

# Guida SEO – L'Importanza delle Parole Chiave e delle Frasi di Ricerca

## *Come i Termini di Ricerca Determinano la Scopribilità Online*

Una guida pratica che spiega come parole chiave e frasi di ricerca influenzino la scopribilità online e come le aziende possano allineare i contenuti del proprio sito web ai termini utilizzati dai potenziali clienti.

---

## Introduzione

La crescita dell'export dipende sempre più da una **scopribilità digitale strutturata**. Questa guida spiega il ruolo delle parole chiave e delle frasi di ricerca nell'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) e come le imprese possano migliorare la propria scopribilità online.

Descrive come i motori di ricerca interpretano le query degli utenti, perché le parole chiave devono essere supportate da contenuti pertinenti nel sito web e come le aziende possano valutare se i termini scelti stanno effettivamente attirando visitatori interessati.

La guida evidenzia inoltre l'importanza dei contenuti multilingue per raggiungere pubblici internazionali e migliorare la visibilità nelle ricerche globali.

## Che Cos'è la SEO?

In termini semplici, la **SEO (Search Engine Optimisation)** è il processo di miglioramento di un sito web per aumentarne la visibilità su Google, Microsoft Bing e altri motori di ricerca quando le persone cercano:

- prodotti che vendete
- servizi che offrite
- informazioni su argomenti in cui avete esperienza o competenze specifiche

Maggiore è la visibilità delle vostre pagine nei risultati di ricerca, maggiore è la probabilità che vengano trovate. L'obiettivo della SEO è in ultima analisi attirare visitatori sul sito web che possano diventare clienti.

In questa guida consideriamo la situazione in cui la vostra azienda **non viene cercata per nome**, ma attraverso i prodotti e i servizi che offre.

## L'Importanza delle Parole Chiave e delle Frasi di Ricerca

La SEO è determinata da diversi fattori che non analizzeremo nel dettaglio in questa guida. È possibile trovare informazioni sugli elementi e sul peso relativo che i principali motori di ricerca attribuiscono ai vari fattori nei loro algoritmi. Sebbene questi algoritmi differiscano tra un motore di ricerca e l'altro, sono generalmente abbastanza simili. Per questo motivo, in questa guida ci concentreremo principalmente su Google.

Details for Google can be [found here](#).

Dalla spiegazione fornita da Google si comprende che la prima considerazione è la seguente:

“Per restituire risultati pertinenti, dobbiamo prima stabilire cosa stai cercando — l’intento dietro la tua query. Per farlo, costruiamo modelli linguistici per cercare di interpretare come le poche parole inserite nella casella di ricerca possano corrispondere ai contenuti più utili disponibili.”

Questo significa che il punto di partenza è **il termine di ricerca utilizzato**. Quanto più le vostre parole chiave e frasi di ricerca corrispondono ai termini utilizzati dagli utenti, tanto più è probabile che Google restituisca il vostro sito web nei risultati di ricerca.

Il secondo elemento considerato è la **rilevanza di queste parole chiave e frasi nel contesto dei contenuti presenti nelle vostre pagine web**.

Da questo derivano due considerazioni fondamentali:

1. Quali sono le parole chiave e le frasi di ricerca che gli utenti probabilmente utilizzeranno per trovare i miei prodotti o servizi? In altre parole, quali termini definiscono e differenziano i miei prodotti e servizi rispetto a quelli di altri fornitori?
2. Le parole chiave e le frasi selezionate sono effettivamente supportate da contenuti pertinenti all’interno del mio sito web?

In termini semplici: **se sbagliate questi elementi, il vostro sito non verrà trovato**.

## Dove Si Trovano le Parole Chiave e le Frasi di Ricerca nel Sito Web

Essenzialmente in due luoghi:

1. Nel testo delle pagine pubblicate sul sito web.
2. Nei **metadati** delle pagine web (parole chiave e meta description), che vengono indicizzati dai motori di ricerca ma non sono visibili direttamente nella pagina pubblicata.

## Strumenti di Supporto Online

Esistono diversi strumenti online che possono aiutare a generare parole chiave e frasi di ricerca pertinenti (basta cercare “keyword generators”).

