

C2022



Dal 3 al 6 ottobre,
solo su Learnn.

Learnn

Link Building Scientifica

Learnn



Emiliano Sammassimo

Head of SEO @ByTek

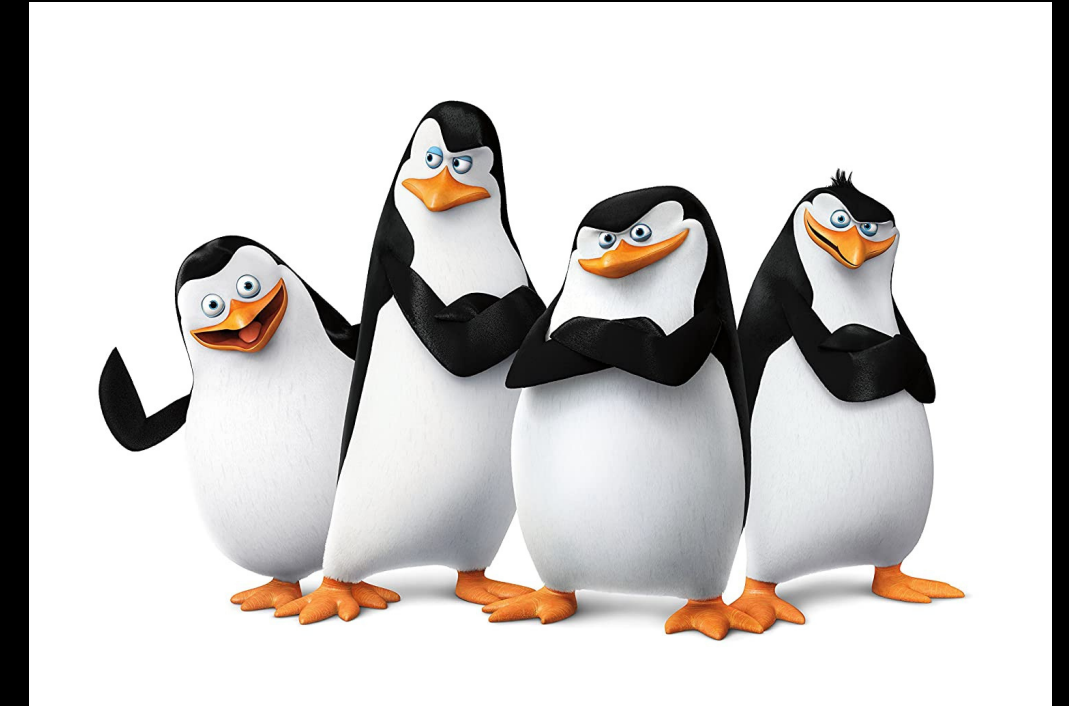
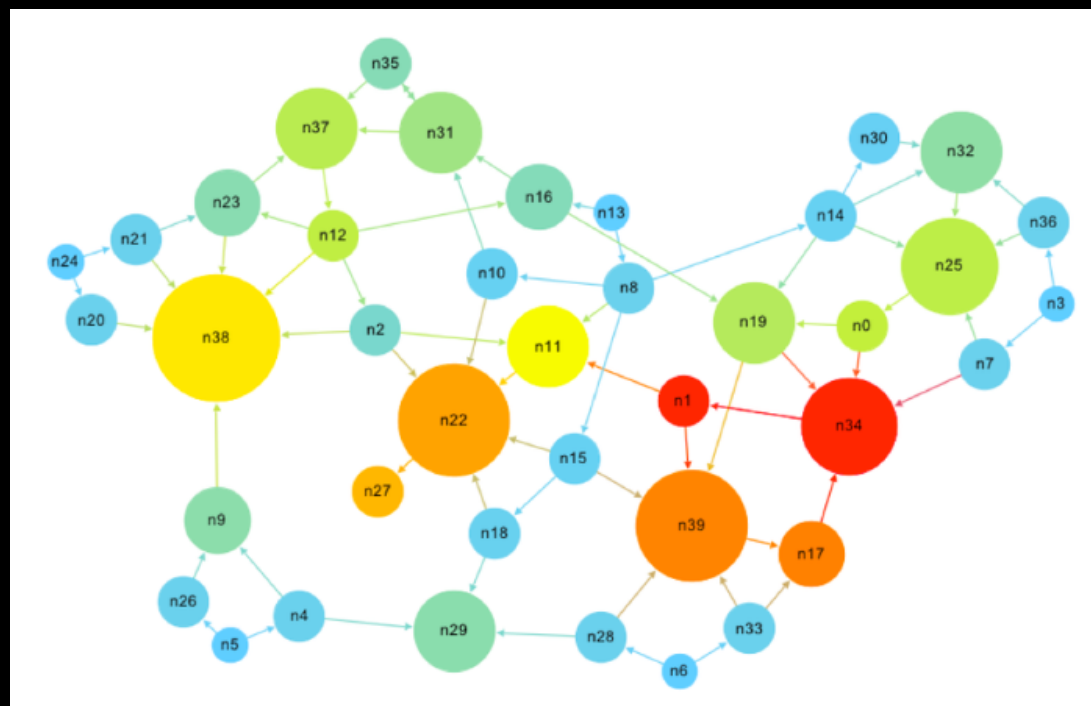
Learnn

Di cosa parliamo:

1. Perché la Link Building
2. Obiettivi
3. KPI
4. Link Building in una Strategia SEO
5. Cos'è (e cosa non è) la Link Building
6. Un caso pratico

