



# Search Engine Optimization (SEO)

## up-grade | ottobre 2013

A cura di:  
dott. Fabio Pinello  
dott. Dario Valentino



La “Search Engine Optimization” (**SEO**) individua le attività da mettere in atto, per migliorare il *posizionamento* di un sito web in corrispondenza di determinate *parole chiave*, sulle pagine dei risultati restituite dai motori di ricerca (**SERP**).

L'obiettivo principale, dal punto di vista dei motori di ricerca e dei proprietari dei siti web, deve essere quello di fornire agli utenti contenuti interessanti di approfondimento su ciò che stanno cercando.

## Definizioni e obiettivi

Fra milioni di siti presenti sul web di potenziali competitor di un'azienda, una buona ottimizzazione **SEO** consente di:

- migliorare la struttura HTML delle pagine web per l'indicizzazione
- individuare le opportune parole chiave inerenti il proprio *core business*
- rendere rintracciabile il proprio sito web
- fornire agli utenti le giuste informazioni
- individuare e segmentare il proprio *target* di riferimento.

## Definizioni e obiettivi

I motori di ricerca, come **Google**, analizzano tramite dei piccoli software tutti i siti presenti sul web. Questo processo, chiamato indicizzazione, riconosce i contenuti e suddivide i siti per categoria, creando un grande database dal quale i motori di ricerca attingono ogni volta che un utente effettua una ricerca.

Il posizionamento è il passo successivo e riguarda i fattori che contribuiscono a ottenere l'ordine di apparizione dei siti web nei risultati di ricerca. Conoscere e studiare questi fattori è il compito di tutti coloro che si occupano di "*Ottimizzazione per i motori di ricerca*".

## Il funzionamento dei motori di ricerca

Nel corso degli anni i motori di ricerca hanno modificato i loro **algoritmi** puntando, di volta in volta, l'attenzione su aspetti diversi, per stabilire la posizione che deve occupare un sito nei risultati di ricerca.

Se inizialmente bastava andare in giro per il web e raccogliere link verso il proprio sito per aumentare il posizionamento, adesso questa pratica è diventata addirittura controproducente.

## Il funzionamento dei motori di ricerca

Gli algoritmi, quindi, negli ultimi tempi sono diventati sempre più complessi e hanno iniziato a valutare numerosi parametri anche molto diversi fra loro ma pur sempre complementari:

- Contenuti del sito
- *Link naturali*
- Importanza delle pagine
- Pratiche scorrette di ottimizzazione.

***Penguin*** e ***Colibrì***, gli ultimi due algoritmi creati dal motore di ricerca Google, sono solo due esempi di come si sono evoluti questi piccoli software.

Altri sicuramente saranno rilasciati nei prossimi mesi: sappiamo già che Google sta testando il modo di valutare l'autorevolezza degli autori che scrivono contenuti su internet, utilizzando sempre di più i dati che derivano da **Google Plus** (il social network di Google). Questo porterà a una sempre maggiore integrazione fra la *Seo* e gli altri strumenti di *Web Marketing* come il *Social Media Marketing*.

## Gli algoritmi Google

Il punto di partenza per un progetto di ottimizzazione SEO è la scelta delle **parole chiave** (keywords). Questa fase è la più importante in quanto coinvolge tutto il piano strategico di comunicazione dell'azienda.

La corretta individuazione delle parole chiave consente di:

- Individuare il proprio target di riferimento
- Comprendere i comportamenti del target
- Sistemare i linguaggi e i contenuti del sito.



Per la corretta individuazione delle **keywords** è possibile utilizzare due strumenti messi a disposizione da Google:

- Google Trends;
- Strumento di Pianificazione Keywords.

**Google Trends** è lo strumento che mostra l'andamento delle ricerche delle parole chiave effettuate dagli utenti nel motore di ricerca, in un dato periodo di tempo.

Oltre a mostrare l'interesse di ricerca, l'applicativo indica le *keywords* correlate a quella inserita e quelle che hanno un trend di crescita costante.

Ricerche correlate ?

