tutti gli URL di un sito. Consente inoltre al

crawler di Google di controllare in modo semplice un sito web, per scansionarlo e indicizzare i tuoi contenuti. La Sitemap è contenuta nel Robots.txt.

Perché ottimizzarla?

Avere una Sitemap XML aiuta Google (e gli altri motori di ricerca) a capire come è strutturato un sito, permettendogli di ridurre il tempo necessario per indicizzare i suoi contenuti (chiamato crawl budget).

ROBOTS.TXT

100/100

✓ Il file robots.txt è presente in questo sito

Contenuto del tuo Robots.txt

User-agent: *

Disallow: /admin

Disallow: /captcha

Disallow: /menu

Disallow: /imemail

Sitemap:

i COME FUNZIONA

Il ruolo del Robots.txt è quello di dire al crawler quali pagine può scansionare e quali no dal tuo sito. Attenzione, lo spider può ancora vederle. Semplicemente non le scansiona. Se vuoi nascondere una pagina, dovresti affidarti alle istruzioni noindex, come specificato dalla Guida alla Search Console di Google.

Perché ottimizzarlo?

Ottimizzarlo può rendere la scansione più veloce e fluida, salvando il tuo server da troppe richieste del crawler.

Puoi escludere dalla scansione pagine duplicate o non essenziali che possono danneggiare il tuo posizionamento.

HTTPS

0/100

 Il protocollo HTTPS di questa pagina non è ottimizzato

COME FUNZIONA

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) è un protocollo di comunicazione Internet che protegge l'integrità e la riservatezza dei dati tra il computer dell'utente e il sito.

Perché ottimizzarlo?

Gli utenti si aspettano un'esperienza online sicura e privata quando utilizzano un sito web.

Inoltre, i motori di ricerca, come Google, incoraggiano l'adozione di HTTPS al fine di proteggere la connessione degli utenti a un sito web, indipendentemente dal contenuto del sito.

COME OTTIMIZZARLO

Ti consigliamo di adottare HTTPS per proteggere la connessione dei tuoi utenti al tuo sito web, indipendentemente dal suo contenuto.

Ti consigliamo di migrare il tuo sito da HTTP a HTTPS.

Per farlo devi:

- Comprare/Abilitare/Installare il certificato SSL dalla tua compagnia di hosting
- Controllare che ogni link del sito (interno) sia passato a HTTPS usando SEO Spider
- Impostare 301 redirect in modo che i motori di ricerca siano avvisati

IFRAME

100/100

 Nessun iframe trovato in questa pagina. Continua così!

COME FUNZIONA

Un iFrame è un componente di un elemento HTML che ti permette di incorporare documenti, video e media interattivi all'interno di una pagina. In questo modo, puoi visualizzare una pagina web secondaria sulla tua pagina principale.

Perché ottimizzarlo?

Non dovresti usare troppi iFrame. Possono rallentare la tua pagina e rappresentare un rischio per la sicurezza, specialmente se usi contenuti da un sito web sospetto.

CONTENUTO

H1**0**/100

 **Attenzione! Devi ottimizzare questo H1**

COME FUNZIONA

L'H1 è un tag HTML che sta per "Heading". Rappresenta l'argomento principale di una pagina. Esistono sei diversi tag di intestazione; H1, H2, e così via, così ogni pagina può avere più intestazioni. L'H1 è considerato il tag di intestazione principale, e l'H6 è il meno importante.

Perché ottimizzarlo?

Le intestazioni, e in particolare l'H1, sono fondamentale per comunicare efficacemente gli argomenti trattati nella pagina, ai tuoi utenti e ai motori di ricerca.

Gli danno un buon valore, quindi presta molta attenzione per assicurarti che sia efficace e coerente con la parola chiave target che hai scelto per ottimizzare il tuo testo.

COME OTTIMIZZARLO

In questa pagina è assente il tag `<h1>`. Aggiungilo, seguendo i nostri consigli.

Esempio

Best practice

- Usa solo 1 H1 per ogni pagina
- Includi la parola chiave principale e secondaria
- Mantienilo coerente con il testo
- Rendilo attraente, chiaro e conciso (non superare i 70 caratteri)

COERENZA H1**0**/100

 **Nessuna parola chiave dell'H1 è inclusa nel testo della pagina**

COME FUNZIONA

Il testo della pagina deve essere coerente con l'H1, per aiutare i motori di ricerca a mostrare questa risorsa per la giusta query.

⚠ COME OTTIMIZZARLO

Prima di lavorare su questo esame devi inserire il tag `<h1>`
Devi usare più parole chiave nel contenuto di questa pagina per assicurarti che esso risulti più coerente con il tag `<title>`.