Perché la Link Building

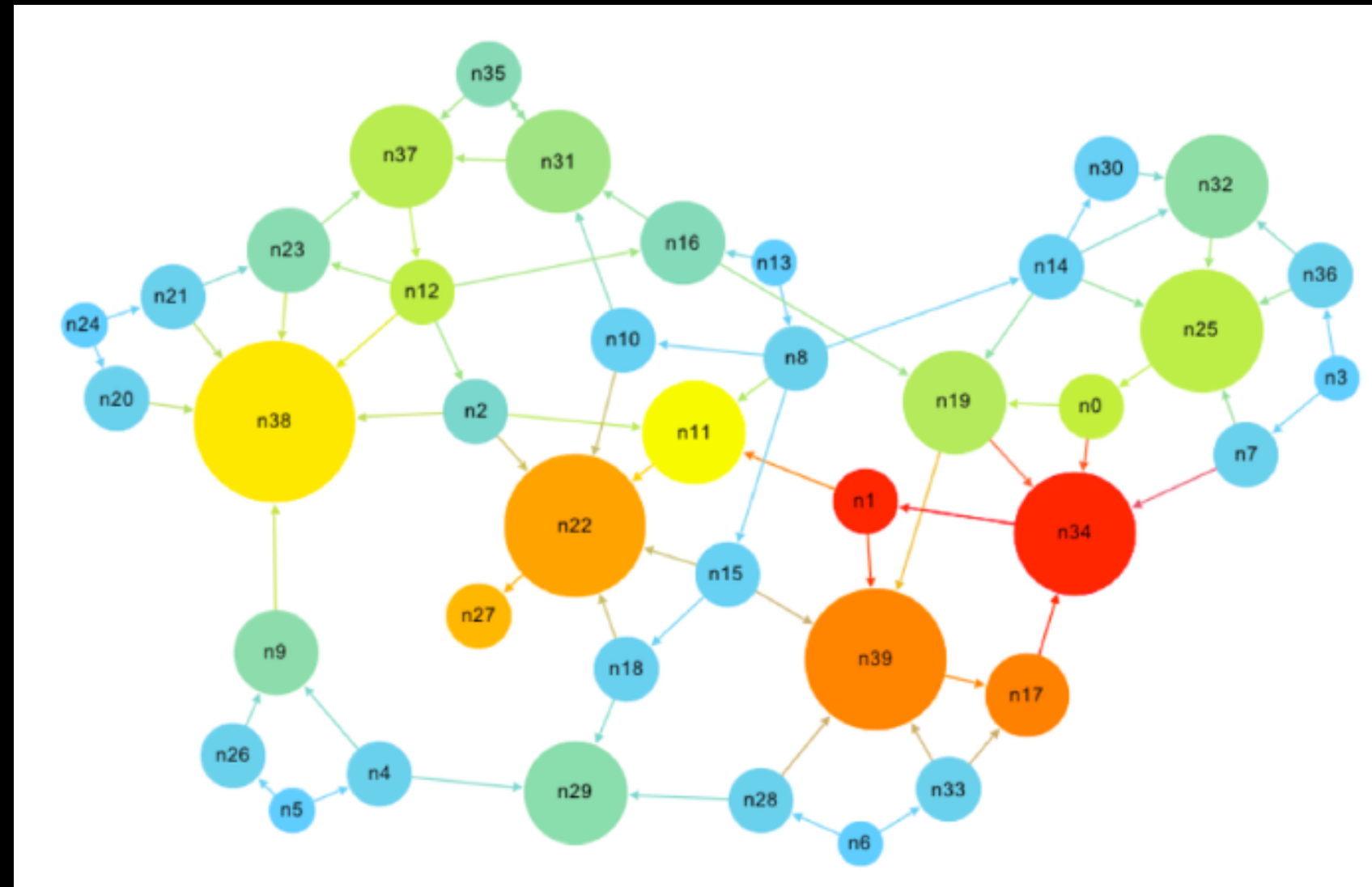
Una storia che comincia da un leggenda, c'entra con una pizza gratis, continua con un pinguino e si evolve con i dati.



Learnnn

Perché la Link Building

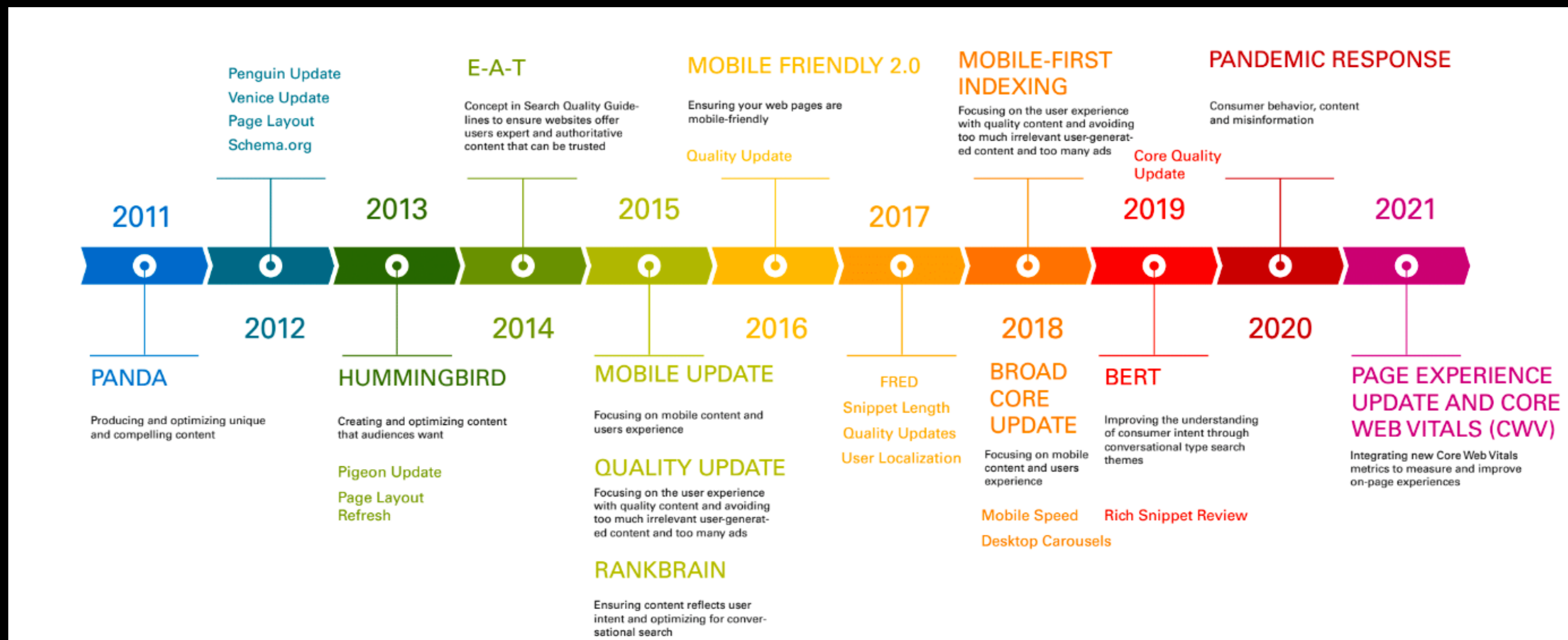
PageRank -> Random Surfer Model -> Reasonable Surfer Model



Learnnn

Perché la Link Building

Gli aggiornamenti dell'algoritmo di Google.



Gli obiettivi della Link Building

È tutta una questione di competition.

Non si può lanciare un'attività di link building di successo senza un'analisi competitiva.

È necessario determinare la corretta distribuzione e il giusto numero di link nella fase strategica.



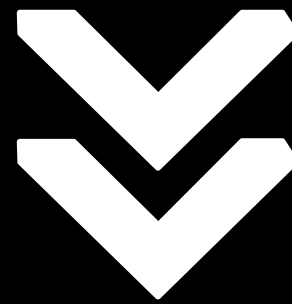
La Link Building è una Maratona

Partire troppo forte in una maratona può avere effetti negativi sulla gara, così un'attività di link building richiede un lavoro costante e progressivo, per ottenere risultati e stare lontani dalle penalizzazioni.

Learnn

Aumentare il numero > Il primo obiettivo è incrementare il numero dei link esterni del sito rispetto ai competitor, per le categorie strategiche.