Più cercati

seo google	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
seo web	65	<div style="width: 65%;"><div style="width: 65%;"></div></div>
wordpress	50	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>
seo wordpress	50	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>
marketing seo	40	<div style="width: 40%;"><div style="width: 40%;"></div></div>
seo sem	35	<div style="width: 35%;"><div style="width: 35%;"></div></div>
sem	35	<div style="width: 35%;"><div style="width: 35%;"></div></div>

Incorpora

In crescita

seo 2013	Impennata
seo yoast	+80%
adwords	+50%
corso seo	+50%
webmaster	+40%

Incorpora

Ricerche correlate keywords Seo

# Strumenti Seo

*Google Trends* consente di filtrare le statistiche in base alla località, selezionando il bacino di riferimento voluto: tutto il mondo, una specifica nazione o una determinata città.

È possibile inoltre selezionare le parole chiave in base alle categorie di interesse (che potrebbe essere la categoria della nostra attività o degli argomenti del nostro sito web).

## Strumenti Seo

The screenshot displays the Google Trends interface for the search term "seo" in Italy. The search bar at the top contains the text "Esplora i volumi di ricerca. Inserisci uno o più termini." and a search button. Below the search bar, the "Trend" section shows the search term "seo" with a sub-label "Termine di ricerca". The interface includes navigation options for "Italia", "Ultimi 12 mesi", "Tutte le categorie", and "Ricerca Google". A dropdown menu is open, listing "Categorie consigliate" (Internet e telecomunicazioni, Commercio e industria, Arti e intrattenimento) and "Tutte le categorie" (Acquisti, Alimenti e bevande, Animali e animali da compagnia, Arti e intrattenimento, Auto e veicoli). The main area features a line graph titled "Interesse nel tempo" showing search volume fluctuations. On the left, there are sections for "Ricerche più frequenti", "Classifiche Novità", "Esplora", "Confronta", "Termini di ricerca", "Località", and "Intervalli di tempo". At the bottom left, there is a link for "Ricerca per categoria".

# Strumenti Seo

Lo **Strumento di Pianificazione Keywords** è un *tool* specifico di *Adwords* (il sistema Google per la pubblicazione di annunci a pagamento). Per le sue caratteristiche però è possibile utilizzare questo strumento anche per reperire informazioni sulle parole chiave.

Infatti, inserendo una determinata keywords, il sistema fornisce la media delle ricerche mensili, oltre a stilare un elenco delle parole chiave correlate; fornendoci un'idea per la scelta delle nostre keywords. Anche qui è possibile filtrare la ricerca per località o per lingua.

Strumento di pianificazione delle parole chiave

Il tuo prodotto o servizio

seo

Aggiungi idee al tuo piano

Targeting <sup>?</sup>

Tutte le località

Italiano

Google

Parole chiave a corrispondenza inversa

Personalizza la ricerca <sup>?</sup>

**Filtri per le parole chiave**

Media delle ricerche mensili  $\geq 0$

Offerta consigliata  $\geq \text{€ } 0,00$

Quota impr. annuncio  $\geq 0\%$

**Opzioni per le parole chiave**

Mostra idee non strettamente correlate

Nascondi le parole chiave del mio account

Nascondi le parole chiave del mio piano

**Inclusione/esclusione**

Idee per gruppi di annunci

Termini di ricerca	Media delle ricerche mensili <sup>?</sup>	Concorrenza <sup>?</sup>	Offerta consigliata <sup>?</sup>	Quota impressioni annuncio <sup>?</sup>	Aggiungi al piano
seo	823.000	Media	€ 3,29	0%	»

1 - 1 di 1 parole chiave

Parola chiave (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili <sup>?</sup>	Concorrenza <sup>?</sup>	Offerta consigliata <sup>?</sup>	Quota impressioni annuncio <sup>?</sup>	Aggiungi al piano
joomla seo	3.600	Media	€ 2,08	0%	»
seo joomla	1.900	Bassa	€ 0,98	0%	»
seo sem	6.600	Media	€ 2,55	0%	»
guida seo	320	Bassa	€ 2,54	0%	»
seo marketing	8.100	Alta	€ 4,84	0%	»
strumenti seo	320	Bassa	€ 0,00	0%	»
seo agency	6.600	Alta	€ 11,97	0%	»

Lo Strumento di Pianificazione Keywords.

