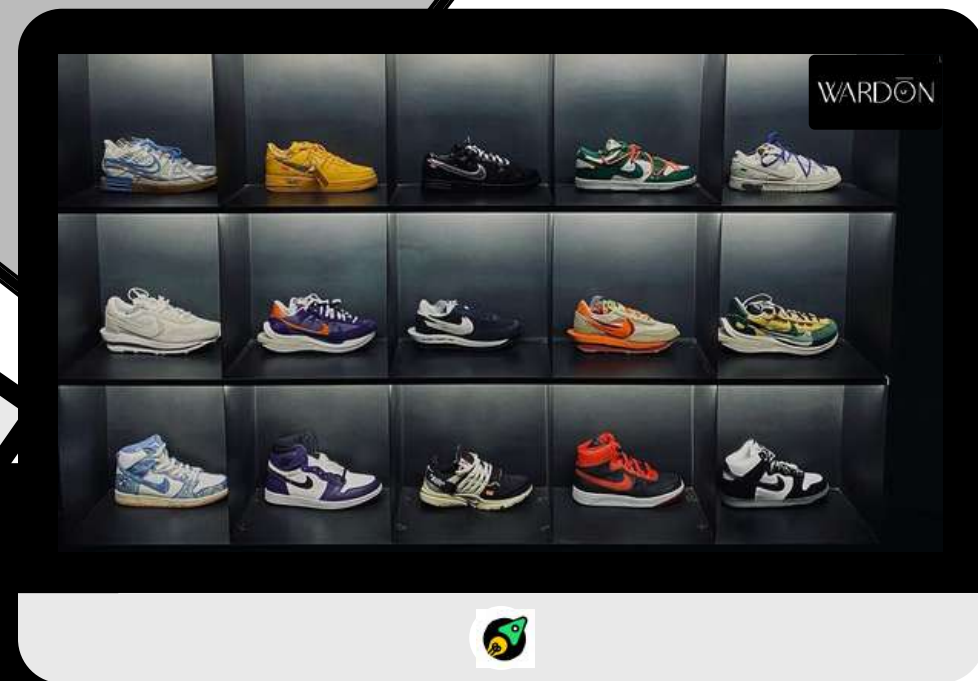
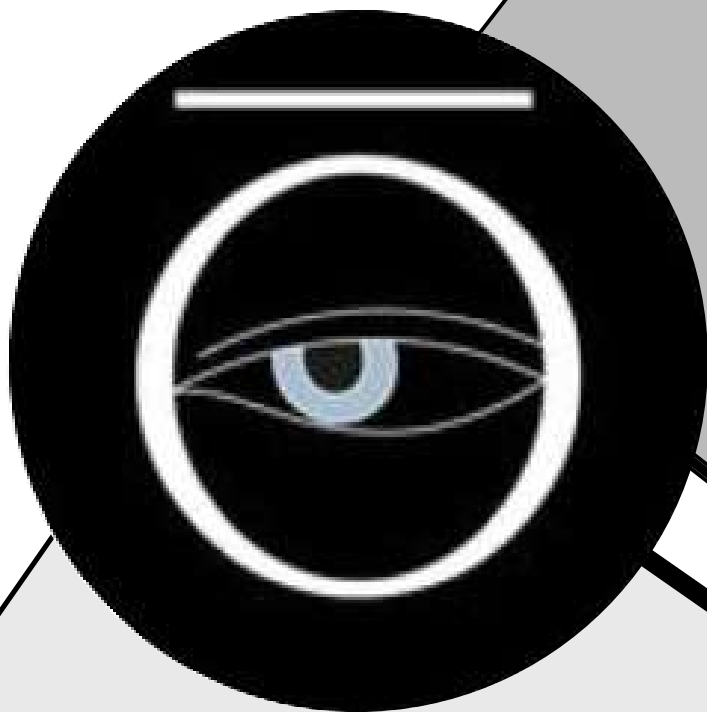
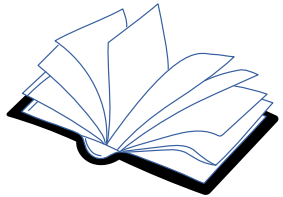


Progetto SEO Audit



E-commerce di
abbigliamento e sneakers



Indice

- Brand Identity
 - Analisi del Mercato
 - Analisi del sito (utente)
 - Analisi del sito (Google)
 - Index Ratio
-
- Analisi Link Building Interna
 - Analisi della velocità (mobile)
 - Analisi della velocità (desktop)
 - Analisi Site Audit
 - Analisi struttura del sito





Chi siamo?

Il **team** ha competenze molto diverse che hanno unito per dare vita a questo **progetto imprenditoriale**. La **prima linea** è stata lanciata **l'anno scorso** e ora sono in preparazione per il **lancio** della seconda.

WARDON è una **società** nata da poco sul territorio romano, pronta ad espandersi sul tutto il territorio italiano. Le **Sneakers** sono **limitate** ed **esclusive**, possono essere **indossate quotidianamente** grazie al loro **design raffinato**.

Mission

Creare vestiti di **qualità** e utilizzando **materiali unici** e **pregiati**, senza dover rinunciare alle **prestazioni** e alla **comodità**.

Vision

Scarpe ed abbigliamento **unico** ed **esclusivo**.



Da dove nasce l'idea

Dopo anni trascorsi a progettare e lavorare la creazione del brand, il fondatore ha deciso di creare abbigliamento che combinassero **estetica** e **comodità**.

Per combattere i **fast-fashion**, i vestiti sono composti da **tessuti** di **qualità**, in modo che i capi possano durare nel tempo.

In questo modo, il brand può garantire **comodità** e **stile** utilizzando **materiali più costosi** come ad esempio **il cashmere**.

Analisi del mercato

Competitor vs BRAND

I **principali competitor** del brand sono gli **altri negozi** che **vendono scarpe limitate**, altri competitor potrebbero essere i **grandi e-commerce di scarpe e vestiti limitati**.

Pricing

Il **brand** rientra in una **fascia di prezzo medio-alta**, i prodotti in vendita sull'e-commerce sono valutati in base **al materiale** e **all'esclusività**.

Offerte

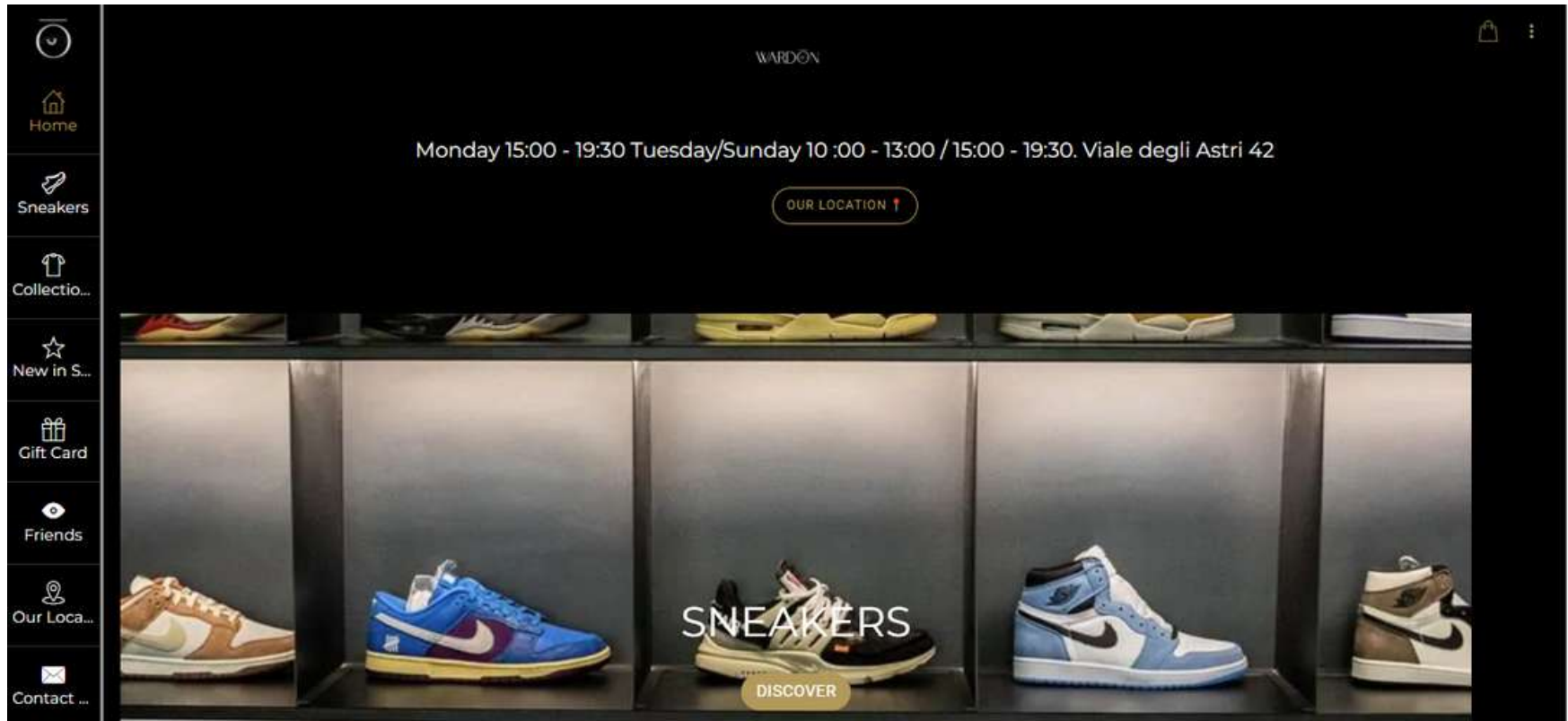
Il **catalogo** del **brand** comprende capi per **Uomini** e **Donne**.