Aumentare la qualità > La link building è inoltre focalizzata sull'incremento della qualità dei backlink su specifiche pagine del sito, per aumentare la Rilevanza.



Aumentare i Posizionamenti

L'obiettivo principale è aumentare le posizioni delle keyword no-brand per le categorie strategiche.

Learnn

I KPI della Link Building

Concetti di Base

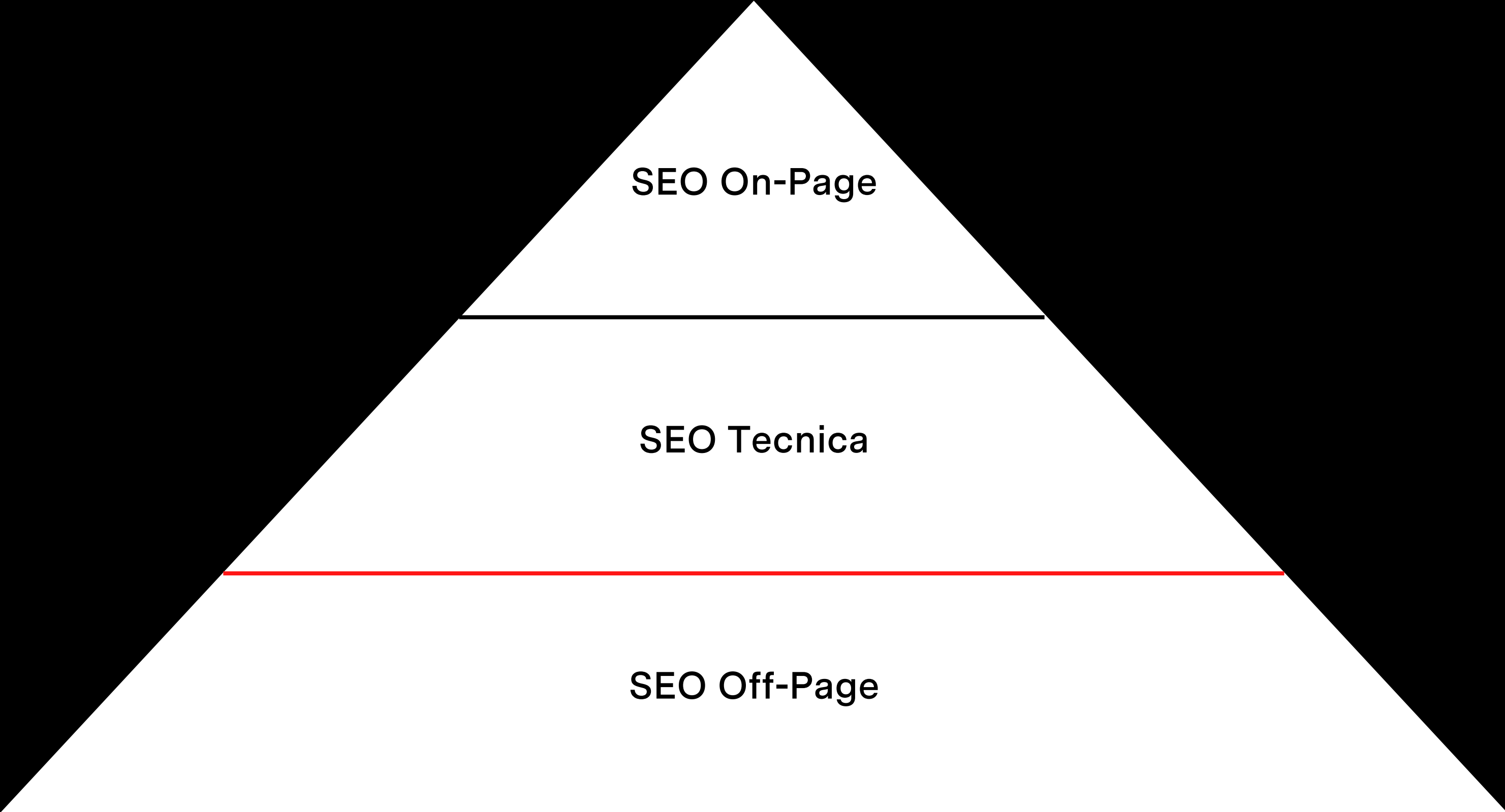
Authority	Rilevanza	Ranking
Costruire link significa lavorare sulla domain authority del sito. Più link da fonti autorevoli avranno effetti positivi sul sito, sia relativamente all'indicizzazione che al posizionamento.	Più link da fonti esterne autorevoli su topic in target con pagine specifiche incrementeranno la rilevanza e di conseguenza avranno effetti positivi sui posizionamenti di query competitive.	Costruire link esterni per specifiche pagine e su specifiche query incrementerà il loro posizionamento. L'effetto sarà ancora migliore se affiancato ad azioni on-page.