H2**0**/100

⚠ **Attenzione! Ottimizza ora i tag H2 di questa pagina**

📘 COME FUNZIONA

L'H2 è un tag HTML che coincide con i titoli dei paragrafi di una pagina. Sono solamente pin di 1 per pagina e forniscono indicazioni sugli argomenti trattati. Esistono sei diversi tag di intestazione; H1, H2, e così via, quindi ogni pagina può avere più intestazioni; L'H2 è uno dei più importanti.

Perché ottimizzarlo?

È importante usare correttamente i tag di intestazione per comunicare efficacemente gli argomenti trattati nella pagina ai tuoi utenti e ai motori di ricerca.

⚠ COME OTTIMIZZARLO

In questa pagina è assente il tag `<h2>`. Aggiungilo, seguendo i nostri consigli.

Esempio

Best practices

- Includi la parola chiave di destinazione
- Mantieni coerenti i tuoi tag di intestazione
- Rendili attraenti, chiari e concisi

LOW WORD COUNT**100**/100

✅ **Ottimo lavoro! Il numero di parole in questa pagina è ottimale.**

Ci sono 3765/400 parole all'interno della pagina.

COME FUNZIONA

Questo esame considera una pagina a basso numero di parole se contiene meno di 400 parole.

Perché ottimizzarla?

Per i motori di ricerca, le pagine con un basso numero di parole non sono in grado di trattare un argomento in modo completo.

SLUG SEO VALIDO

100/100

 State analizzando l'URL principale! Tutto sembra ok

/

COME FUNZIONA

Questo esame verifica che la parola chiave principale nello Slug del tuo URL sia ben ottimizzata

Uno slug è la parte finale di un URL che identifica una pagina usando parole chiave.

Per rendere l'URL più facile da digitare per gli utenti, spesso vengono rimossi o sostituiti anche i caratteri speciali. Per esempio, i caratteri accentati sono di solito sostituiti da lettere dell'alfabeto inglese; i segni di punteggiatura sono generalmente rimossi; e gli spazi (che devono essere codificati come %20 o +) sono sostituiti da trattini (-) che sono più gradevoli esteticamente.

RAPPORTO TESTO/HTML

100/100

 Il rapporto Testo/HTML della pagina sembra eccellente!

Il rapporto Testo/HTML della pagina analizzata è 11.47%

Dimensione Testo

Dimensione HTML

16.03 KB

139.7 KB

COME FUNZIONA

La maggior parte delle pagine web sono scritte in codice HTML, utile per visualizzare il contenuto del testo sullo schermo. Questo esame (noto anche come Rapporto Testo/HTML) è usato per misurare la quantità di contenuto testuale sulla pagina web in confronto alla quantità di codice HTML richiesto per visualizzarlo.

Perché ottimizzarlo?

Google potrebbe non usare il rapporto Testo/HTML come un segnale di posizionamento, ma il rapporto può aiutare ad identificare se la pagina web ha troppo codice HTML. Troppo codice può rallentare il sito web soprattutto per gli utenti mobili.

TITLE SUL TAG <A>

3/100

 Alcuni tag `<a>` di questa pagina non contengono l'attributo title. Correggili!

Ci sono 111/114 tag `<a>` senza l'attributo title.

COME FUNZIONA

L'attributo title specifica informazioni extra su un elemento.

L'informazione è spesso mostrata come un testo tooltip quando il mouse si muove sopra un determinato testo.

L'attributo title può essere usato su qualsiasi elemento HTML.

Perché ottimizzarlo?

Suggeriamo di ottimizzare il title attribute al fine di aiutare i tuoi lettori a capire in quale pagina stanno andando.

Inserirlo migliorerà l'esperienza utente del tuo sito web.

COME OTTIMIZZARLO

Abbiamo identificato 111 tag `<a>` senza l'attributo title.

Ti consigliamo di inserire un attributo title in questi tag.

SOCIAL

OPENGRAPH**100**/100

i COME FUNZIONA

Il protocollo Open Graph permette a qualsiasi pagina web di essere condivisa al meglio sui social. Per trasformare creare Ali Open Graph è necessario aggiungere metadati di base alla tua pagina. Le quattro proprietà richieste per ogni pagina sono:

`og:title` - Il titolo del tuo oggetto come dovrebbe apparire all'interno del grafico, ad esempio, "The Rock".

`og:type` - Il tipo del tuo oggetto, ad esempio, "video.movie". A seconda del tipo specificato, possono essere richieste anche altre proprietà.

`og:image` - Un URL dell'immagine che dovrebbe rappresentare il tuo oggetto all'interno del grafico.

`og:url` - L'URL canonico del tuo oggetto che sarà usato come suo ID permanente nel grafico, ad es, "http://www.imdb.com/title/tt0117500/".