Analisi del sito

Lato utente

HOMEPAGE 

<https://www.wardon.it/>



Analisi del sito

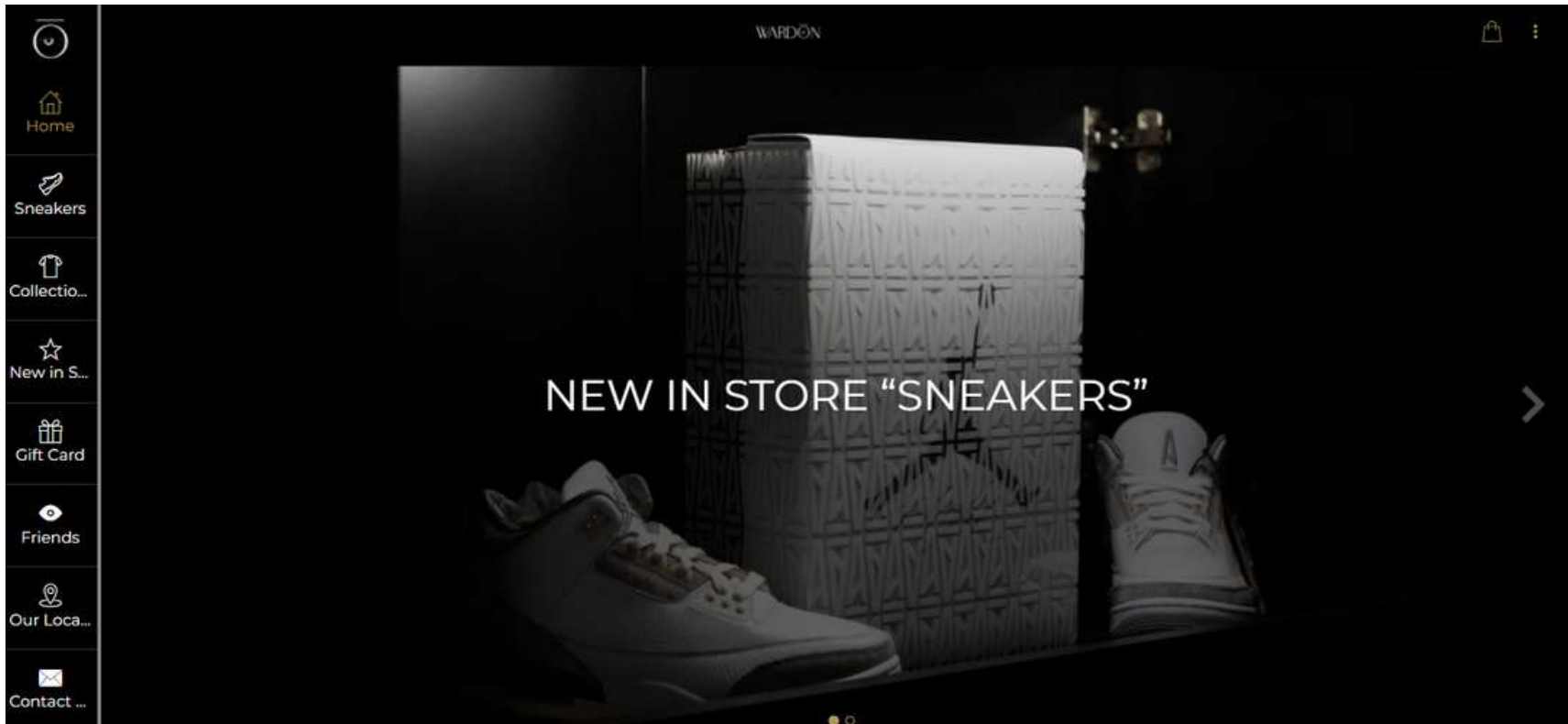
Lato utente

La homepage del sito si presenta divisa in fasce verticali.

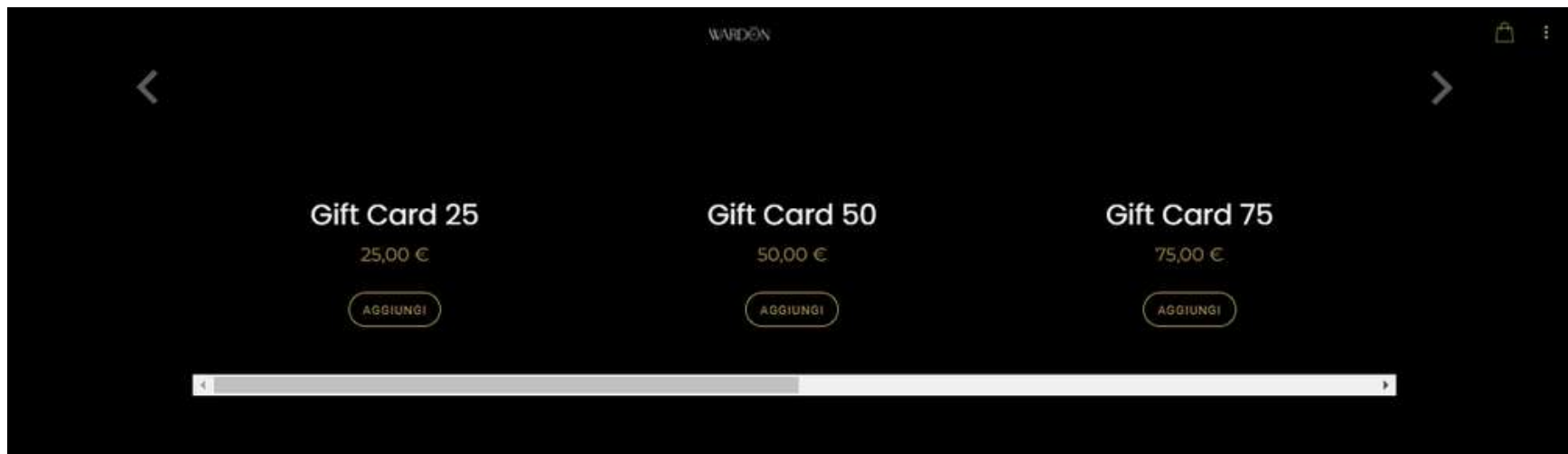
- **Fascia 1:** A livello grafico, la barra laterale prende il posto dell'header, sostanzialmente (A livello seo) è funzionale quanto quello in alto. Ottima mossa quella di inserirlo in alto riportando sempre alla home (farei la stessa cosa con il logo sulla sinistra).
- **Fascia 2:** Buona l'idea di utilizzare uno slider, ma non sfruttata a pieno visto che sono presenti gli orari e un pulsante (non funzionante) che dovrebbe rimandare alla mappa con la posizione del negozio.
- **Fascia 3:** Nella sezione Sneakers del menù aggiungerei più foto dettagliate di ogni sneaker, accompagnate da schede prodotto con una descrizione della scarpa. Come step successivo aggiungerei capi della collezione che possono completare l'outfit con quella determinata sneaker. Inoltre a fine pagina bisogna cambiare il colore dei pulsanti per passare a quella successiva, visto che i numeri delle pagine sono neri su sfondo nero.