KPI della Link Building

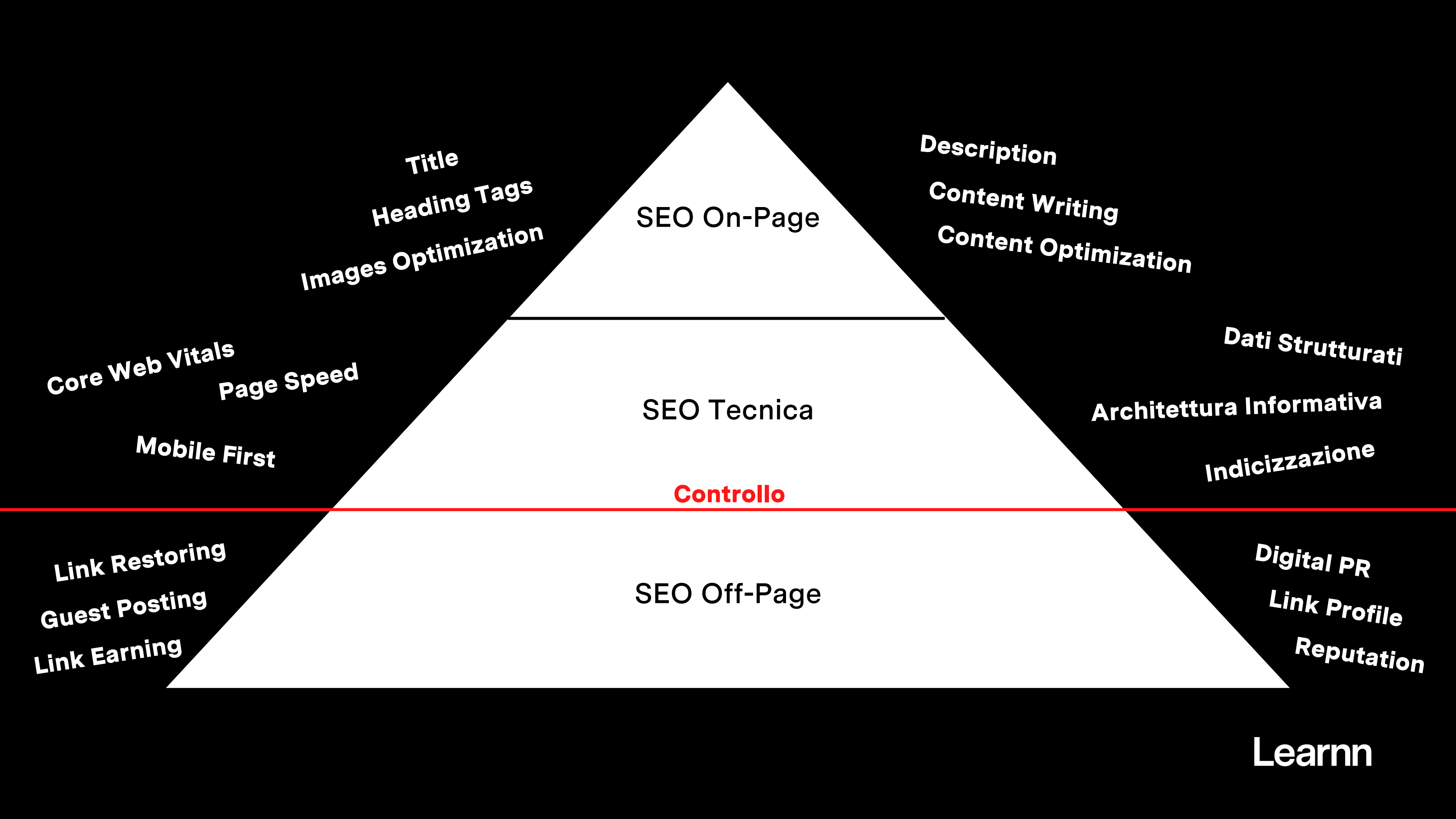
1. Posizione Media	2. Click Organici	3. Sessioni Stimate	4. CPC Stimato
Monitorare la posizione media e le performance del sito per le keyword target incluse nella campagna di acquisizione.	Il numero di click per query specifiche. Come cambiano dall'inizio della campagna fino alla fine.	Sessioni organiche incremental generate dall'attività di link building. L'analisi deve essere fatta alla fine dell'attività.	Un CPC equivalente, valutato sulla base di click incremental, ottenuti attraverso l'aumento dei posizionamenti.
Tool: Google Seach Console	Tool: Google Seach Console	Tool: GSC/SEMrush & Excel	Tool: GSC & Excel

L'importanza della Link Building in una Strategia SEO

Learnn



Learnn



BUSINESS PRIORITIES

BACKLINK ANALYSIS

UPDATES

1

2

3

4

5

KEYWORD ANALYSIS

ACTION PLAN

Learnn

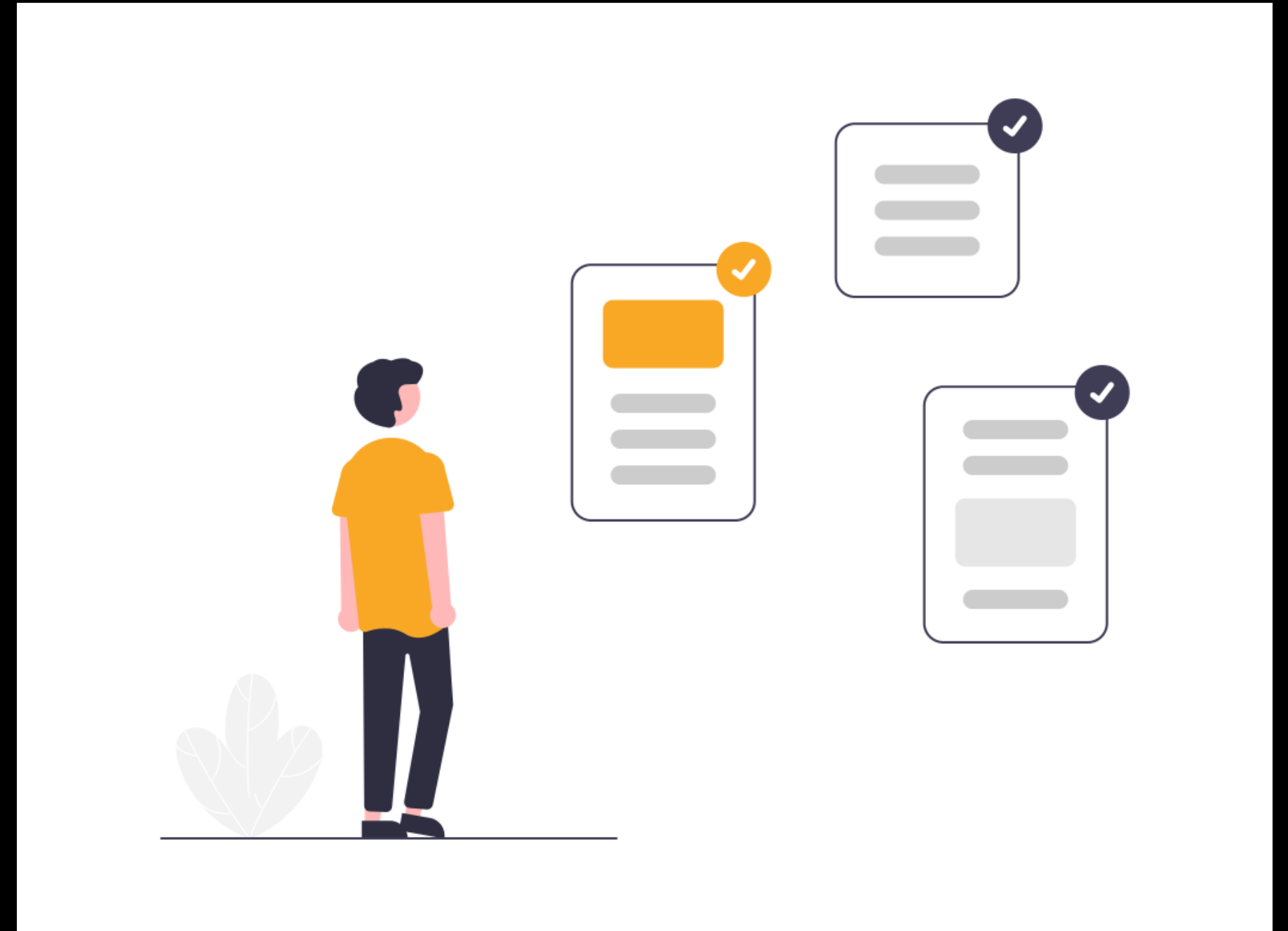
BUSINESS PRIORITIES

Output:

1. Identificare insieme a tutti gli stakeholder i topic più importanti da trattare con l'attività di acquisizione;
2. Definire il budget per ogni attività, basandosi sulle priorità di business e la competitive analysis.