# Strumenti Seo

Una volta definite le parole chiave è necessario dedicarsi all'ottimizzazione vera e propria del sito web.

Oggi un buon progetto SEO deve essere integrato con tutte le altre attività previste dal piano di Marketing dell'azienda e, come abbiamo detto, con le altre tecniche per ottenere visibilità online. Per questo motivo è giusto fare riferimento a due diversi fattori:

- Fattori *on site*;
- Fattori *off site*.

## Fattori Seo



Anche se per chiarezza tratteremo distintamente questi due aspetti, è importante ricordare che essi fanno parte di un unico processo che concorre alla creazione della comunicazione d'impresa.

Con **fattori "on site"** intendiamo tutte quelle attività che vengono messe in atto direttamente sul sito web. Esse riguardano:

- [Usabilità](#) del sito web (velocità e tempo di caricamento delle pagine, struttura della navigazione del sito, presenza di pubblicità, etc.);
- Contenuti testuali;

## Fattori on-site

- Contenuti non testuali (immagini, video, elementi grafici, etc.);
- Meta-informazioni del sito (*title* e *description* delle pagine, attributo "*alt*" delle immagini);
- Struttura del dominio e delle URL;
- Site-map (elenco degli indirizzi delle pagine da inviare ai motori di ricerca);
- Presenza di link esterni al sito.

## Fattori on-site

I **fattori "off site"** fanno riferimento a tutte le attività che vengono intraprese sulla rete per cercare di relazionare il sito con le altre risorse presenti online in riferimento all'argomento trattato. Questi fattori sono:

- Produzione e diffusione di *comunicati stampa*;
- *Article marketing*;
- *Interviste*;
- Partecipazione attiva a forum e community di settore.

## Fattori off-site

Gli algoritmi di Google si sono evoluti negli ultimi tempi spostando la propria attenzione verso i contenuti dei siti Internet. La ragione principale è stata quella di fornire una migliore esperienza per l'utente in termini di usabilità e reperimento delle informazioni desiderate, migliorando così la sua modalità di navigazione.

Ecco perché quando si ottimizza un sito web, bisogna adottare un **approccio orientato al visitatore**, vale a dire, ottimizzare le pagine del proprio sito in funzione di chi le visiona, al contrario di quanti ottimizzano in base al comportamento degli spider dei motori di ricerca!

## L'importanza dei contenuti

In ragione di questo motivo assumono un ruolo fondamentale **i testi del sito web**.

Essi rappresentano l'argomento e i servizi offerti dal sito, dovranno quindi ruotare intorno alle *keywords* precedentemente definite per farsi trovare, essendo i termini utilizzati dagli utenti per cercare i siti affini al proprio settore di riferimento.

Per dare inoltre un elemento di originalità e freschezza, bisognerà integrare al sito web una strategia di creazione di un **blog**.

**I contenuti: cosa scrivere**

Alcuni suggerimenti per una strategia di contenuti orientata agli utenti:

- Creare uno stile di scrittura unico e riconoscibile, una “voce” che corrisponda all’identità aziendale;
- Scrivere correttamente dal punto di vista grammaticale, evitando gli errori e i refusi;
- Scrivere utilizzando un linguaggio naturale e il più diretto possibile, evitando in particolare l’eccessivo utilizzo delle parole chiave (*keyword stuffing*);
- Appassionare il lettore raccontando storie;

**I contenuti: cosa scrivere**

- Dare informazioni utili o risolvere un problema in modo da risultare una risorsa indispensabile;
- Evitare di scrivere testi “pubblicitari”;
- Utilizzare un linguaggio informale e ironico per coinvolgere maggiormente il lettore;
- Scrivere contenuti originali e non duplicati;
- Scrivere titoli efficaci che richiamino l’attenzione del lettore e stimolino la sua curiosità a leggere il resto del testo.