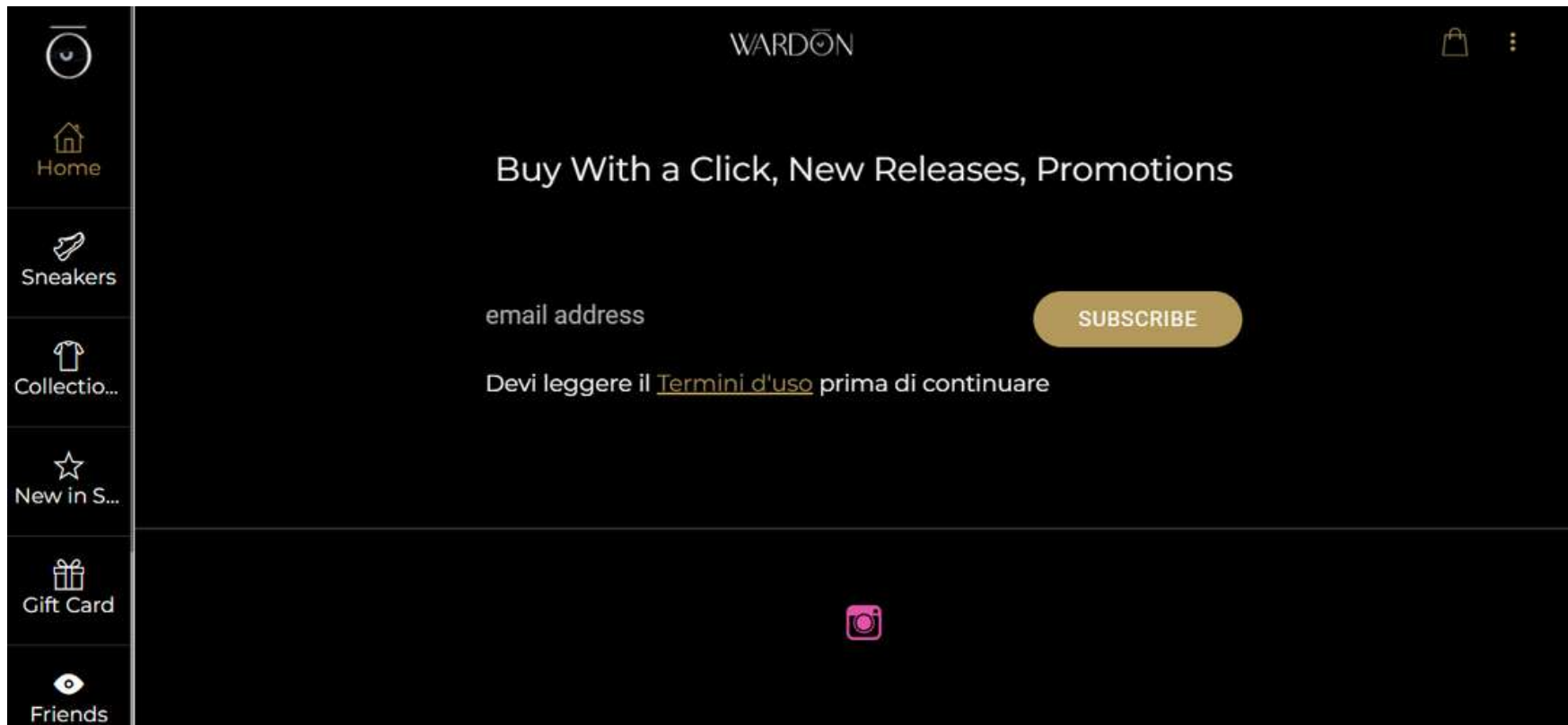
- **Fascia 4:** Nella sezione Collection, aggiungerei più foto dettagliate di ogni capo, anche come risultano indossati. Una parte importante (sia lato seo che advertising) sono le schede prodotto, sono abbastanza vuote quindi aggiungerei una descrizione del capo in questione e i suoi materiali. Come step successivo aggiungerei sneakers che possono completare l'outfit con quel determinato capo.



- **Fascia 5:** Sulla sinistra è presente un menù con diversi pulsanti, personalmente sostituirei la sezione New in Store (non funzionale per il cliente) con una sezione "BLOG", dedicata al mondo della moda e dello streetwear. Inoltre aggiungerei una barra di ricerca per rendere la navigazione e la ricerca di un capo più semplice e veloce.



Fascia 6: Nella sezione Gift Card, aggiungerei articoli che si possono acquistare con quel determinato budget. In modo da rendere migliore più facile l'esperienza dell'utente. Può essere un modo persuasivo per invogliare l'utente a comprare la Gift Card di quell'importo specifico.



Fascia 8: Nel footer oltre al collegamento che rimanda al profilo IG aggiungerei informazioni necessarie per localizzare e contattare il negozio. Analizzando i siti dei competitor, ho notato che mancano indicazioni sulla P.IVA.

Utilizzerei delle CTA come ("Chiamaci" e "Seguici").

Analisi del sito

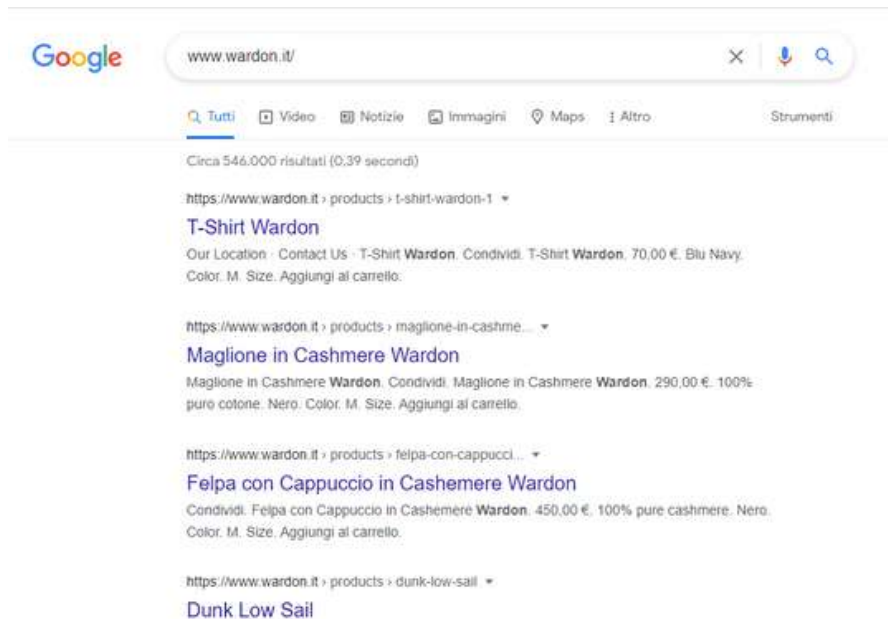
Sebbene la homepage sia dunque ordinata e raggiungibile con un unico click da qualsiasi pagina del sito, ritengo abbia moltissimi margini di migliorabilità al livello di UX, soprattutto in relazione ai servizi offerti (a cui, dedicherei un maggiore spazio e una pagina apposita). Inoltre il sito ha diverse mancanze, è poco persuasivo per invogliare l'utente all'acquisto. L'utente non ha la possibilità di informarsi tramite una descrizione del prodotto e di vedere il capo o la sneaker in varie prospettive. Cambierei la posizione degli orari del negozio (footer), visto che l'utente utilizza l'e-commerce per comprare direttamente e al momento che atterra sul sito per acquistare non è focalizzato principalmente su gli orari di apertura e chiusura. Li avrei lasciati sul footer solo se sul sito non si poteva acquistare direttamente, ma si utilizzava il metodo del pre-order e del ritiro in negozio. La sezione CHI SIAMO non è presente sul sito, si dovrebbe aggiungere per aumentare la fiducia e la credibilità dell'e-commerce.

Analisi del sito

Lato Google

L'URL del sito si presenta così: <https://www.wardon.it/>

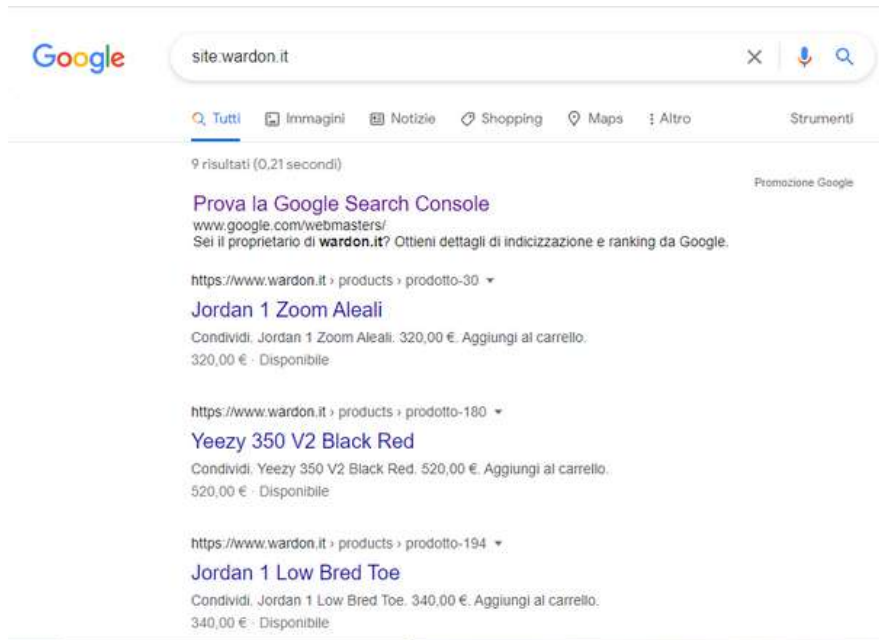
L'indicizzazione mostra Circa 546.000 risultati. Come primo risultato non c'è ne la Home, ne il Contattaci e ne il Negozio, ma ci sono solo prodotti o categorie di prodotti.