Domande a cui rispondere:

- Quali sono i topic più importanti su cui voglio crescere?
- Quali sono i prodotti/argomenti su cui penso di avere difficoltà a posizionarmi?
- Dove posso crescere più velocemente?



Learnn

KEYWORD ANALYSIS

Output:

1. Una lista delle keyword più importanti per il sito
2. Una lista delle keyword target, sulle quali sarà focalizzata l'attività di acquisizione.

Domande a cui rispondere:

- Quali sono le query più cercate?
- Per quali il sito è già posizionato e con quale pagina?
- Quali sono le keyword dove si può facilmente scalare dalla seconda alla prima pagina di Google attraverso l'attività di backlink?



Learnnn

BACKLINK ANALYSIS

Link Tier	Link Cluster	Link Type
La qualità dei siti che linkano il nostro sito e quelli dei competitor. Una qualità più alta aumenterà la visibilità dei contenuti sui Motori di ricerca.	I cluster sono gli argomenti dei siti, li analizziamo per avere maggiori dettagli nella fase di pianificazione.	L'analisi dei tipi di link ha come obiettivo di avere una panoramica rispetto agli anchor text dei link verso il nostro sito.

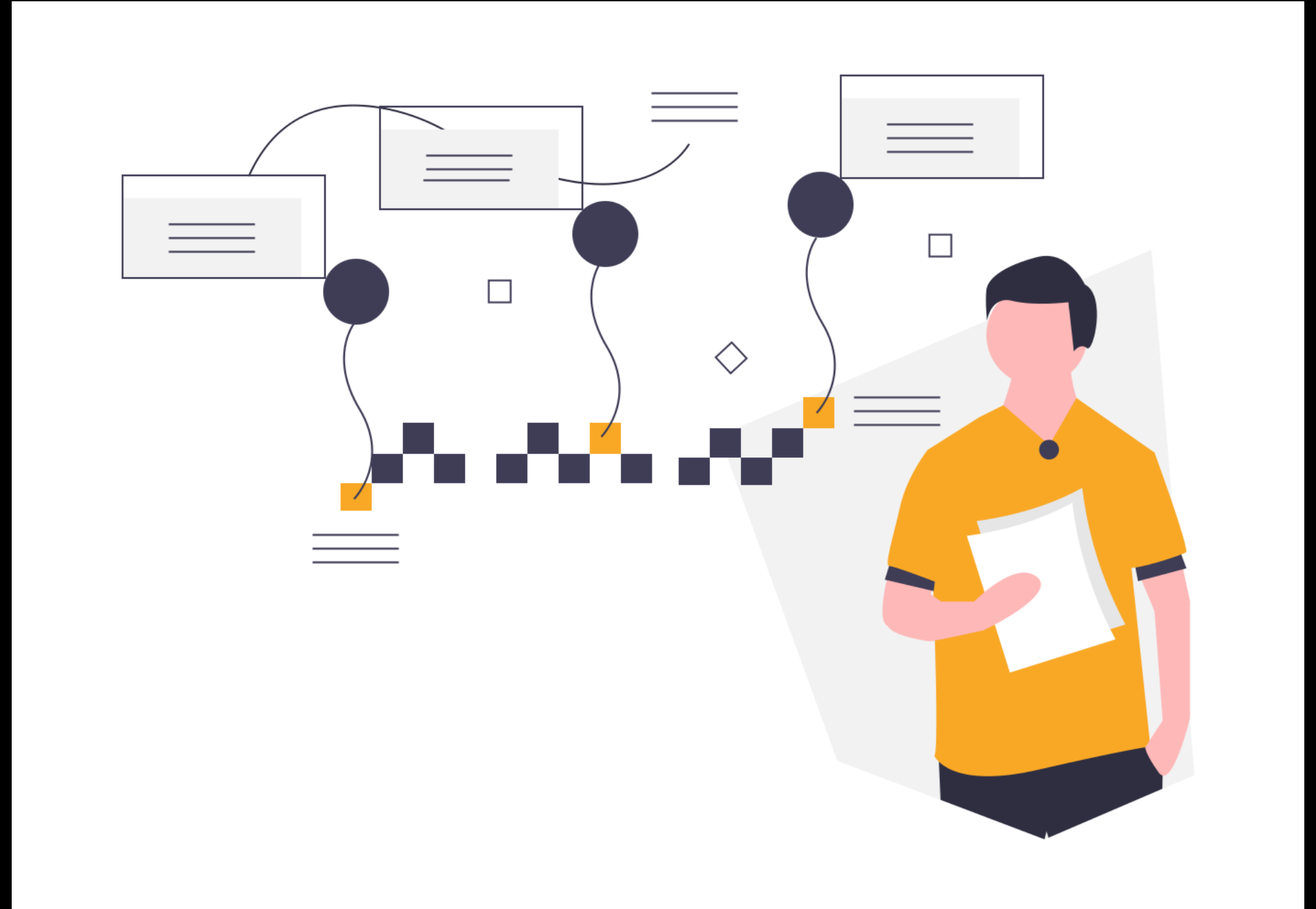
BACKLINK ANALYSIS

Output:

1. Una panoramica dei competitor e delle loro principali attività;
2. Una lista di siti da cui ottenere link.

Domande a cui rispondere:

- Quanti backlink ha il primo competitor?
- Da dove arrivano i suoi link?
- Dove il mio sito è già posizionato e con quali pagine?

