

LINK BUILDING E DIGITAL PR

Prezzo: **Prezzo di listino**
19,00 € **Prezzo a te riservato**
18,05 €



Codice	9788891644848
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	17 nov 2020
Reparto	Economia, Informatica, LIBRI
Autore	Schirru Stefano
Editore	Maggioli

Descrizione

I link sono, da sempre, alla base del web.

Senza link non si potrebbe passare da una pagina all'altra, non esisterebbe la "navigazione" come siamo stati abituati a viverla fino ad oggi.

Se uniamo la forza dei link ad una comunicazione studiata, di qualità e in linea con i valori del nostro brand, allora avremo ottenuto il mix vincente che ci consentirà di portare traffico qualificato verso il nostro sito web, aumentando vendite e fatturato.

Proprio qui si trova la caratteristica distintiva del libro: nella creazione di un felice connubio tra Link Building e Digital PR, tra una comunicazione efficace, capace al tempo stesso di portare valore al lettore e comunicare in maniera efficiente i punti di forza di un brand, e i collegamenti ipertestuali così cari ai motori di ricerca.

Capitolo 1 Introduzione alla Link Building e alle Digital PR

1.1 Facciamo un passo indietro: il Brand

1.1.1 Cos'è il Brand

1.2 Come incide il Brand nella SEO

1.3 L'importanza della percezione

1.3.1 Rimettiamo le persone al centro del nostro lavoro

1.3.2 Farsi trovare nel posto giusto al momento giusto

1.4 Aumentare il fatturato della tua azienda con SEO e Digital PR

Capitolo 2 Link building.

2.1 La SEO di oggi (e di domani)

2.1.1 Le tappe degli update di Google

Google Penguin Update

Google Panda Update

Hummingbird

Rankbrain

Fred

2.2 Che cos'è la Link Building

2.3 Come devi fare Link Building

2.3.1 Come dovrebbe essere il profilo link del tuo sito web

Arco temporale di acquisizione dei link

Rapporto Link Follow/Nofollow

Link distribuiti verso le pagine interne del proprio sito

2.4 Come eseguire una link audit

Referring Domain

Anchor Text

Best Pages By Link

Internal Backlinks

Altre sezioni importanti

Conclusione e reportistica

2.5 Come sviluppare e pianificare la strategia di Link Building e Digital PR

2.5.1 Le query di ricerca su cui lavorare

2.5.2 Quali siti scegliere

2.5.3 Pagine obiettivo e frequenza di pubblicazione

2.5.4 Quali anchor text utilizzare per linkare le pagine del mio sito

2.6 Messa in pratica e monitoraggio

2.6.1 I rapporti con gli editori

2.6.2 Monitoraggio dell'attività di Link Building

2.7 Bonificare il profilo link

2.7.1 Cosa dice Google a proposito dei link "non naturali"

Gli schemi di link secondo Google

Rapporti e azioni manuali

2.8 Fare Link Building come un Quality Rater

Come misurare la Link Building e costruire link come un Quality Rater di Google

di Alessandro D'Andrea e Angelo Valenza

2.9 Black Hat SEO: il lato oscuro della SEO

2.9.1 Recuperare domini scaduti

2.9.2 PBN: come e quando realizzarne una

2.9.3 Come realizzare una PBN a prova di motore di ricerca

Capitolo 3 Le Digital PR

3.1 Cosa comunicare con le Digital PR

3.2 Testate giornalistiche e agenzie di stampa

3.3 Come progettare un'attività di Digital PR integrata alla Link Building

Buzzsumo

Google Trends

3.4 Come gestire una redazione

3.4.1 Come organizzare i contenuti

3.4.2 Come gestire i copy

3.4.3 L'importanza della formazione dei copy

Capitolo 4 Link Building e Digital PR per e-commerce

4.1 I numeri dell'e-commerce in Italia e all'estero

4.1.1 I dati di vendita degli e-commerce del 9

4.1.2 La rapida corsa dei consumatori

4.1.3 Dati e-commerce statunitensi

4.2 Casi di studio: e-commerce

4.2.1 Il caso ibs.it

Conclusione e considerazioni

4.2.2 Il caso Negozio del vino

4.2.3 Il caso Home

Capitolo 5 Link Building e Digital PR per i servizi

5.1 Vendere servizi online

5.2 Caso di studio: Fiscoeasy

5.3 Caso di studio: Pratiche.it, visureitalia.com e tuttovisure.it

Capitolo 6 Pulizia SERP: come difendere il proprio Brand

6.1 La rimozione dei contenuti su Google

6.1.1 Come intervenire sulle SERP di Google

6.1.2 Cosa fare quando ci sono notizie che penalizzano il tuo business

6.1.3 Ripulire le SERP dei motori di ricerca è possibile?

Capitolo 7 Strumenti utili

7.1 Strumenti per la Keywords research

7.1.1 Semrush

7.1.2 Seozoom

7.1.3 Answer the Public

7.1.4 Keywordtool.io e Ubersuggest

7.2 Strumenti per la Link Building

7.2.1 Ahrefs

7.2.2 Majestic SEO

7.3 Strumenti per le Digital PR

7.3.1 Similarweb

7.3.2 Buzzsumo

7.4 Altri Tool

7.4.1 Google Trends

7.4.2 SERPlab

7.4.3 Strumenti di Google (Analytics e Search Console)

Conclusioni

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