Il sito è facilmente raggiungibile solo cliccando dal link, cercando su Google avrai molta difficoltà a raggiungere il sito.

Analisi del sito

Lato Google



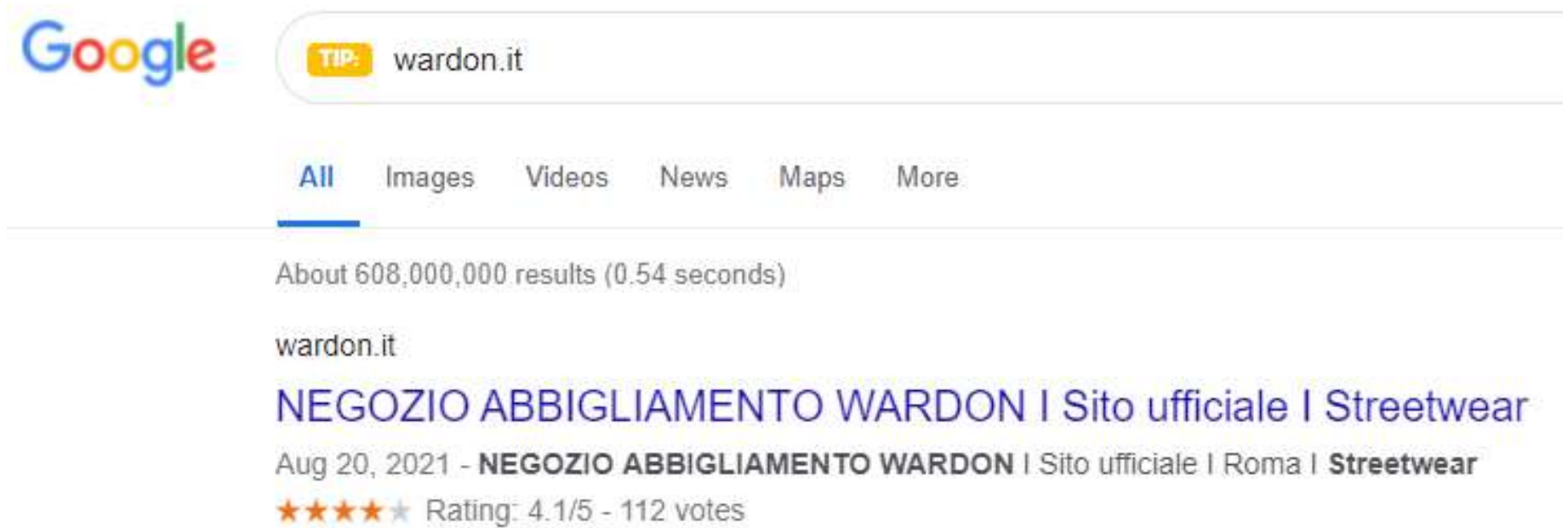
The screenshot shows a Google search interface with the query 'site:wardon.it' entered in the search bar. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Tutti', 'Immagini', 'Notizie', 'Shopping', 'Maps', and 'Altro', along with a 'Strumenti' button. The search results indicate 9 results found in 0.21 seconds. A 'Promozione Google' label is visible. The first result is a link to 'Prova la Google Search Console' with the URL 'www.google.com/webmasters/'. The second result is a product listing for 'Jordan 1 Zoom Aleali' with a price of 320,00 € and a 'Disponibile' status. The third result is a product listing for 'Yeezy 350 V2 Black Red' with a price of 520,00 € and a 'Disponibile' status. The fourth result is a product listing for 'Jordan 1 Low Bred Toe' with a price of 340,00 € and a 'Disponibile' status.

Digitando site:wardon.it si può notare subito l'assenza della Home Page nelle ricerche. Nei risultati non appare la Home, ma solo alcune categorie dei prodotti con una discreta descrizione. Il sito può essere ottimizzato, visto che non è indicizzato minimamente in modo corretto su Google.

Analisi del sito

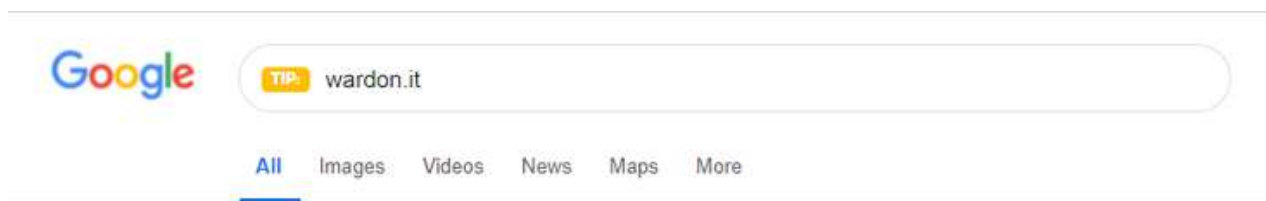
Lato Google

Questo è un esempio, realizzato con un serp-simulator di come realizzerei il Tag Title e Meta Description della home page, facendo attenzione a rispettare le dimensioni in termini di caratteri e px.



Analisi del sito

Lato Google



Google TIP wardon.it

All Images Videos News Maps More


About 608,000,000 results (0.54 seconds)

wardon.it

Sneakers - Negozio Wardon

Aug 20, 2021 - Aggiorna il tuo guardaroba con i nostri **capi** di qualità e le nostre **sneakers** esclusive. Hai bisogno di aiuto nella scelta? Vieni a trovarci in negozio.

★★★★★ Rating: 4.1/5 - 112 votes



Google TIP wardon.it

All Images Videos News Maps More

About 608,000,000 results (0.54 seconds)

wardon.it

Chi siamo - Negozio Wardon

Aug 20, 2021 - Wardon non è solo un negozio o un brand ma uno stile di vita. Un'icona dell'abbigliamento nella capitale. Vi aspettiamo a Roma, Via degli Astri 42.

★★★★★ Rating: 4.1/5 - 112 votes

Analisi del sito

Problema: la homepage fondamentale, non appare nella SERP di Google e, pertanto, non è indicizzata. Stessa cosa per diversi prodotti del catalogo.

Soluzioni:

- Controllare che la pagina non abbia l'attributo "nofollow" nel file robots.txt.
- Accedere a Google Search Console > attendere la verifica dell'URL > "Richiedi indicizzazione".

Si potrebbe anche ipotizzare che il problema potrebbe essere la sitemap non caricata con tutte le immagini. Per risolvere il problema:

- Utilizzo Yoast SEO (anche nella versione free) per creare una sitemap attivando la funzionalità all'interno della sezione SEO > Funzionalità > XML Sitemaps.
- Scelgo di utilizzare il plugin Rank Math, per configurare la sitemap direttamente nella configurazione guidata all'installazione

Index Ratio

Questo rapporto indica lo stato di indicizzazione, ovvero la percentuale di pagine del sito web che Google indicizza.

Il rapporto perfetto è ovviamente 100% ma raramente si trova un valore così preciso.

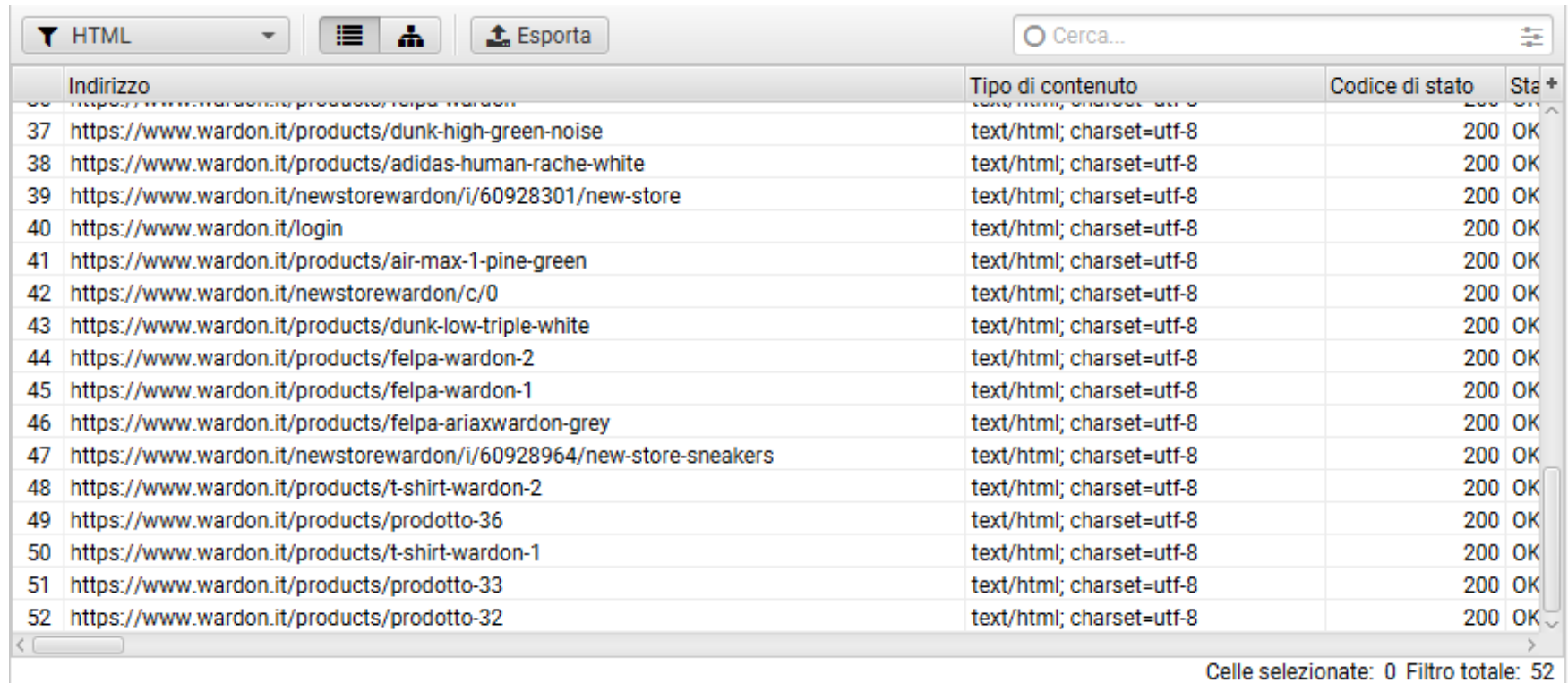
Formula: $(\text{pagine indicizzate} / \text{pagine indicizzabili}) * 100$