## I contenuti: cosa scrivere

Un sito, comunque, non è composto solo dal testo. Anche le **immagini**, i **video**, i documenti come i PDF, le infografiche, gli **ebook** o i **white paper** sono dei contenuti a tutti gli effetti.

È ampiamente dimostrato che questo genere di contenuti stimoli maggiormente l'interazione e il coinvolgimento dell'utente. Essi devono essere integrati perfettamente con lo stile e la grafica del sito, e devono essere ottimizzati inserendo i *metatag* opportuni per essere correttamente individuati dagli spider.

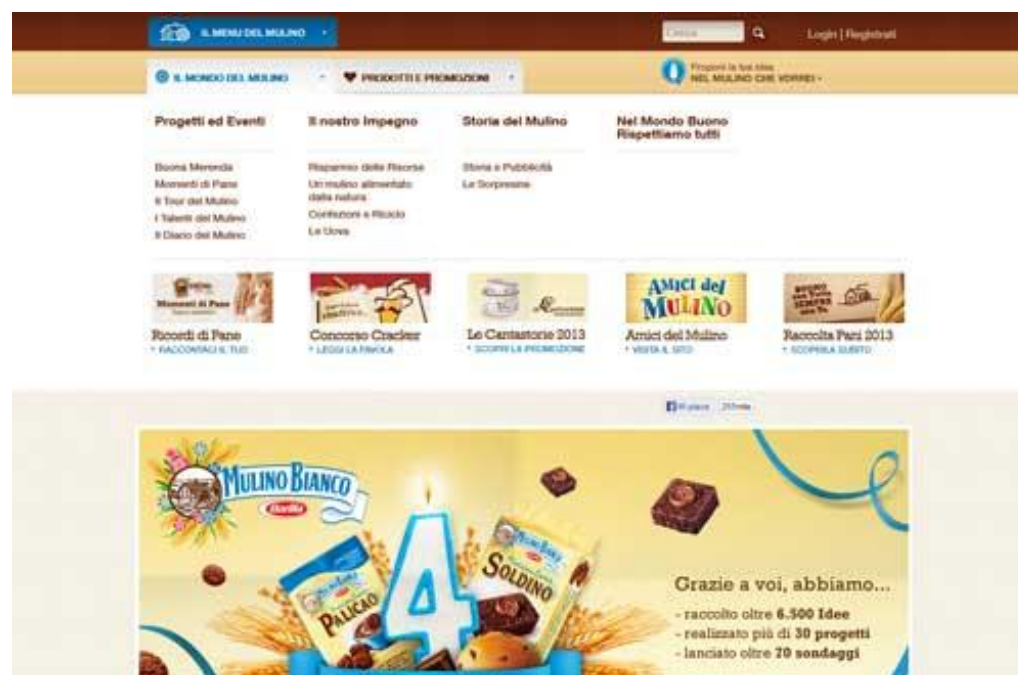
**I contenuti: non solo testo**





# Il sito di Mulino Bianco

Mulino Bianco, per esempio, ([www.mulinobianco.it](http://www.mulinobianco.it)) ha progettato un'ottima strategia dei contenuti, basata su elementi informativi, ludici e promozionali, oltre ad una grafica e ad una disposizione degli elementi pulita e accattivante.



## Il sito di Mulino Bianco

Inoltre, uno dei suoi blog, chiamato “Il diario del Mulino”, ha l’obiettivo di invitare i lettori a proporre le loro idee all’azienda e a votare o commentare quelle degli altri. Questo ha consentito all’azienda di:

- Conoscere i gusti dei propri clienti, attuali o potenziali, in modo forse di migliore di quanto avrebbe fatto una complessa e costosa ricerca di mercato;
- Raccogliere idee per nuovi prodotti direttamente dai consumatori, accrescendo le probabilità che riscontrino successo nel pubblico;
- Stimolare l’interazione e fidelizzare ulteriormente i clienti al *brand* (l’ultimo post ha ottenuto 205 commenti).

