

Metà del traffico di Google: come recuperarlo

Scritto da Andreas Dzumla

Le immagini sono gentilmente fornite da Longtail UX e sono utilizzate col permesso dell'autore.

Rand Fishkin ci ha scioccati tutti il 13 novembre sul palco di SMX East a New York.

Ho sentito chiaramente rantoli alla proiezione di alcune slide, l'ansia che ci saliva in gola mentre faceva la sua innegabile dissertazione.

Google non è più "il motore di ricerca di tutti", ha affermato Fishkin.

Ora sono "tutti i concorrenti".

Google.

Una delle aziende tecnologiche più potenti al mondo. Una da cui dipendiamo per traffico, entrate e lead.

Compete con noi piccoli marketer di ricerca.

Una volta era un dare e avere. Noi fornivamo i contenuti e Google ci forniva il traffico.

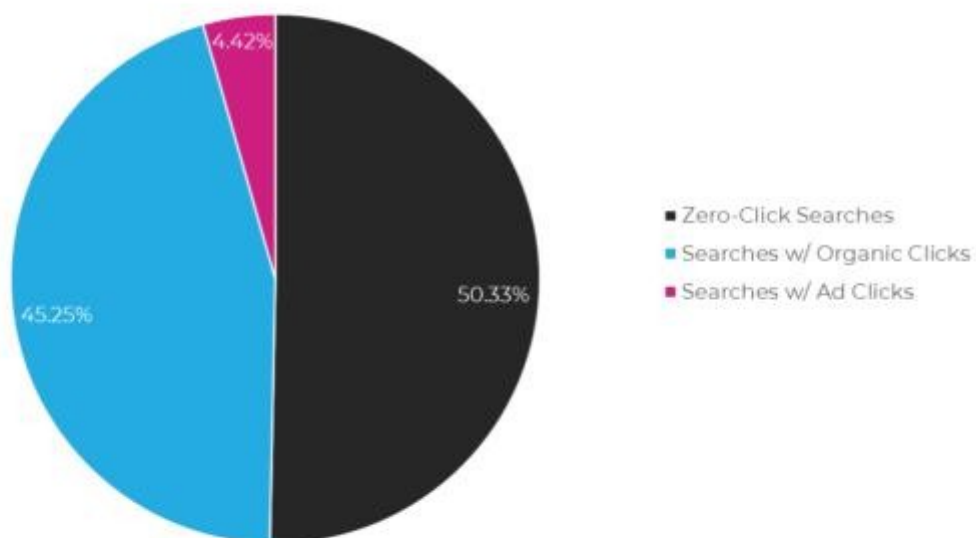
Ma per la prima volta nella storia, quella relazione è diventata non più paritaria, a favore di Google. Per la prima volta nella storia, sono più le ricerche che terminano su Google - senza un clic - che quelle con il click al sito esterno.

Queste sono le cosiddette "ricerche a zero clic". Già oltre il 50% delle ricerche su Google termina senza un clic.

E questa è una grande minaccia per i nostri siti web.

Paid, Organic, & Zero-Click Searches in Google (June 2019)

data from 40M+ browser-based searches on millions of desktop & mobile devices in the United States



Ancora di più, questa è stata ed è una minaccia silenziosa, poiché – in campo SEO - tendiamo a misurare il successo in termini di classifiche e "visibilità" (Vanity metrics).

Ma tutte le classifiche e la visibilità nel mondo sono insignificanti, se colui che ricerca su Google non arriverà mai sulla pagina del tuo sito, giusto ?

Il motivo per creare un sito Web è quello che i clienti lo visitino.

E per ora, per la metà delle ricerche ciò non sta più accadendo.

Perché Google fa fare "clic zero" sui nostri siti Web fino allo stremo?

Un cinico potrebbe obiettare che si tratta solo di soldi.

Dopo tutto, Google ha già una quota di mercato del 90% del traffico mondiale dei motori di ricerca.

In quale altro modo possono aumentare le entrate per soddisfare i loro azionisti?

Non c'è molto spazio per una maggiore quota di mercato, quindi sono costretti a monetizzare meglio il traffico che hanno.

Ma non è tutto qui. Nonostante abbiano abbandonato il "Non essere malvagio" dal loro motto aziendale nel 2015, sono ancora brave persone (e "non essere cattivo" fa ancora parte del loro codice di condotta aziendale).

Infatti stanno semplicemente servendo i loro clienti nel miglior modo possibile.

Così come nella SEO, le attività commerciali coi loro siti Web, anche noi del marketing digitale del resto, non siamo clienti di Google.

I ricercatori sono i clienti di Google.