Un buon rapporto è compreso tra 80% e 120%.

Se risultano risultati minori indicano che il sito è poco indicizzato, probabilmente per colpa di contenuti di basso valore o copiati, canonical tag sbagliati, spam o altri motivi. Mentre i risultati maggiori sono più complessi da valutare e possono significare diverse cose:

- Google ha indicizzato vecchi file, come .pdf, ancora nel server FTP ma non più linkati internamente al sito
- Il sito ha contenuti duplicati indicizzati, ad esempio versione www e versione not-www oppure per causa di parametri non gestiti o rel canonical errati
- La scansione con Screaming Frog è stata fatta male, il sito ha più pagine di quelle rilevate.

Index Ratio



The screenshot shows the interface of the Screaming Frog SEO Spider tool. At the top, there is a search bar with the text "Cerca...". Below it, a table lists 52 URLs. The columns are "Indirizzo", "Tipo di contenuto", "Codice di stato", and "Sta +". The "Tipo di contenuto" column shows "text/html; charset=utf-8" for all entries. The "Codice di stato" column shows "200" for all entries. The "Sta +" column shows "OK" for all entries. The status bar at the bottom right indicates "Celle selezionate: 0 Filtro totale: 52".

	Indirizzo	Tipo di contenuto	Codice di stato	Sta +
37	https://www.wardon.it/products/dunk-high-green-noise	text/html; charset=utf-8	200	OK
38	https://www.wardon.it/products/adidas-human-rache-white	text/html; charset=utf-8	200	OK
39	https://www.wardon.it/newstorewardon/i/60928301/new-store	text/html; charset=utf-8	200	OK
40	https://www.wardon.it/login	text/html; charset=utf-8	200	OK
41	https://www.wardon.it/products/air-max-1-pine-green	text/html; charset=utf-8	200	OK
42	https://www.wardon.it/newstorewardon/c/0	text/html; charset=utf-8	200	OK
43	https://www.wardon.it/products/dunk-low-triple-white	text/html; charset=utf-8	200	OK
44	https://www.wardon.it/products/felpa-wardon-2	text/html; charset=utf-8	200	OK
45	https://www.wardon.it/products/felpa-wardon-1	text/html; charset=utf-8	200	OK
46	https://www.wardon.it/products/felpa-ariaxwardon-grey	text/html; charset=utf-8	200	OK
47	https://www.wardon.it/newstorewardon/i/60928964/new-store-sneakers	text/html; charset=utf-8	200	OK
48	https://www.wardon.it/products/t-shirt-wardon-2	text/html; charset=utf-8	200	OK
49	https://www.wardon.it/products/prodotto-36	text/html; charset=utf-8	200	OK
50	https://www.wardon.it/products/t-shirt-wardon-1	text/html; charset=utf-8	200	OK
51	https://www.wardon.it/products/prodotto-33	text/html; charset=utf-8	200	OK
52	https://www.wardon.it/products/prodotto-32	text/html; charset=utf-8	200	OK

Per calcolare l'IR ho utilizzato lo strumento di Screaming Frog. Come possiamo notare dal report, le pagine rilevate da Screaming Frog sono 52. Mentre le pagine indicizzate che sono state individuate con la funzione site sono 17.

Index Ratio

Formula: (pagine indicizzate / pagine indicizzabili)*100

Formula: (17 / 52)*100 = 32%

Il risultato è pessimo (32%) visto che è molto lontano sia dall' 80% che dal 120%. Per risolvere questo problema:

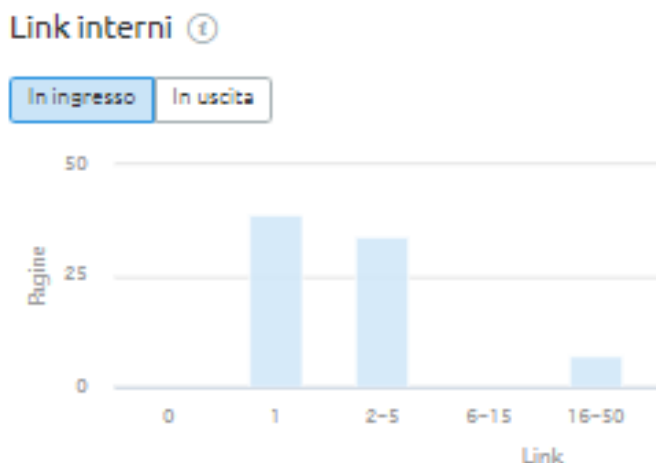
- Accedo alla Search Console e nella sezione del menù “controllo URL” incollo l'URL che vorrei fosse indicizzata. Attendo la verifica di Google e clicco “richiedi indicizzazione”.
- Creo una sitemap.xml del sito e la metto a disposizione di Google, aggiungendola al file robots.txt o inviandola direttamente a Search Console.

Analisi Link Building Interna



- **Profondità di crawling pagine:**

In questa sezione ho ottenuto informazioni sulla profondità di scansione del sito. Tutte le pagine del sito sono raggiungibili con massimo tre clic dalla home page, questo è un ottimo segnale.



- **Link intern in entrata:**

In questa sezione si possono notare le pagine che stanno ricevendo link interni e quante sono collegate internamente ad altre. Dal grafico possiamo notare che 39 pagine hanno solo un link in entrata, 34 ne hanno dai 2-5, mentre 7 dai 16-50.

Analisi Link Building Interna

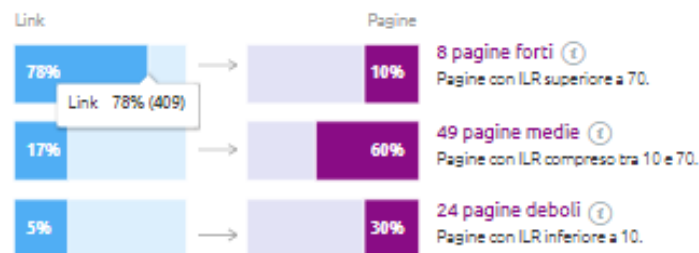
Link interni ⓘ



- **Link interni in uscita:**

In questa sezione si possono notare le pagine che stanno ricevendo link interni e quante sono collegate internamente ad altre. Dal grafico possiamo notare che 33 pagine hanno solo da 1-5 link in uscita e 48 ne hanno dai 6-25.

Distribuzione dei link interni ⓘ



- **Distribuzione dei link interni:** In questa sezione si identificano le pagine che hanno un LinkRank interno (ILR) debole. Si può notare che solo 8 pagine sono forti, mentre 49 sono medie e 24 sono deboli.

Analisi Link Building Interna

Problemi link interni ⓘ

Errori

Link interni interrotti [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Link malformati [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Avvertimenti

Link esterni interrotti [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Troppi link sulla pagina [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Attributi nofollow nei link interni in uscita [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

URL link troppo lunghe [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Avvisi

Nofollow attributes outgoing in external links [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Pagine orfane della Sitemap [Perché e come correggere](#) 167 problemi

Profondità crawl della pagina superiore a 3 clic [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Pagine con solo un link interno [Perché e come correggere](#) 39 problemi

Reindirizzamenti permanenti [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Risorse formattate come link alla pagina [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Link senza testo anchor [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

Link con testo anchor non descrittivo [Ulteriori informazioni](#) Nessun problema

- **Problemi link interni:**

In questa sezione si possono vedere i problemi del sito, suddivisi come errori, avvisi e avvertimenti relativi ai link interni. Si possono correggere le **Pagine orfane della Sitemap** esaminando tutte le pagine orfane dei tuoi file sitemap.xml. Si può scegliere se rimuovere una pagina non essendo più necessaria.