## Il blog di Mulino Bianco



Nel Mulino che Vorrei... **le tue risposte sono preziose.**  
 Scopri cos'è **Rispondi al Mulino!**

**PARTECIPA SUBITO**



Scopri  
IL PROGETTO
Proponi  
LA TUA IDEA
Vota  
LE IDEE DEGLI ALTRI
Guarda  
I PROGETTI REALIZZATI
Leggi  
IL BLOG
Rispondi  
AL MULINO

**Le idee da votare**

- **Prodotti**  
(4197 idee)
- **Promozioni**  
(1783 idee)
- **Confezioni**  
(742 idee)
- **Impegno sociale e Ambiente**  
(582 idee)
- **Altro**  
(4 idee)



**Esprimi i Tuoi Talenti!**



[mulinobianco.it](http://mulinobianco.it)

**Leggi il blog del Mulino**

Ci sono 128 post Pagina 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 >>

**21 Maggio 2013**

**Le nuove Millegrani**

Ciao RaffaellaCordelli,  
 sono Carlotta, lavoro nel marketing di Mulino Bianco e mi occupo di fette biscottate.  
 Innanzitutto, grazie per la tua proposta. La tua idea ci è piaciuta molto e posso dirti che presto troverai una sorpresa a scaffale: si tratta delle Fette Millegrani!



Proprio tu ci hai ispirato, con la tua idea, a realizzare queste nuove fette biscottate: nelle Millegrani c'è tutto il sapore rustico del farro e della farina integrale, arricchito dalle note delicate dello zucchero di canna, per una colazione naturalmente più ricca perfetta per gli sportivi, ma non solo.

Grazie ancora e continua a mandarci le tue proposte!  
 Carlotta

Diario dell'idea: [ARMONIE INTEGRALI AL MELE](#)

↓ Permalink

**295 commenti** [Aggiungi un commento](#)

RSS [blog del Mulino](#)

🗨️ [Archivio del Blog](#)

- Marzo 2009** ( 3 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Aprile 2009** ( 3 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Maggio 2009** ( 2 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Giugno 2009** ( 7 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Luglio 2009** ( 4 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Agosto 2009** ( 5 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Settembre 2009** ( 2 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Ottobre 2009** ( 3 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Novembre 2009** ( 2 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Dicembre 2009** ( 4 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Gennaio 2010** ( 1 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Febbraio 2010** ( 1 post )  
[+ Leggi tutto](#)
- Marzo 2010** ( 4 post )  
[+ Leggi tutto](#)

# Il blog di Mulino Bianco

Un sito web non è un luogo a sé stante, ma esiste anche in relazione agli altri luoghi virtuali.

Ecco perché non basta ottimizzare il proprio sito web e i contenuti in esso contenuti, ma bisogna pensare ad una strategia per generare contenuti al di fuori di esso. L'obiettivo principale sarà quello di generare visibilità e link spontanei in ingresso.

**Produrre contenuti off-site**

I contenuti maggiormente utilizzati per questo scopo sono l'invio di **Comunicati Stampa** e la realizzazione di **Article Marketing**.

Mentre i primi sono indirizzati a informare le testate online su nuovi prodotti, iniziative o eventi in modo da ottenere un articolo in merito; i secondi sono degli articoli redazionali pubblicati dalla stessa azienda in siti specializzati al fine di convogliare traffico al sito web.

**Produrre contenuti off-site**

Altre attività per ottenere visibilità e aumentare la propria *link popularity* sono: le **interviste** o i **guest post**.


Entrambe queste attività sono utili strumenti per guadagnarsi autorevolezza nei confronti del pubblico di *influencer* del proprio settore (generalmente un blogger o un sito specialistico).

Infine, **partecipare a community e a forum** è un'ottima occasione per interagire direttamente con i propri clienti attuali e con quelli potenziali, ascoltando cosa pensano dei prodotti e dei servizi dell'azienda e migliorare così la loro esperienza di utilizzo (lasciando tutti i riferimenti utili e i contatti al sito).