Google vuole creare la migliore esperienza utente possibile per il ricercatore.

E se ciò significa scartare molti siti Web e inserire la risposta direttamente nella pagina dei risultati dei motori di ricerca (SERP), lo fanno.

Quando cerco i testi delle canzoni e compaiono facilmente - nella loro interezza - nei risultati di ricerca di Google, salvandomi un clic, sono grato.

Ma i siti di testi come genius.com però, non sono contenti (sulla base di una causa legale di 50 milioni di dollari contro Google) perché vengono privati del traffico che ritengono giustamente di meritare.



hold up beyonce lyrics



All Videos News Images Shopping More Settings Tools

About 4,130,000 results (0.57 seconds)

Hold Up

Beyoncé

Hold up, they don't love you like I love you
Slow down, they don't love you like I love you
Back up, they don't love you like I love you
Step down, they don't love you like I love you
Can't you see there's no other man above you?
What a wicked way to treat the girl that loves you
Hold up, they don't love you like I love you
Oh, down, they don't love you like I love you

Something don't feel right
Because it ain't right
Especially comin' up after midnight
I smell your secret, and I'm not too perfect
To ever feel this worthless
How did it come down to this?
Scrollin' through your call list
I don't wanna lose my pride, but I'ma fuck me up a bitch
Know that I kept it sexy, and know I kept it fun
There's something that I'm missing, maybe my head for one

What's...

Feedback

Beyoncé – HOLD UP Lyrics | Genius Lyrics

<https://genius.com> › B › Beyoncé ▾

Apr 23, 2016 - HOLD UP Lyrics: Hold up, they don't love you like I love you / Slow down, ... "Hold Up" is Beyoncé's salacious and assertive ode to her partner.

Genius ha fornito il contenuto. Google dovrebbe premiarli con il traffico. Invece no.

Danno la priorità alle esigenze del ricercatore rispetto alle esigenze del sito Web.

“

Già oltre il 50% delle ricerche su Google termina senza un clic. E questa è una grande minaccia per i nostri siti Web ... tutte le classifiche e la visibilità nel mondo sono insignificanti, se il ricercatore di Google non arriva mai sulla tua pagina, giusto ?

“

Quali sono le categorie di siti Web più penalizzati nelle ricerche a clic zero?

Ecco ciò che si perde nel 50% delle ricerche che terminano con zero click:

- Visite al sito,
- Il retargeting,
- remunerazione del Brand,
- e la redditività del sito.

Tutto valore che va invece a Google.

E sta succedendo in ogni nicchia.

Prendiamo l'esempio di Rand da SocialMediaExaminer.com.

Le PMI si classificano al terzo posto nel mondo per il termine di ricerca "social media". Tale classifica ottiene 1,43 milioni di impressioni al trimestre.