Riportala con un link da un'altra pagina del tuo sito web, se una pagina ha contenuti preziosi e porta traffico sul tuo sito web, Mentre se una pagina soddisfa una necessità specifica e non richiede alcun link interno, non bisogna modificarla.

Analisi Link Building Interna











Problemi link interni ⓘ

Errori		
Link interni interrotti	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Link malformati	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Avvertimenti		
Link esterni interrotti	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Troppi link sulla pagina	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Attributi nofollow nei link interni in uscita	Ulteriori informazioni	Nessun problema
URL link troppo lunghe	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Avvisi		
Nofollow attributes outgoing in external links	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Pagine orfane della Sitemap	Perché e come correggere	167 problemi
Profondità crawl della pagina superiore a 3 clic	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Pagine con solo un link interno	Perché e come correggere	39 problemi
Reindirizzamenti permanenti	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Risorse formattate come link alla pagina	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Link senza testo anchor	Ulteriori informazioni	Nessun problema
Link con testo anchor non descrittivo	Ulteriori informazioni	Nessun problema

Un altro fattore da correggere sono le **pagine con solo un link interno**.
Avere un numero molto basso di link interni in ingresso implica un numero molto basso di visite, o addirittura nessuna, e minori possibilità di ottenere un buon posizionamento tra i risultati della ricerca. È buona prassi aggiungere più link interni in ingresso alle pagine che hanno un contenuto utile. In questo modo, è possibile essere sicuri del fatto che gli utenti e i motori di ricerca riescano sempre a individuarle. Si può correggere aggiungendo altri link interni in ingresso alle pagine con contenuti importanti

Page Rank

Pagine in grado di passare il valore più alto di Internal LinkRank 

ILR	URL pagina	Visualizzazioni di pagine univoche	Link in uscita
100	https://www.warden.it/ 	n/d	22
93	https://www.warden.it/collection2021warden 	n/d	21
93	https://www.warden.it/ansakerwarden 	n/d	21
87	https://www.warden.it/giftcard 	n/d	18
80	https://www.warden.it/newstowarden 	n/d	11
73	https://www.warden.it/contactwarden 	n/d	9
73	https://www.warden.it/ideaglistri42warden 	n/d	9
73	https://www.warden.it/friends 	n/d	9
67	https://www.warden.it/products/giftcardwarden+1 	n/d	9
67	https://www.warden.it/products/giftcardwarden 	n/d	9

Pagine in grado di passare il valore più alto di Internal LinkRank: Qui si possono vedere rapidamente un elenco di pagine che hanno maggiore influenza sulle altre (ILR). Questo aiuta a identificare le pagine più autorevoli.

Queste pagine appaiono nell'header.








Infatti, essendo le pagine più esposte (es. Home, prodotti, collection, contatti, etc.) sono quelle che ricevono un maggior numero di link.

Page Rank

L'elenco riportato in precedenza raffigura le pagine in grado di passare il valore più alto di **Internal LinkRank** alle altre pagine. Per migliorare le prestazioni del sito è consigliato inserire un link in queste pagine, che sono quelle che passano più link juice alle altre pagine del tuo sito. Bisogna assicurarsi che i link rimandino a pagine con contenuti rilevanti, interessanti e attraenti per gli utenti.

Struttura

Struttura del sito

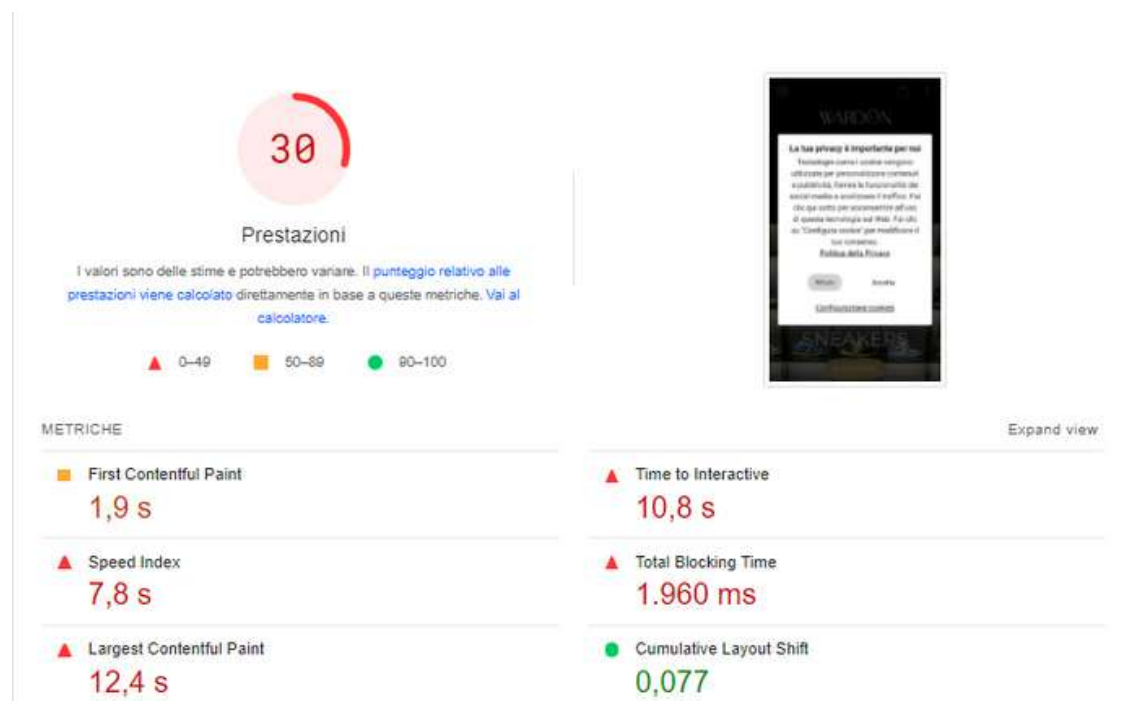
Directory	URL	Problemi
 https://www.wardon.it	94	541
 /amo	33	125
 /products	33	174
 /newstorewardon	3	7
 /ades@iastrif42wardon	2	6
 /friends	1	4
 https://wardon.it	1	5

Analisi velocità

Mobile

I dati forniti da PageSpeed Insight confermano ciò che effettivamente l'utente può sperimentare in maniera empirica.

Le prestazioni hanno un punteggio di 30, la velocità di caricamento (7,8 s) è troppo bassa.



Analisi velocità

Mobile

OPPORTUNITÀ

Opportunità

Risparmi stimati

- | | | | | |
|---|---|---|--------|---|
| ▲ | Riduci il codice JavaScript inutilizzato |  | 1,5 s | ▼ |
| ■ | Usa immagini di dimensioni adeguate |  | 0,45 s | ▼ |
| ■ | Pubblica immagini in formati più recenti |  | 0,45 s | ▼ |
| ■ | Evita di pubblicare codice JavaScript precedente in browser moderni |  | 0,15 s | ▼ |

Questi suggerimenti possono aiutarti a velocizzare il caricamento della pagina. Non [incidono direttamente](#) sul punteggio Prestazioni.

DIAGNOSTICA

- | | | |
|---|--|---|
| ▲ | Assicurati che il testo rimanga visibile durante il caricamento dei caratteri web | ▼ |
| ▲ | Non usa listener passivi per migliorare le prestazioni dello scorrimento | ▼ |
| ▲ | Gli elementi immagine non hanno <code>width</code> e <code>height</code> esplicite | ▼ |
| ▲ | Riduci al minimo il lavoro del thread principale — 7,0 s | ▼ |
| ▲ | Riduci il tempo di esecuzione di JavaScript — 4,5 s | ▼ |
| ■ | First Contentful Paint (3G) — 3960 ms | ▼ |

Analisi velocità

Mobile Opportunità

RIDURRE IL CODICE JAVASCRIPT NON UTILIZZATO

Per questo problema è necessario individuare i plugin di WordPress che caricano JavaScript inutilizzato.

Verifico la presenza di questi plugin con lo strumento Coverage Tab in Chrome DevTools.

PUBBLICA IMMAGINI IN FORMATO PIÙ RECENTE

Preferisco formati con WebP e AVIF, che consentono una maggiore compressione rispetto ai formati JPEG e JPG, nonché un minor consumo dei dati mobili. PageSpeed Insight mi segnala che con questa correzione potrei ridurre i tempi di caricamento(0,45s).

USA IMMAGINI DI DIMENSIONI ADEGUATE

La compressione delle immagini è fondamentale per l'ottimizzazione del sito e per la velocità dello stesso. Utilizzo uno strumento come compressjpeg.com per ridurre le dimensioni delle immagini originali.