## Produrre contenuti off-site

GiorgioTave.it » Marketing » Archivi Adelia Piazza

**Adelia Piazza**



Siciliana. Laureata in Comunicazione d'Impresa, mi occupo di marketing per un'azienda di consulenza. Appassionata di giornalismo e di scrittura, sono un'attenta osservatrice del mondo e degli esseri umani, a tratti lunatica. Ritengo che al centro della creazione di valore ci siano le persone prima che i dati economici.

### Gli Articoli di Adelia Piazza

#### Co-opetition. Se il mondo cambia, il marketing cambia.

A nessuno sarà sfuggito che esistono in commercio automobili, smartphone, computer, elettrodomestici e molti altri beni dalle caratteristiche e dalle fogge tanto simili da avere generato in ciascuno di noi (a parità di prezzo) seria difficoltà nella scelta del prodotto. Sembra quasi...

#### Stesso prezzo, meno prodotto. Questo sì che è Marketing... o no?

Il marketing è una disciplina da cui nessuno può considerarsi escluso. Sopravvive chi meglio interpreta segni e dinamiche. Il comportamento d'acquisto e di consumo è spesso guidato da processi che avvengono al di fuori della nostra piena consapevolezza. L'abitudine all'acquisto...


#### La "magia" del Marketing: trasformare la debolezza in forza

Trasformare i punti di debolezza di un prodotto in elementi vincenti si può. Certo che si può. Ecco alcuni esempi pratici. Cosa hanno in comune un foglietto Post-it, le patatine Fonzies e il Maggiolino Volkswagen? All'apparenza si tratta di prodotti senza alcun nesso o connessione...

#### Siamo pronti per il Marketing 3.0?

Philip Kotler, considerato il guru americano del marketing e noto per essere colui che teorizzò per primo, molti anni fa, le famose 4P (Product, Price Place, Promotion), nel suo ultimo libro descrive tutto quello che sarà del marketing dopo la fine dei trend contemporanei del 2.0 e del...

Segui @AdeliaPiazza 74 follower



Adelia Piazza

1 cerchia

57 follower

Tweet Segui @AdeliaPiazza

**astudio.it** @astudioNews 16 Ott  
 Bisogno di assistenza all'installazione e configurazione di #HBA? Questa #playlist di #video fa al caso vostro [youtube.com/playlist?list=...](https://youtube.com/playlist?list=...)  
 ↳ Ritwittato da Adelia Piazza  
 Mostra Repliego

**astudio.it** @astudioNews 14 Ott  
 Come fare un #Planning di #Marketing? Leggi l'articolo per scoprire la struttura del modulo Planning di #HBA Project [astudio.it/biog/la-strutt...](https://astudio.it/biog/la-strutt...)  
 ↳ Ritwittato da Adelia Piazza  
 Espandi

**astudio.it** @astudioNews 7 Ott  
 Sondaggio #Confindustria: 9 imprenditori su 10 richiedono formazione di Marketing. E tu, scosa sai di #marketing? [astudio.it/biog/it-90perc...](https://astudio.it/biog/it-90perc...)  
 ↳ Ritwittato da Adelia Piazza  
 Espandi

# I Guest Post di Adelia Piazza su GT Magazine



Come abbiamo detto, una buona strategia SEO deve integrarsi con le altre attività di Web Marketing che è possibile fare online.

Vediamo quindi brevemente come sfruttare le potenzialità dei Social Network. Per gli approfondimenti rimandiamo alla [guida dedicata](#), qui ci dedicheremo a **Google Plus**, il social network di Google e a come esso influisce sulle ricerche degli utenti.

## Le attività "Social"



Le *SERP* create da Google, a ogni richiesta da parte degli utenti, sono sempre più influenzate da quella che viene definita come "**Social Search**".