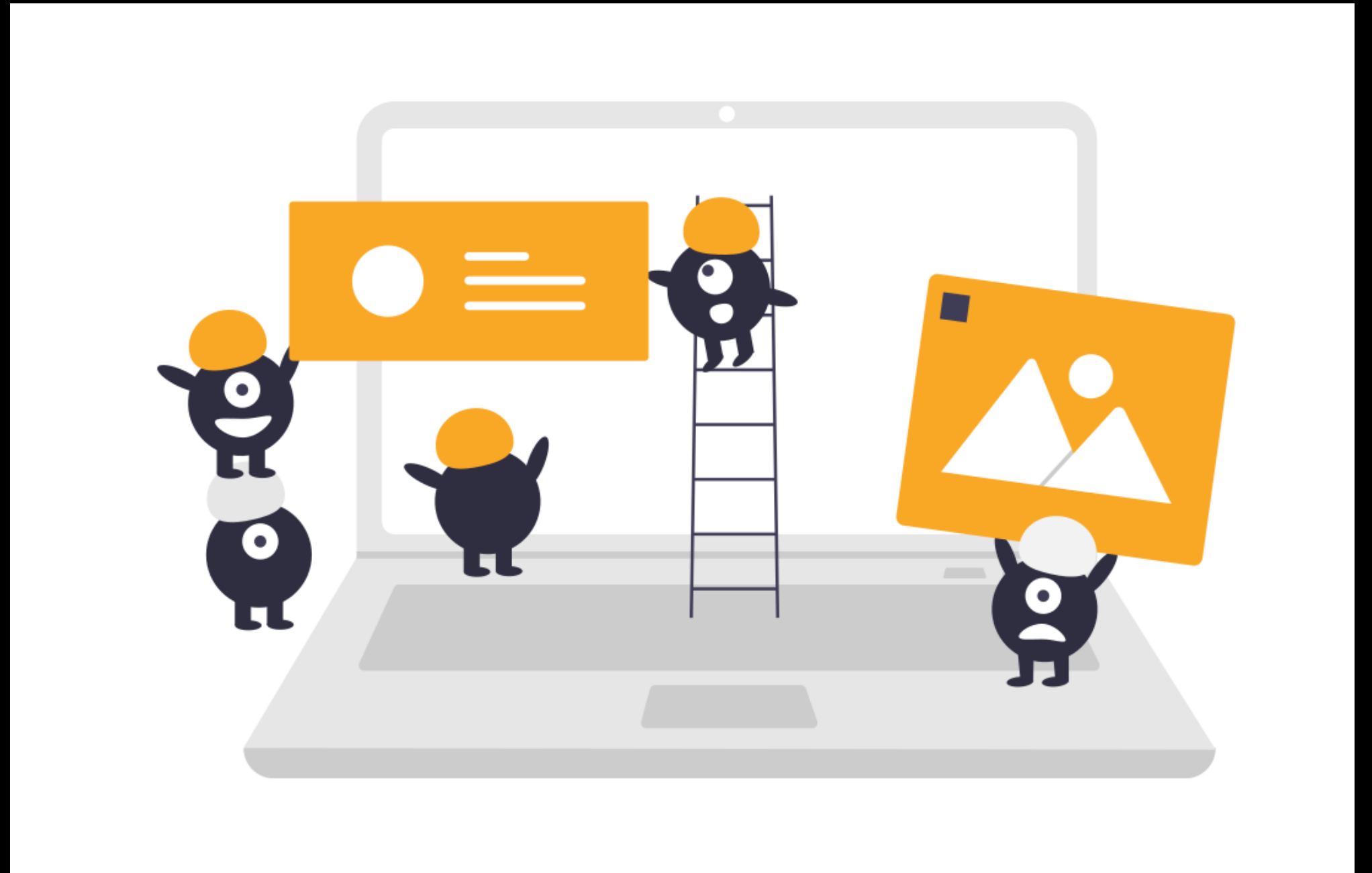


COMPETITIVE ANALYSIS

La Competition è la chiave:

1. Cosa stanno facendo i miei competitor?
2. Quanti link acquisiscono in media?
3. Su quali tipi?

Con l'analisi competitiva siamo in grado di definire la migliore strategia di acquisizione rispetto ai nostri obiettivi (e al budget a disposizione).



COMPETITIVE ANALYSIS

La Link building è necessariamente un'attività a lungo termine, l'analisi da la possibilità di avere una panoramica:

- dello scenario competitivo,
- dei link da acquisire (quanti, quali e dove).

sulla base della quale impostiamo i nostri obiettivi e il budget di cui abbiamo bisogno per raggiungerli.

COMPETITIVE ANALYSIS

- Numero di link
- Qualità dei link
- Tipologie di siti
- Tipologie di Link
- Identificazione Link comuni
- Tecniche utilizzate
- Tasso di crescita
- Velocità di acquisizione
- [...]



ANALISI DEI SITI

- I competitor acquiscono da siti di qualità?
- sono presenti siti penalizzati?
- fanno parte dello stesso network?

ANALISI DEI CONTENUTI

- i contenuti sono originali e autorevoli?
- sono presenti contenuti duplicati?
- il sito fa scambio link?
- sono presenti link ad altri partner?

ANALISI DEI LINK

- i link sono nel boilerplate o fuori?
- gli anchor text sono simili o diversificati?
- sono presenti link nofollow?

Competitive
Analysis

Backlink
Analysis

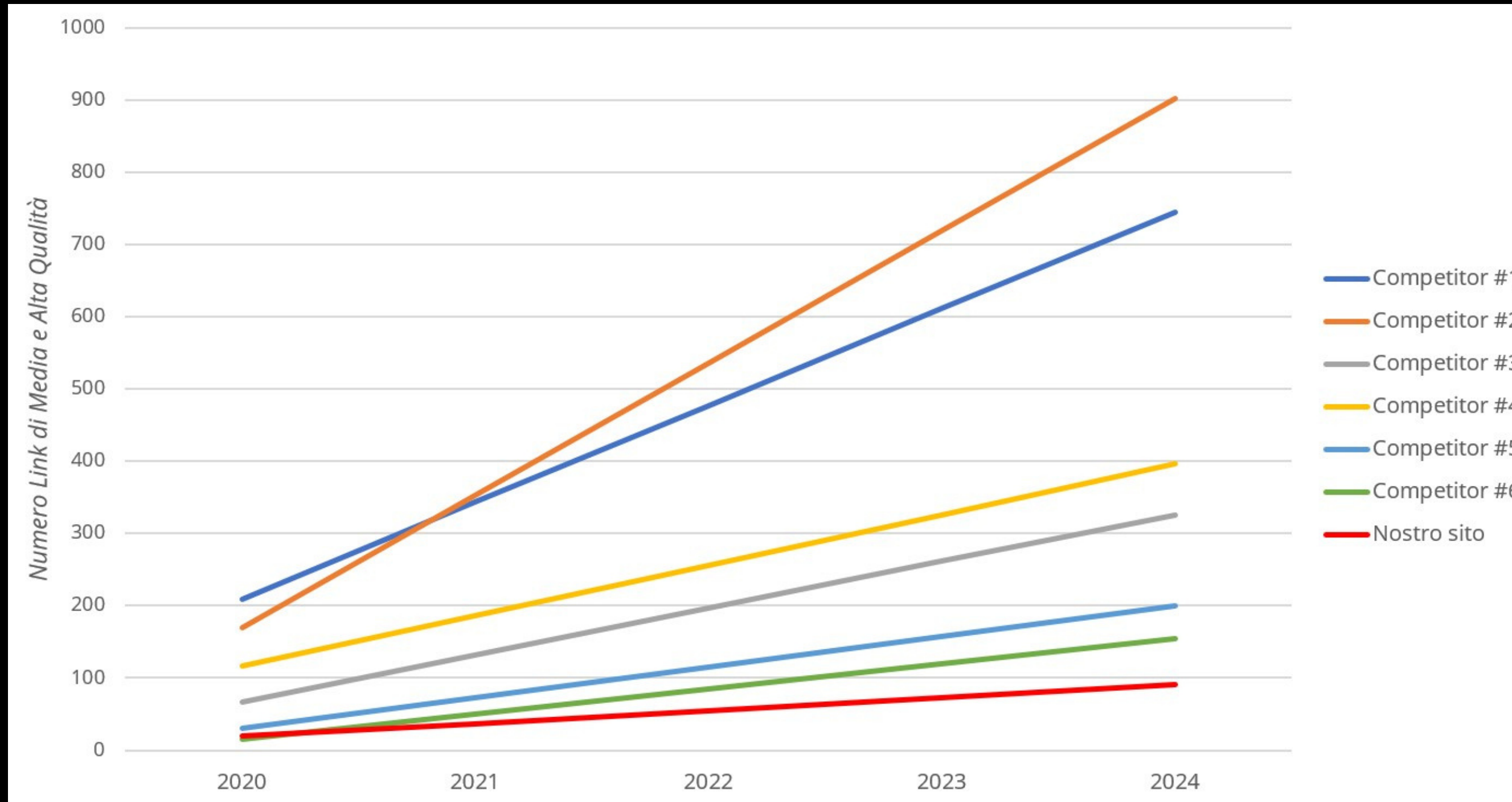


Strategia

Pianificazione

Learnn

COMPETITIVE ANALYSIS



Attraverso l'analisi
ottengo
informazioni
quantitative e
qualitative sui
competitor e sul
mio sito e posso
fare proiezioni e
ipotesi data-driven.