Le seguenti proprietà sono opzionali per qualsiasi oggetto e sono generalmente raccomandate :

`og:audio` - Un URL ad un file audio per accompagnare questo oggetto.

`og:description` - Una descrizione di una o due frasi dell'oggetto.

`og:locale` - Il locale in cui sono marcati questi tag. Del formato lingua_TERRITORIO. Il valore predefinito è en_US.

`og:locale:alternate` - Un array di altri locali in cui questa pagina è disponibile.

`og:site_name` - Se il tuo oggetto è parte di un sito web più grande, il nome che dovrebbe essere visualizzato per l'intero sito, "IMDb".

`og:video` - Un URL ad un file video che completa questo oggetto.

TWITTER CARD

0/100



Immagine non specificata

Specifica un'immagine nell'attributo content del meta tag twitter:image

```
meta property="twitter:image"
```

Specifica un titolo nell'attributo content del meta tag twitter:title

```
meta property="twitter:title"
```

Specifica una descrizione nell'attributo content del meta tag twitter:description

```
meta property="twitter:descripton"
```

COME FUNZIONA

Con Twitter Cards, puoi allegare foto, video ed esperienze multimediali ai Tweet, aiutando a guidare il traffico verso il tuo sito web. Basta aggiungere poche righe di markup alla tua pagina web, e gli utenti che twittano link al tuo contenuto avranno una "Card" aggiunta al Tweet visibile ai loro follower.

I diversi tipi di Card hanno ciascuno una bella esperienza di consumo costruita per i client web e mobile di Twitter:

Summary Card : Titolo, descrizione e thumbnail.

Summary Card with Large Image : Simile alla Summary Card, ma con un'immagine in evidenza.

App Card : Una Card con un download diretto ad un'applicazione mobile.

Player Card : Una Card che può fornire video/audio/media.

Come aggiungerla?

Scegli un tipo di card da implementare.

Aggiungi i meta tag corretti alla pagina, per esempio:

```
meta name="twitter:card" content="summary"
```

```
meta name="twitter:site" content="@publisher_handle"
```

```
meta name="twitter:title" content="Titolo pagina"
```

```
meta name="twitter:description" content="Descrizione pagina meno di 200 caratteri"
```

```
meta name="twitter:creator" content="@author_handle"
```

```
meta name="twitter:image" content="http://www.example.com/image.jpg" ,
```

Le homepage dei siti web multinazionali e multilingue sono talvolta configurate per puntare i visitatori a pagine localizzate, sia tramite redirect che cambiando il contenuto per riflettere la

lingua dell'utente.

Il sito web example.com ha un contenuto che si rivolge agli utenti di tutto il mondo come segue:

<http://example.com/en-gb> : Per gli utenti di lingua inglese nel Regno Unito

<http://example.com/en-us> : Per gli utenti di lingua inglese negli USA

<http://example.com/en-au> : Per gli utenti di lingua inglese in Australia

<http://example.com/> : La homepage mostra agli utenti un selettore di paese ed è la pagina di default per gli utenti di tutto il mondo.

In questo caso, è possibile annotare questo cluster di pagine usando `rel-alternate-hreflang` usando sitemaps o usando tag HTML link come questo:

```
link rel="alternate" href="http://example.com/en-gb" hreflang="en-gb" /
link rel="alternate" href="http://example.com/en-us" hreflang="en-us" /
link rel="alternate" href="http://example.com/en-au" hreflang="en-au" /
link rel="alternate" href="http://example.com/" hreflang="x-default" /
```

Il valore dell'attributo `x-default hreflang` segnala agli algoritmi di Google che questa pagina non ha come target nessuna lingua o locale specifico ed è la pagina predefinita quando nessun'altra pagina è più adatta. La stessa annotazione si applica alle homepage che alterano dinamicamente il loro contenuto in base alla geolocalizzazione percepita dall'utente o alle intestazioni Accept-Language. Il valore `x-default hreflang` segnala agli algoritmi di Google che una tale pagina non ha come target una lingua o un locale specifico.

⚠️ COME OTTIMIZZARLO

Manca il tag `meta name="twitter:card"`.

Manca il tag `meta name="twitter:site"`.

Manca il tag `meta name="twitter:title"`.

Manca il tag `meta name="twitter:description"`.

SOCIAL PLUGIN

100/100

Plugin Facebook	Plugin Twitter	Plugin Google+	Altro plugin
true	false	false	false
Condivisioni su Facebook	Twitter retweet	Condividi su Google+	
false	false	false	

POPOLARITÀ SU FACEBOOK

100/100

Analisi delle interazione con Facebook dell'URL <http://www.██████████>

Condivisioni

438