Analisi velocità

Mobile Diagnostica

ASSICURATI CHE IL TESTO RESTI VISIBILE DURANTE IL CARICAMENTO DEI CARATTERI WEB

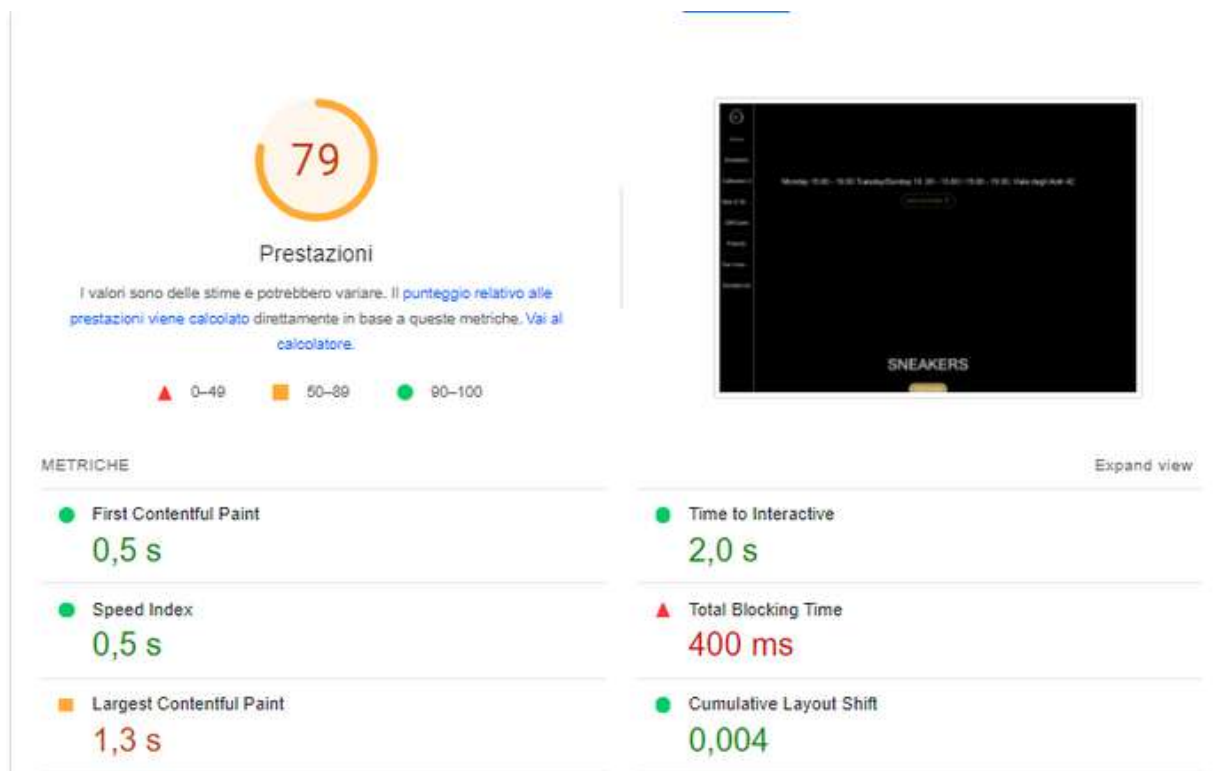
Il modo più semplice per evitare di mostrare testo invisibile durante il caricamento di caratteri personalizzati è mostrare temporaneamente un carattere di sistema.

Al fine di includere la visualizzazione dei caratteri scambio nel mio stile @font-face e posso così evitare il FOIT.

Analisi velocità

Desktop

I dati forniti da PageSpeed Insight confermano ciò che effettivamente l'utente può sperimentare su desktop. Le prestazioni hanno un punteggio di 79 migliore di gran lunga su desktop rispetto al mobile. La velocità di caricamento (0,5s) è ottima.



Analisi velocità

Desktop

OPPORTUNITÀ

Opportunità

Risparmi stimati

■ Riduci il codice JavaScript inutilizzato 0,2 s ^

Riduci il codice JavaScript inutilizzato e rimanda il caricamento degli script finché non sono necessari al fine di ridurre i byte consumati dall'attività di rete. [Scopri di più](#). [LCP](#)

URL	Dimensioni trasferimento	Potenziati riduzioni
...front-js/main-es2017.572f886...js (back.ww-cdn.com)	471,3 KIB	208,4 KIB
...front-js/polyfills-es2017.252240d...js (back.ww-cdn.com)	22,1 KIB	22,0 KIB
...front-js/polyfills-es5.99e8efc...js (back.ww-cdn.com)	54,2 KIB	21,5 KIB

Questi suggerimenti possono aiutarti a velocizzare il caricamento della pagina. Non [incidono direttamente](#) sul punteggio Prestazioni.

DIAGNOSTICA

- ▲ Assicurati che il testo rimanga visibile durante il caricamento dei caratteri web
- ▲ Non usa listener passivi per migliorare le prestazioni dello scorrimento
- ▲ Gli elementi immagine non hanno `width` e `height` espliciti

Dei plugin wordpress utili che solitamente funzionano con vari template, possono essere plugin come Imagify e Smush per le immagini. Per ora, è meglio cercare di risolvere gli errori che già sono stati evidenziati e magari lavorare sui CSS e Java con AutoOptimize (wp-rocket se c'è budget a disposizione).

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

Per l'analisi AUDIT del sito ho utilizzato gli strumenti di Ubersuggest, per comprendere quali sono gli errori che stanno affliggendo il sito.



Come si può notare il punteggio SEO è molto basso e il sito non è minimamente posizionato sul motore di ricerca. Il traffico mensile organico è nullo, come i backlinks e le keywords organiche.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

Si può notare sin da subito che gli errori rilevati, inoltre, sebbene più o meno facilmente risolvibili, hanno un impatto alto sulla SEO.

SEO ISSUES DISCOVERED		DIFFICULTY	SEO IMPACT
<ul style="list-style-type: none">• Nessuna mappa del sito• Nessun certificato SSL valido• Conteggio parole basso• Tempo di caricamento lungo• Nessun tag H1	View Details →	Moderate	High
	View Details →	Moderate	High
	View Details →	Moderate	High
	View Details →	Hard	High
	View Details →	Easy	Medium

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

NO SITEMAP

I file Sitemap.xml possono facilitare le possibilità di posizionamento rendendo più facile la scansione del sito da parte dei motori di ricerca. Creando un elenco unificato di URL che vorresti fossero indicizzati, il file sitemap.xml assicura che non solo il tuo sito venga scansionato correttamente, ma che venga eseguito in modo rapido ed efficiente.e

Per iniziare a creare la mappa del sito XML, bisogna seguire tre fasi:

1. Creare la mappa del sito XML con Screaming Frog ad esempio
2. Aggiungere la mappa del sito XML al sito web.
3. Inviare la mappa del sito XML a Google.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

NO SITEMAP

I file Sitemap.xml possono facilitare le possibilità di posizionamento rendendo più facile la scansione del sito da parte dei motori di ricerca. Creando un elenco unificato di URL che vorresti fossero indicizzati, il file sitemap.xml assicura che non solo il tuo sito venga scansionato correttamente, ma che venga eseguito in modo rapido ed efficiente.

Per iniziare a creare la mappa del sito XML, bisogna seguire tre fasi:

1. Creare la mappa del sito XML con Screaming Frog ad esempio
2. Aggiungere la mappa del sito XML al sito web.
3. Inviare la mappa del sito XML a Google.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

NO VALID SSL CERTIFICATE

I certificati SSL sono certificati digitali che consentono una connessione crittografata e autenticano un sito Web. Forniscono ai visitatori la rassicurazione che avranno una connessione sicura tra il tuo sito e il loro dispositivo. Il passaggio da http a https sul tuo sito è ora considerato qualcosa che può aiutarti a migliorare il posizionamento in quanto fornisce un'esperienza più sicura, e quindi migliore, all'utente finale.

Per certificare il sito useremo OpenSSL in modo da generare tutti i nostri certificati.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

LOW WORD COUNT

Senza abbastanza testo su una pagina, Google avrà difficoltà a capire di cosa tratta il contenuto. Se Google non sa di cosa tratta il contenuto, non sarà in grado di classificare i tuoi contenuti per i termini di ricerca che stai prendendo di mira. Aggiungendo più testo, stai dicendo ai crawler di Google e ai tuoi utenti finali, di più su ciò che hai da offrire. Qualsiasi contenuto inferiore a poche centinaia di parole è considerato contenuto e sarà quasi impossibile classificarlo. Per risolvere ciò aggiungeremo più contenuto alla pagina in modo che non sia considerato contenuto sottile e abbia maggiori possibilità di posizionamento. In generale, la pagina web media che si posiziona nella prima pagina di Google contiene 2200 parole.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

LONG LOAD TIME

Il tempo di caricamento di un sito Web si riferisce al tempo impiegato dall'intero sito per il rendering nel browser, visualizzando tutte le parti del codice HTML del sito. Questo non include immagini, CSS, Java o altri codici non HTML. Non è mai stato così importante che il tempo di caricamento del tuo sito avvenisse rapidamente. Se vuoi che i tuoi contenuti si classifichino, è fondamentale che il tuo sito si carichi rapidamente. Più veloce è, meglio è.