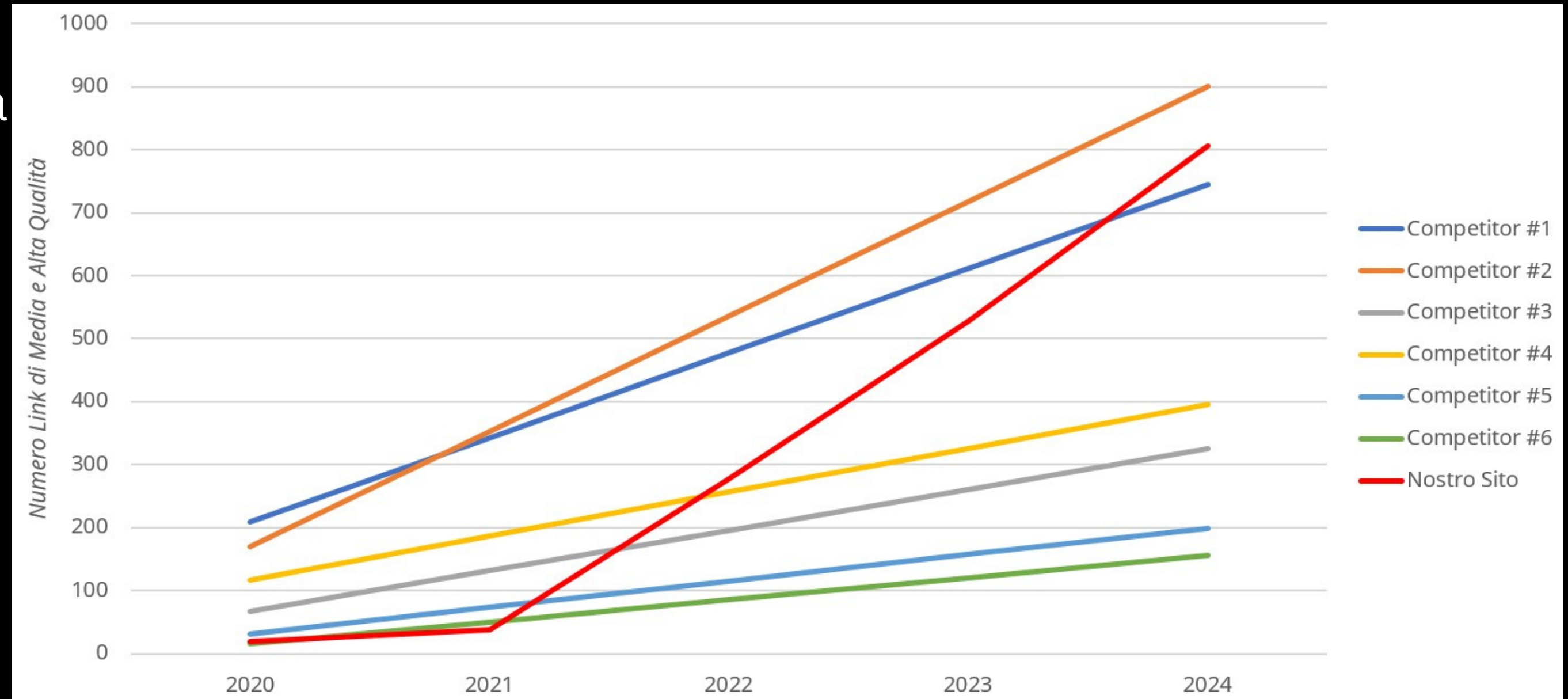
Learnn

COMPETITIVE ANALYSIS

E posso impostare
la migliore strategia
rispetto a:

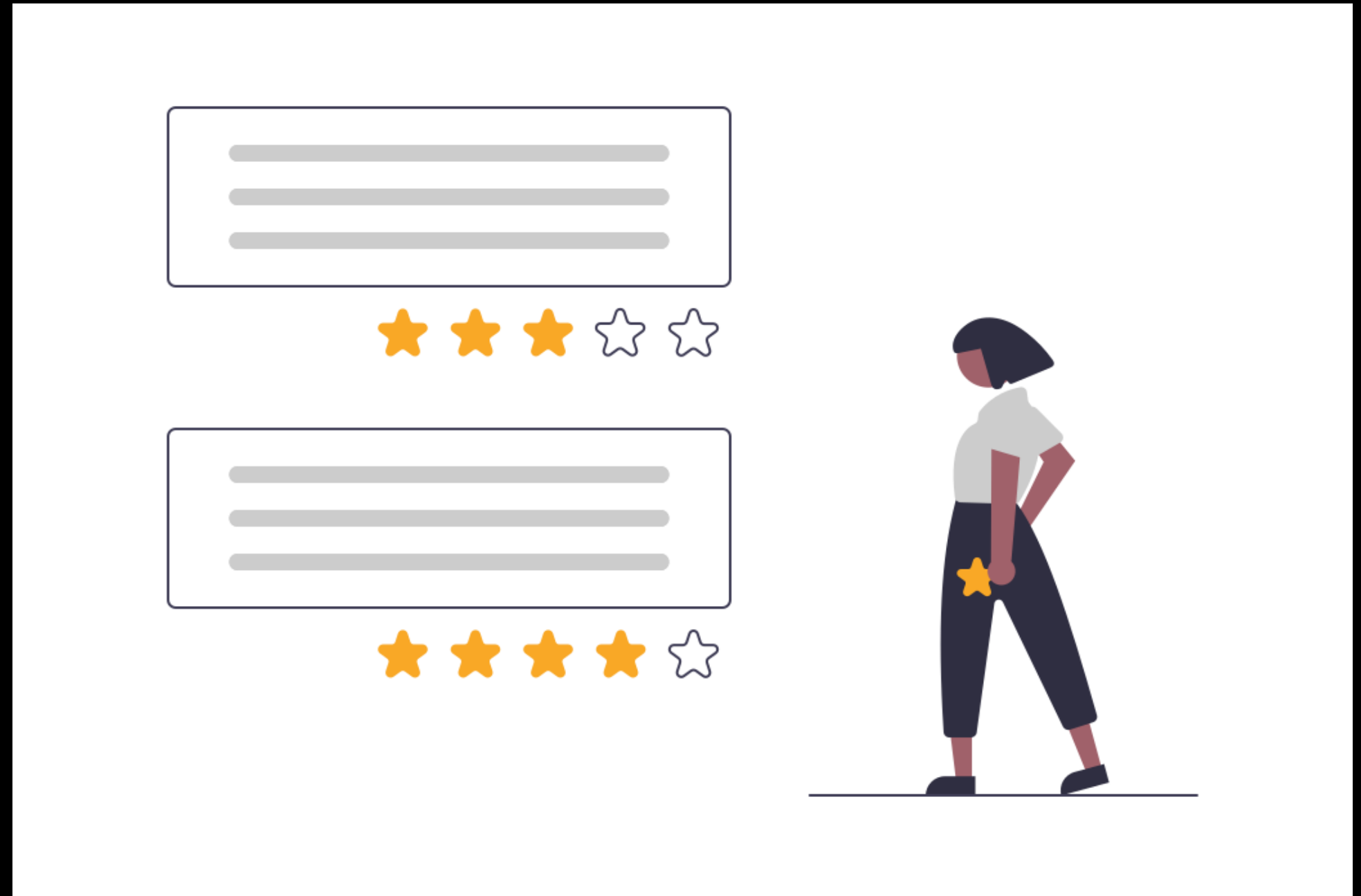
- obiettivi
raggiungibili
- budget
disponibile