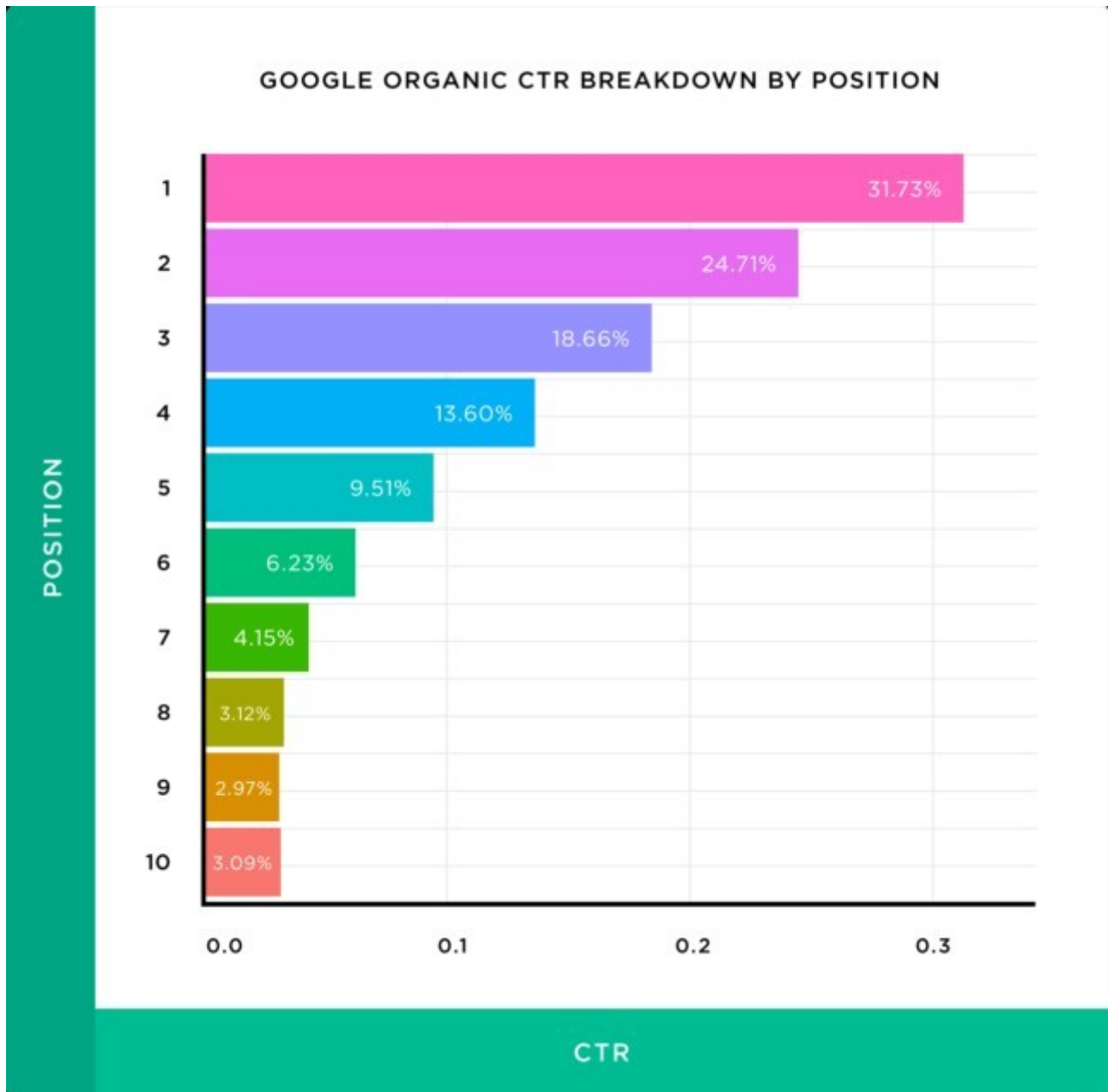
Ma solo 11.800 clic.

Quel CTR è minuscolo: appena lo 0,8%.

SocialMediaExaminer.com's Search Console



Quindi perché la superstar SEO Brian Dean stima che la posizione n. 3 dovrebbe ricevere il 18,66% dei clic?

