

## Il potere del dominio web nei motori di ricerca

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 25/01/2010

Quale è la migliore strategia per posizionare nei motori di ricerca un sito web di nuova creazione? Perché è fondamentale registrare il dominio web giusto? In questo articolo un esempio per il posizionamento del sito web di un hotel.

### Finalmente il sito è online, ma...

La creazione di un sito web nuovo da associare ad un nuovo dominio è un "evento" da cui ci si aspetta sempre un ritorno in termini di visite, contatti e posizionamento nei motori di ricerca.

La prima aspettativa che si ha quando si pubblica un nuovo sito su un nuovo dominio è quella di volerlo vedere subito in cima ai risultati di ricerca di Google ed altri motori di ricerca. Soprattutto se si desidera che il sito web costituisca uno strumento di business nel proprio mercato con milioni di potenziali clienti.

Eppure molto spesso capita che, dopo mesi di progettazione e sviluppo del sito web, il nuovo sito pubblicato online rimanga invisibile nei risultati dei motori di ricerca per lungo tempo.

L'azienda o il privato proprietario del sito cominciano quindi a chiedersi **come mai il loro amato sito non è visibile** e quindi raggiungibile da nessuno. A cosa serve una novità se nessuno ne viene a conoscenza?

Nel domandarsi le ragioni di tale invisibilità si comincia a pensare alla struttura del sito, ai suoi contenuti, alle ottimizzazioni spesso mancanti, ma la prima domanda da porsi riguarda il dominio web che si è registrato e a cui il sito è associato.

### Pensare e poi fare...

Il primo errore che si commette nell'avviare una qualsiasi attività di business è di attivarsi nel "fare" senza aver prima "pensato" a cosa si andava incontro, ad esempio senza aver valutato attentamente la concorrenza presente nel settore di propria competenza.

Consideriamo l'esempio di un hotel sul lago di Garda, chiamiamolo "Hotel Onda Dorata" e immaginiamo che si trovi a Sirmione. Immaginiamo che il proprietario dell'hotel abbia definito in modo chiaro l'obiettivo che si propone di raggiungere con il sito web del proprio hotel: ottenere delle prenotazioni via internet direttamente dal proprio sito (e non di siti terzi a cui pagare una provvigione). Per fare questo intende

posizionarsi nella prima pagina di Google, superando i suoi diretti concorrenti della zona.

La realizzazione del sito dell'hotel viene commissionata ad una web agency non esperta nell'ottimizzazione per i motori di ricerca e che si limita a soddisfare i desideri del cliente, il primo dei quali è registrare il dominio "www.ondadorata.it" ed avere un sito web realizzato con tecnologia flash con grandi immagini di presentazione e pochi testi.

Il sito si trova ad operare in un mercato turistico in cui la concorrenza è molto elevata, concorrenza che, in assenza di un progetto SEO, non è stata valutata. Ad esempio con la parola chiave "hotel garda" in Google.it sono presenti oltre 2.000.000 di risultati (e quindi di pagine concorrenti al proprio sito) per cui, per poter ottenere un posizionamento nei primi 10 risultati (prima pagina) si dovrà superarne almeno 1.999.990. Analogamente con la parola chiave "hotel sirmione" che ha 640.000 risultati.

Ma con chi può competere un sito web che si chiama "www.ondadorata.it"? Con siti web che parlano dell'argomento "onda dorata" e non di hotel sul lago di Garda! Siti web in numero molto minore (64.400 risultati) e con argomenti completamente differenti l'uno dall'altro: arte, cornici, fotografia, orecchini, poesia... giusto per citare quelli che con tale parola chiave sono presenti nella prima pagina di Google.

### **A cosa non ha pensato il proprietario del sito?**

L'idea di registrare il dominio "www.ondadorata.it" è nata dal desiderio di far conoscere il nome dell'albergo, ma il risultato è che il sito web dell'albergo è rintracciabile solo cercando il termine "onda dorata", il che significa già conoscere tale nome!