La maggior parte delle ricerche su Google, infatti, oggi avvengono con gli utenti connessi dal proprio account Google. Le *SERP* quindi diventano sempre più personalizzate e riescono a tenere conto dell'utilizzo e delle interazioni effettuate tramite *Google Plus*. I contenuti che in questa organizzazione influenzano maggiormente le Serp sono:

- I post di Google+
- Foto e video *Youtube* condivisi su Google+
- Gli url condivisi
- Le recensioni "*Local*".

La **Social Search** riveste un notevole impatto nell'ottimizzazione SEO di un sito web. Tutti gli URL creati o condivisi tramite un profilo personale *Google Plus*, vengono mostrati a chiunque faccia parte di quella cerchia, nel momento in cui viene fatta una ricerca tramite una parola chiave attinente al contenuto condiviso.

Creare post di rilievo che interessino i nostri utenti e che li spingano a condividere o commentare sul proprio profilo, quindi, riveste allo stesso tempo una duplice valenza:

- Consente di creare una rete di utenti affezionati al nostro *brand* o ai nostri prodotti;
- Permette di ottenere visibilità presso gli amici della nostra rete, che condividono gli stessi interessi.

Il consiglio quindi è quello di aprire una **pagina Business** su *Google+* e alimentarla costantemente, facendo riferimento anche a quanto abbiamo detto sulla parte dedicata alla creazione dei contenuti on site e off site.

Le pagine Business tra l'altro rivestono particolare importanza anche per la corretta individuazione dei loro **aspetti "Local"**.

Una pagina Business consente infatti di:

- Inserire *Title* e *description* ottimizzate che verranno utilizzate da Google nei risultati di ricerca;
- Inserire sede, numero di telefono e altre informazioni che possono influenzare le ricerche locali.

Inoltre una pagina Business correttamente aperta e verificata (in modo che Google sia certo che siete voi i proprietari), può essere collegata al proprio sito web. Questo consente alla pagina di essere visualizzata a destra dei risultati di ricerca, quando vengono effettuate ricerche pertinenti.

### Collega il tuo sito web

Basta aggiungere una breve riga di codice a [http://www. xxx xxxxxx.it](http://www.xxx.it) per fare in modo che la tua pagina Google+ sia visualizzata a destra nella pagina di ricerca Google in caso di ricerche pertinenti. Così sarà ancora più facile trovare la tua pagina Google+. [Ulteriori informazioni](#)

Chiedi al webmaster del tuo sito di aggiungere la seguente riga di codice alla tua home page:

```
<a href="https://plus.google.com/102084984137543400759" rel="publisher">Seguici su Google+
</a>
```

Puoi anche [inviare queste istruzioni via email](#) al tuo webmaster

[Sito web di prova](#) [Annulla](#)

About 179,000 results (0.41 seconds)

**Frank's Pizza: Italian Restaurant in Toronto - (416) 654-6554**

www.frankspizzahouse.com/ - Italian Restaurant with Free Delivery on all orders over \$16.00. Call us (416) 654-6554.

4.4 ★★★★★ 30 Google reviews - Write a review - Google+ page

1352 St Clair Ave W Toronto, ON M6E 1C4, Canada  
+1 416-654-6554

**Delivery**

Take Out and Delivery Free delivery on all orders over \$16 ...

**Dine-in Menu**

Dine-in Menu, Drinks Coffee, Frank's Pizza House - 1352 St ...

More results from frankspizzahouse.com >

**Frank's Pizza House Restaurant - Corso Italia - Toronto, ON - Yelp**

www.yelp.ca | Restaurants | Pizza - ★★★★★ Rating: 4 - 23 reviews - Price range: \$\$ 23 Reviews of Frank's Pizza House Restaurant "Love this place, order from here all the time. Great pizza, great crust, super friendly ordering process. I've been ..."

**Frank's Pizza House - Corso Italia - Toronto | Urbanspoon**

www.urbanspoon.com > Toronto | City of Toronto | Corso Italia - ★★★★★ Rating: 91% - 162 votes Frank's Pizza House, Pizza Place in Corso Italia. See the menu, 16 photos, 3 critic reviews and 24 user reviews. Reviews from critics, food blogs and fellow ...