A seconda del browser utilizzato, è possibile visualizzare questi elementi facendo clic con il tasto destro su una pagina web e selezionando **“Visualizza sorgente pagina”** (o funzione simile). Le parole chiave e le frasi appaiono principalmente nei contenuti visibili delle pagine web, nei titoli, nei titoli di sezione e nelle meta description, che i motori di ricerca utilizzano per comprendere l’argomento e la rilevanza di una pagina.

## Alcune Considerazioni Importanti

Come indicato sopra, è possibile utilizzare strumenti online per generare parole chiave e frasi di ricerca. Tuttavia, è spesso utile dedicare tempo alla creazione di un elenco di termini che

definiscano e differenzino i vostri prodotti e servizi, poiché nessuno conosce la vostra attività meglio di voi.

Per quanto riguarda gli aspetti geografici, questi possono essere utilizzati come qualificatori dei termini. In questo modo, il vostro sito potrà essere trovato quando qualcuno cerca prodotti o servizi nella vostra area geografica, ad esempio:

“web designer con sede a Londra specializzato in video aziendali”.

Spesso le **frasi di ricerca** funzionano meglio delle singole parole chiave, perché forniscono un contesto più completo e riflettono meglio il modo in cui gli utenti effettuano le ricerche. Ad esempio, qualcuno che cerca:

“designer italiano borse in pelle da donna”

ha maggiori probabilità di utilizzare questa frase piuttosto che il termine generico “borsa”.

## Le Vostre Parole Chiave Sono Efficaci?

Una volta creato l’elenco delle parole chiave e delle frasi di ricerca:

1. Verificate che siano effettivamente supportate da contenuti pertinenti nel vostro sito web e nei vostri profili sui social media.
2. Verificate con Google Analytics quanto siano efficaci nell’attrarre visitatori. In base ai risultati, decidete se sia necessario rivedere l’elenco. ([Guida all’Indicizzazione, al Posizionamento e all’Analisi del Traffico Online](#))
3. Valutate se utilizzare questi termini anche nelle campagne **Google Ads** per aumentare il traffico.

## Altre Considerazioni

Se operate nel commercio internazionale o state valutando opportunità di export, è importante considerare che **solo circa l’8% della popolazione mondiale ha l’inglese come lingua madre**. Le aziende che si affidano esclusivamente a siti web in lingua inglese limitano quindi significativamente la propria scopribilità internazionale.

Per raggiungere i mercati non anglofoni è necessario apparire nei risultati di ricerca nelle loro lingue. Tuttavia, questo è difficile senza pubblicare contenuti in lingua straniera sul proprio sito web.

Una soluzione rapida, semplice ed economica consiste nel pubblicare un **Microsito Multilingue**. Per maggiori informazioni, vedere [ExpoWorld.cloud](#).

## Utilizzare ChatGPT

È possibile utilizzare **ChatGPT**, o altre piattaforme simili, per aiutare a generare parole chiave e frasi di ricerca e per sviluppare “meta description” pertinenti.

Vedere [Utilizzare l’IA per Generare Contenuti di Export Strutturati](#).

## Conclusioni

- Individuare le parole chiave e le frasi di ricerca pertinenti per la vostra azienda, i suoi prodotti e servizi è essenziale per attirare traffico qualificato sul vostro sito web.
- Questi termini devono essere supportati da contenuti pertinenti pubblicati sul sito web e nei profili social dell'azienda.
- Verificate l'efficacia delle parole chiave analizzando i dati di traffico in **GA4** e aggiornate l'elenco quando necessario.
- Per apparire nelle ricerche in lingua straniera, le aziende devono disporre di **contenuti multilingue pertinenti e di un'infrastruttura digitale di visibilità dell'export strutturata**.

---

Per maggiori informazioni, consultare: [Protegra](#)

---

## Risorse del Centro di Conoscenza

Ulteriori indicazioni sulla visibilità dell'export, sulla presenza digitale multilingue e sull'infrastruttura di visibilità commerciale digitale sono disponibili nella [Libreria delle Risorse ExpoWorld](#).

La Libreria delle Risorse fornisce una panoramica di tutte le pubblicazioni del [Centro di Conoscenza](#), insieme a brevi descrizioni di ciascun documento.

Nuove risorse vengono aggiunte periodicamente. I documenti aggiornati appariranno nella Libreria delle Risorse non appena disponibili.