Per altro: chi cerca tale termine? Andando a verificare il numero medio di ricerche mensili in Google di tale termine si scopre che è... 0! Mentre il numero medio di ricerche mensili per "hotel garda" è 246.000 e per "hotel sirmione" 90.500

Dunque c'è un **errore iniziale** che è stato fatto **nella registrazione stessa del dominio**. Anzi a tale errore hanno concorso altri errori precedenti, quali:

- non aver effettuato un'analisi della concorrenza online
- non aver effettuato un'analisi delle keyword utili al posizionamento
- non aver creato un sito web ottimizzato per le keyword utili al posizionamento
- aver registrato un dominio che non contiene la business keyword di interesse

Invero, in ultima analisi, l'errore è stato: non essersi rivolti ad un'agenzia seo in grado di soddisfare l'obiettivo che il proprietario dell'hotel si poneva con il sito.

## Quale è allora il dominio giusto da registrare?

Il **nome di dominio** costituisce il primo **fondamentale fattore di ottimizzazione** per il posizionamento nei motori di ricerca. Pertanto un aspetto chiave a cui deve soddisfare è la presenza della business keyword al suo interno, ovvero di quella parola chiave che costituisce l'obiettivo del posizionamento, compatibilmente con il volume di ricerche che ha e di traffico che genera.

Restando nell'esempio degli hotel sul lago di Garda, l'analisi della concorrenza web avrebbe non a caso rilevato che nella prima pagina dei risultati di Google.it i siti presenti sono:

- [www.hotelgardaroma.it](http://www.hotelgardaroma.it)
- [www.hotelcontinentalgarda.it](http://www.hotelcontinentalgarda.it)
- [www.hotelgardamilan.com](http://www.hotelgardamilan.com)
- [www.gardahotel.it](http://www.gardahotel.it)
- [www.gardaportal.it](http://www.gardaportal.it)
- [www.gardengarda.it](http://www.gardengarda.it)
- [www.infogardahotel.it](http://www.infogardahotel.it)

che presentano la keyword "hotel garda" o "garda hotel" o quanto meno "garda" nel nome di dominio, ed altri che in ogni caso presentano la keyword "hotel garda" nel TITLE di pagina.

Dunque, considerando:

1. l'obiettivo di visibilità nei motori di ricerca che il sito "Hotel Onda Dorata" si pone per poter soddisfare l'obiettivo finale di ricevere richieste di prenotazione
2. la concorrenza sul web per il settore "hotel sul lago di Garda"
3. il volume di ricerche mensili in Google per la keyword "hotel garda"

un dominio ottimizzato da registrare sarebbe stato: "www.hotelgardaondadorata".

E' immaginabile la reazione immediata del proprietario dell'hotel: "ma è troppo lungo da scrivere! non ci sta sulla carta intestata, sui biglietti da visita, sugli adesivi, è lungo anche da scrivere con la tastiera nella casella del browser..."

Fermo restando che non c'è motivo per cui un utente debba scriverlo con la tastiera del suo computer nella casella del browser, dal momento che non conoscendo l'hotel si limita a cercare "hotel garda" in Google, per il resto delle obiezioni la risposta è semplice: si può registrare il più breve dominio "www.ondadorata.it" da scrivere nei biglietti da visita ecc..., ma non sarà questo il dominio che sarà segnalato a Google per l'indicizzazione e non sarà questo quello che verrà trovato nei risultati di ricerca.

## Conclusioni

Il nome di dominio è un fattore fondamentale per il posizionamento nei motori di ricerca, ma deve essere **supportato da un sito web ottimizzato**, ovvero realizzato con una architettura search engine friendly, cioè ottimizzata per i motori di ricerca, ed utile per gli utenti, con contenuti testuali utili ed ottimizzati con le parole chiave di interesse.

Registrare un dominio non attinente al proprio business e soprattutto "incoerente" rispetto alla concorrenza nei motori di ricerca e ai volumi di ricerca degli utenti può far perdere la prima occasione di visibilità e posizionamento.

Prima di registrare il dominio per il vostro sito web **rivolgetevi ad una agenzia web esperta in posizionamento nei motori di ricerca**

**1mas srl**

**[www.1mas.it](http://www.1mas.it)**

V.le S. Eufemia, 34

25135 Brescia (BS)

+39 030 369 6400

---

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it