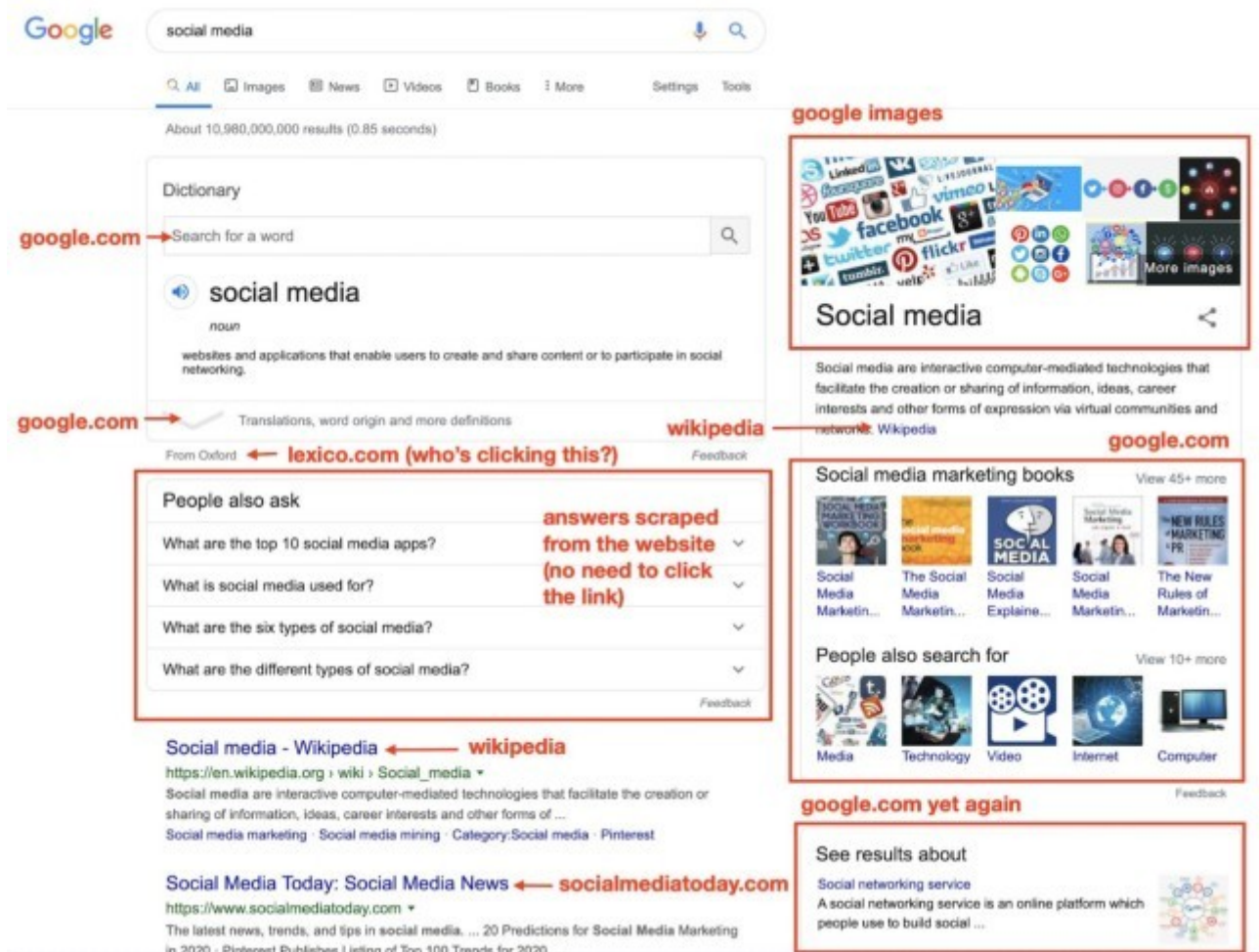


Il motivo è che non tutte le SERP sono uguali. Alcune SERP sono affollate dalla concorrenza di Google, in particolare cose che appaiono sopra i link organici ossia:

- Annunci a pagamento
- Knowledge Panels
- Answer Boxe
- Featured Snippets.

Quelle ricerche ottengono un CTR basso per i SEO, quindi non le consideriamo. Vogliamo traffico, non solo visibilità.

La SERP per i "social media" dimostra perfettamente questo problema. Nell'immagine relativa all' "Above the fold" sulla SERP, 33 dei primi 37 collegamenti (89%) portano direttamente a google.com:



Con tutte quelle distrazioni, non c'è da stupirsi che SocialMediaExaminer.com riceva così poco traffico.

E questo problema si estende ad ogni nicchia.

A riprova che "Google Zero-Click-Apocalypse" sia una pandemia in crescita basta dare un'occhiata ad alcune nicchie interessate dalla "zero-clickpocalypse".

Commercio.

Google è estremamente preoccupato di perdere ulteriori quote di mercato per le ricerche di prodotti su Amazon (la maggior parte delle ricerche di prodotti negli Stati Uniti ora inizia su Amazon, non su Google).

Di conseguenza, Google sta lavorando per fornire l'esperienza Amazon per lo shopping.

Questa è una brutta notizia per i siti Web di e-commerce.

Se Google continua in questa direzione, minaccia di trasformare il tuo sito Web in un semplice fornitore per Google.

Ci sono alcuni motivi per tutto ciò.

Innanzitutto, Google elenca i tuoi prodotti insieme agli stessi prodotti di altri siti Web e al prezzo.

Questo porta i consumatori a scegliere il sito con l'offerta più economica. I siti di e-commerce in questa situazione possono competere in una sola direzione: **il prezzo**.

Questo inizia nel widget Shopping: ecco il risultato negli Stati Uniti per "TV a schermo curvo da 54 pollici":

The screenshot shows a Google search for "54 inch curved screen tv". The search bar contains the text "54 inch curved screen tv" and a red annotation "comparing on price alone" points to the search results. Below the search bar, there are navigation tabs for "All", "Shopping", "Images", "News", "Videos", and "More". The "Shopping" tab is selected. Below the tabs, it says "About 20,900,000 results (0.35 seconds)". A link "See 54 inch curved screen tv" is highlighted with a red box and a red annotation "opens Google Shopping result" points to it. Below the link, there is a "Sponsored" label. The main content is a grid of five product listings, each with a thumbnail image of a Samsung UHD TV, the product name, price, retailer, and star rating. The first listing is "Samsung 55\" Class RU7300..." priced at \$479.99 from Samsung with a 5-star rating (1k+). The second is "Samsung 55\" Class NU6900..." priced at \$349.99 from Samsung with a 5-star rating (9k+). The third is "Samsung 55\" Class RU7100..." priced at \$449.99 from Samsung with a 5-star rating (9k+). The fourth is "Samsung 7300 UN55RU7300F..." priced at \$611.99 from Office Depot with "Free shipping" and a 5-star rating (9k+). The fifth is "Samsung 58\" Class NU6080..." priced at \$429.99 from Samsung with a 5-star rating (1k+). A red box highlights the entire Shopping widget area.