Per risolvere ciò bisogna assicurarsi che il codice HTML del sito web sia pulito e ordinato. La rimozione di plug-in, elementi o funzionalità non necessari può aiutare con la velocità di caricamento. Bisogna assicurarsi di comprimere immagini e memorizzare nella cache.

Se il tuo server sta compromettendo la tua velocità di caricamento, considera l'aggiornamento a una società di hosting migliore o a un piano più solido.

Analisi site audit

Errori che affliggono il sito

NO H1 TAG

I crawler dei motori di ricerca preferiscono i contenuti strutturati correttamente e con una gerarchia quando si tratta di tag di intestazione. Il tag H1 è il più importante e dice ai motori di ricerca di cosa tratta il tuo contenuto. Dovrebbe esserci un solo tag H1 per ogni pagina. Per risolvere ciò bisogna aggiungere un tag H1 alle tue pagine che sia rilevante per il contenuto che stai postando.

Prova a includere le parole chiave nel tag H1 e limita ogni pagina a un solo tag H1.

Backlinks

L'attività di Link Building è assente. Non ci sono backlinks.

È importante ricordare che è la qualità (e non la quantità) dei backlink ad apportare valore al sito. I link provenienti da pagine con tematiche affini e con un minimo di storico possono, generare traffico e, di conseguenza, non andrebbero eliminati.

L'obiettivo è quello di ottenere un valore aggiunto da una strategia di Link Building, andando a ricevere backlinks da fonti autorevoli, in modo da ottenere un vantaggio non solo in termini di traffico ma anche di DA agli occhi di Google. Tutto finalizzato per migliorare il posizionamento nei risultati di ricerca.

Backlinks

IDEE PER GENERARE BACKLINKS

Un'idea per creare backlinks autorevoli potrebbe essere quella di contattare fashion blogger e influencer che si occupano di moda e streetwear. Proponendo contenuti interessanti come outfit settimanali/mensili creati da loro o confronti e un pareri sui capi dell'e-commerce. Inoltre realizzerai delle interviste ad alcuni influencer del settore, in modo tale che la persona in questione sarà propensa a condividere l'intervista sul proprio blog facendo guadagnare un backlink.

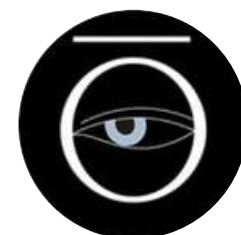
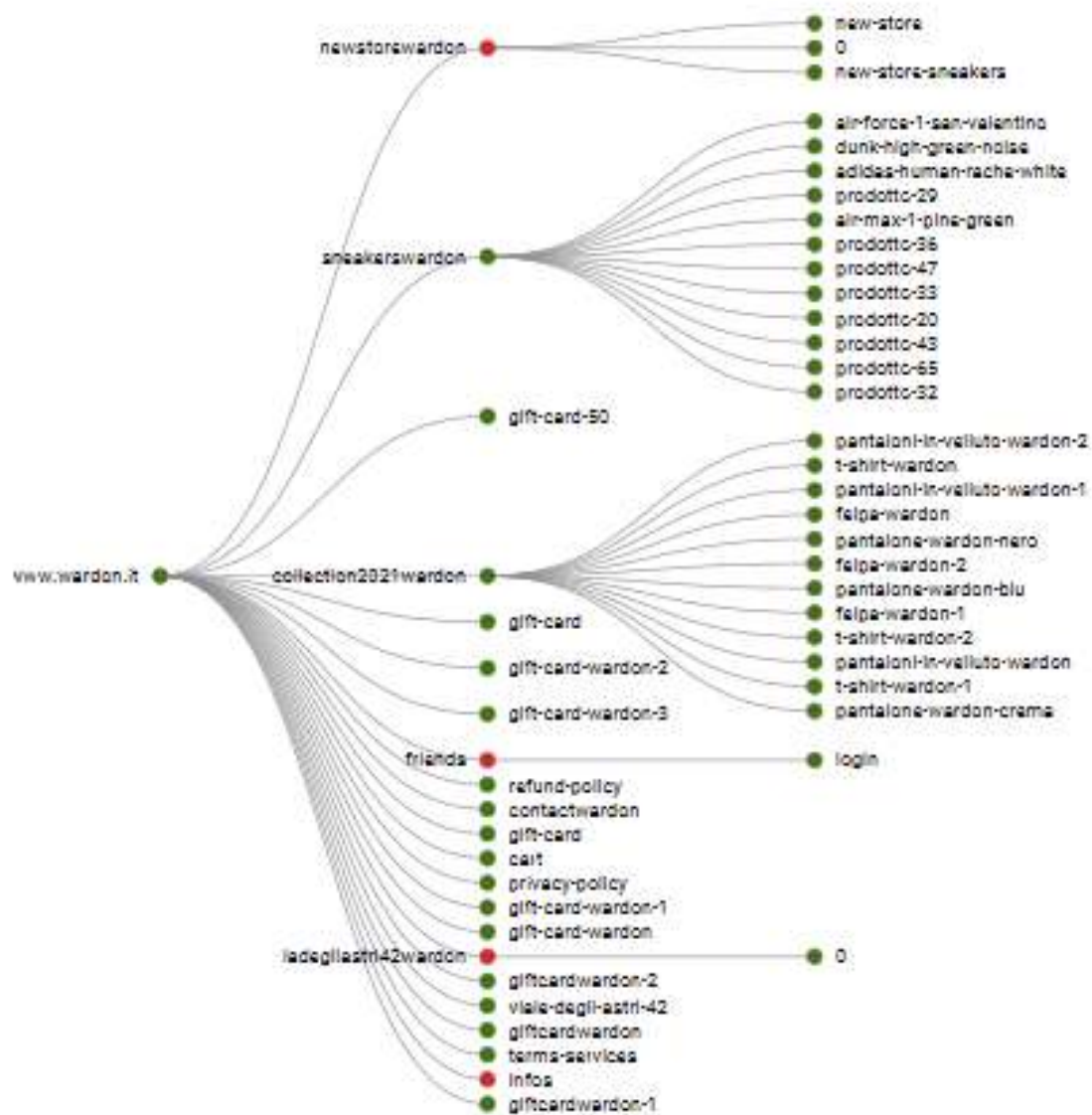
Il passo fondamentale è quello di scrivere contenuti di qualità originali e pertinenti, in modo da far accorgere le persone che i contenuti sono di valore e far conseguentemente consigliare gli articoli sul post.

Analisi struttura

Il grafico ad albero scansione di Screaming Frog mostra visivamente ciò che ho rilevato anche nell'analisi del sito lato utente. Le pagine non sono molte. Come già approfondito in precedenza, sarebbe utile, a mio parere, integrare il sito con altre pagine come ad esempio il blog. Elemento fondamentale è l'inserzione di contenuti profondi ed esaustivi, sia strettamente legati ai prodotti proposti che al target cui il negozio si rivolge. La struttura del sito andrebbe rivista, aggiungendo e pianificando altri anche a livello di altri contenuti e di link building interna. Il passo fondamentale sarà inserire le giuste keyword e posizionare al meglio il sito nei motori di ricerca a livello SEO, visto che è difficilmente raggiungibile tra i risultati di ricerca.



Analisi struttura



Motivazione

Ho scelto di analizzare questo **sito** perché conosco la **passione** con cui il proprietario **crea** e **realizza** i **capi**. Da amante della **moda** e dello **streetwear**, ritengo sia necessario che attività del genere si espandano, in modo che gli amanti della moda e non solo possano **limitare** ed **eliminare** i loro acquisti nei **fast-fashion**.

I **progetti** che realizzo li pubblico sul mio profilo **LinkedIn** cercando di **sensibilizzare** gli utenti sulla **sostenibilità**.

Per la realizzazione del progetto ho voluto dare continuità alla sezione **Fashion** che ho già utilizzato nei **progetti precedenti**, in modo da realizzare **una strategia completa** per un **singolo settore**, cercando di **migliorare passo dopo passo**.

Contatti

E-mail 

gpolisini8@gmail.com

Linkedin 

<https://www.linkedin.com/in/gabrielpolisini/>



Gabriel Polisini
Social Media Manager



A close-up photograph of a person's hands holding a tablet computer. The tablet screen displays several lines of text, which is mostly blurred. The person is wearing a light-colored, possibly white, long-sleeved shirt. The background is out of focus, showing what appears to be a desk or table with some papers and a lamp. Overlaid on the center of the image is the text 'Grazie per l'attenzione' in a large, black, sans-serif font.

Grazie per
l'attenzione