**Frank's Pizza House, Toronto - Restaurant Reviews - TripAdvisor**

www.tripadvisor.com | Canada > Ontario | Toronto | Toronto Restaurants - Frank's Pizza House, Toronto: See 27 unbiased reviews of Frank's Pizza House, rated 4.5 of 5 on TripAdvisor and ranked #2945 of 5462 restaurants in Toronto.

**Frank's Pizza House - Toronto, ON | Dine.TQ**

www.dine.to > St. Clair West - Aug 15, 2013 - Serving the community since 1985. Family run and operated and serving traditional Southern Italian food in a modern atmosphere.

**Frank's Pizza House Restaurant - 1352 St Clair Ave W, Toronto, ON**

www.yellowpages.ca | ... | Restaurants | Pizza & Pizzerias - Frank's Pizza House Restaurant - Toronto - phone number & address - ON - Pizza & Pizzerias.



**Toronto Pizza-Frank's Pizza House- Best Pizza Delivery- Italian Restaurant**

68 followers on Google+

Directions Write a review Follow

Address: 1352 St Clair Ave W, Toronto, ON M6E 1C4, Canada

Phone: +1 416-654-6554

Hours: Friday 12:00–11:00 pm - See all

**Reviews**

4.4 ★★★★★ 30 Google reviews

More reviews: urbanspoon.com, restaurant.ca, tripadvisor.it

**Recent posts**

Thanks Post City... 14 Sep 2013  
Giorgio T originally shared this post:  
http://frankspizzahouse.blogspot.com/2013/09/like-to-post-city ...  
Thanks To Post City Toronto's Best Pizza Delivery ...

L'ottimizzazione SEO è un'attività che va costantemente seguita nel corso nel tempo, non solo per i nuovi algoritmi o le nuove funzioni che i motori di ricerca inseriscono costantemente per cercare di fornire informazioni sempre più valide alle richieste degli utenti.

Le SERP sono in continua evoluzione, così come si evolvono e si moltiplicano i contenuti che migliaia di persone inseriscono ogni giorno sul web!

**Seo: un'attività continua**

È fondamentale quindi procedere periodicamente a un controllo delle *keywords* e, contestualmente, dei contenuti del sito: monitorando gli accessi al sito, analizzando il modo in cui gli utenti interagiscono col nostro sito web e controllando il modo in cui si evolvono le SERP per le parole chiave che ci interessano.

Questo ciclo di monitoraggio consente sia di fornire agli utenti informazioni sempre aggiornate, sia di verificare nella pratica come evolve il posizionamento di un sito nel corso del tempo, traendo interessanti spunti per attività future.

**Seo: un'attività continua**



## marketing highlights

Per comprendere l'importanza del SEO e del SEM, come funzionano i motori di ricerca e in generale le opportunità offerte dal web marketing, puoi leggere o scaricare gratuitamente dal sito di astudio.it dei semplici ma interessanti documenti che aiutano a conoscere come funziona il mondo del web. Non perdere l'opportunità di esplorare questo "nuovo mondo", perché con il web e le sue dinamiche dovremo confrontarci in ambiti sempre più numerosi e in misura sempre maggiore...

Puoi scaricare gratuitamente i **marketing highlights** di astudio.it dall'omonima pagina del sito o richiederli per email.



[Vai alla pagina](#)

The banner features the astudio.it logo at the top left, with 'marketing highlights' written below it. To the right is a stylized globe graphic. The text 'Search Engine Marketing (SEM)' is centered. Below this, there is an icon of a PDF document with a green arrow pointing down, followed by the text 'Download gratuito Marketing Highlights'. The entire banner has a light blue gradient background and a reflection effect at the bottom.

Per informazioni tecniche o commerciali visita il sito: [www.astudio.it](http://www.astudio.it)  
oppure scrivi a: [f.pinello@astudio.it](mailto:f.pinello@astudio.it), [dariovalentino1@gmail.com](mailto:dariovalentino1@gmail.com)

# Crediti