Mantenendomi al
riparo da brutte
sorprese.



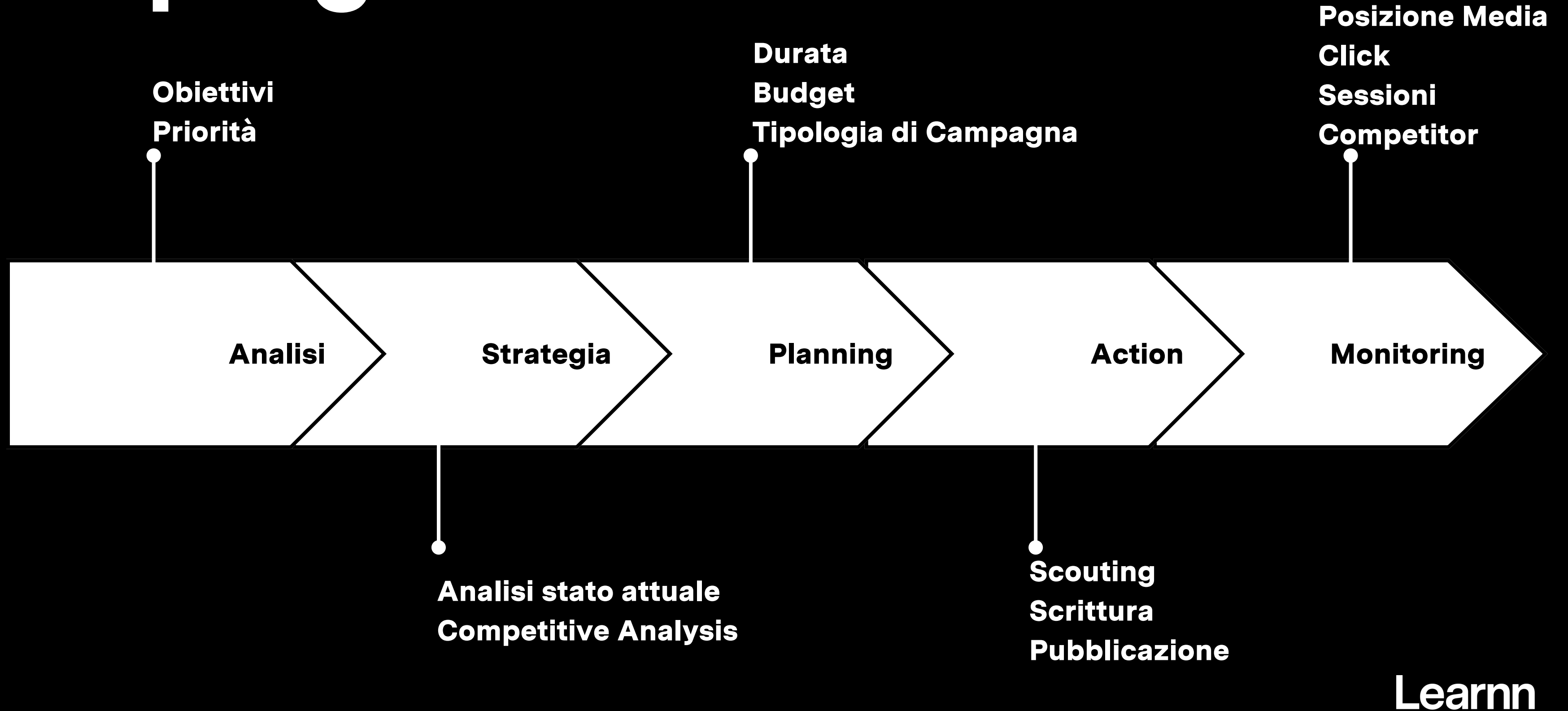
ACTION PLAN

Dopo la fase di analisi, siamo pronti a pianificare i link da pubblicare su siti esterni individuati e per implementare azioni specifiche di ottimizzazione on-page.



Learnn

Riepilogando



Caso Pratico

Settore: Crypto

Periodo: 12 mesi

Backlink Pubblicati: +200

**Tipologia siti: 70% verticali -
30% generalisti**

+6.000 kw

In Top 3 su Google

+82%

Traffico Organico

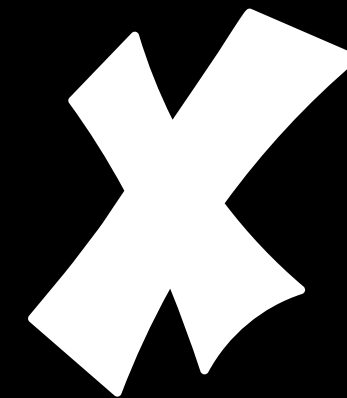
Learnn

Cos'è (e cosa non è) la link building

- un'attività SEO
- un'attività per incrementare la Domain Authority
- un'attività per aumentare il posizionamento organico del sito
- un'attività per crescere velocemente sulle SERP
- un'attività a medio-lungo termine



- contenuto sponsorizzato
- un'attività per incrementare il traffico diretto (o il referral)
- un'attività di Branded Content
- un'attività di Digital PR
- una campagna di Advertising
- un'attività a breve termine



Grazie per l'attenzione



Emiliano Sammassimo

Head of SEO @ByTek

emiliano@bytek.ai

Learnn

Q&A

Learnn