Product	Price	Retailer	Rating
Samsung 55" Class RU7300...	\$479.99	Samsung	★★★★★ (1k+)
Samsung 55" Class NU6900...	\$349.99	Samsung	★★★★★ (9k+)
Samsung 55" Class RU7100...	\$449.99	Samsung	★★★★★ (9k+)
Samsung 7300 UN55RU7300F...	\$611.99	Office Depot	★★★★★ (9k+)
Samsung 58" Class NU6080...	\$429.99	Samsung	★★★★★ (1k+)

Questa esperienza continua quando il ricercatore fa clic sul link "Visualizza schermo curvo da 54 pollici" e apre Google Shopping.

Office Depot - il primo risultato - paga un clic dal loro annuncio di Google Shopping o il ricercatore fa clic su un collegamento per "Confronta i prezzi di oltre 20 negozi":

Google **54 inch curved screen tv**

Q All Images Maps Shopping More Settings

Home Stores Departments Orders About Google Shopping

Your location: United States SORT BY: DEFAULT

Show only

Buy on Google

New items

Price

Up to \$500

\$500 - \$1,000

\$1,000 - \$2,500

Over \$2,500

\$ _____ to \$ _____

GO

Category

Curved TVs

Smart TVs

LCD & LED TVs

4K TVs

Samsung 7 Series UN55RU7300F - 55" Curved LED Smart TV - 4K UltraHD

\$611.99 Office Depot **95% positive** seller rating [Compare prices from 20+ stores](#)

★★★★★ 1,688 product reviews

All the game-changing clarity of 4K, with an elegant twist. The beautiful curved screen is a surefire conversation-starter ...

January 2019 · Samsung · Series 7 · 55 in · Smart TV · LCD · 4K · 48.8 in wide · 4.1 in deep · 39.2 lb

Other size options: [55 in](#)

Samsung 6 Series UN55NU6900F - 55" LED Smart TV - 4K UltraHD

\$349.99 Best Buy **88% positive** seller rating [Compare prices from 10+ stores](#)

★★★★★ 12,882 product reviews

Be amazed by stunning lifelike scenes with this 55-inch Samsung smart 4K Ultra HD TV. It supports HDR content for a cinematic ...

June 2018 · Samsung · Series 6 · 55 in · Smart TV · LCD · 4K · 48.4 in wide · 2.3 in deep · 17.3 lb

Other options: [43 in - Glossy black](#) [50 in - Glossy black](#) [More](#)

Samsung 6 Series UN70NU6070F - 70" LED Smart TV - 4K UltraHD

\$599.99 Best Buy **88% positive** seller rating [Compare prices from 2 stores](#)

← encouraging price comparison - the Office Depot brand is negligible

Buy on Google

Buy worry-free right here on Google. Orders backed by a Google guarantee.

Sold by	Details & special offers	Item price	Total price	
Datavision Save 20% extra, up to \$20	Free delivery by Thu, Jan 9 Return-eligible for 30 days	\$547.99	\$547.99 ⓘ +Tax	View more details
Multioculus.com Save 20% extra, up to \$20	Free delivery by Tue, Jan 7 Return-eligible for 30 days	\$570.17	\$570.17 ⓘ +Tax	View more details

Other options across the web

Sponsored ⓘ

Sold by	Details & special offers	Item price	Total price	
Office Depot	Free shipping	\$611.99	\$674.72 ⓘ	Visit site
R.J.L Technology Integration	Free shipping	\$545.36	\$545.36 ⓘ	Visit site
B&H Photo-Video-Audio 96% positive (163,141)	Free shipping · Arrives Jan 2	\$477.99	\$526.98 ⓘ	Visit site
PC Richard & Son 86% positive (3,854)	Free shipping	\$479.91	\$529.10 ⓘ	Visit site
Datavision 91% positive (253)	Free shipping · Arrives Jan 2 - 9	\$547.99	\$547.99 ⓘ	Visit site
MacMall 88% positive (552)		\$549.00	\$647.15 ⓘ	Visit site
GoVets.com	Arrives Jan 6 - 10	\$569.74	\$675.25 ⓘ	Visit site

Una volta qui, non vi è alcuna differenziazione da un sito Web di e-commerce all'altro. Il televisore curvo da 55 pollici è stato modificato.

Datavision o Multioculus.com vince la vendita, ma solo per merito dei forti sconti.

Nel commercio elettronico, questa potrebbe essere normalmente una decisione accorta, ma solo se è possibile ottenere vendite ripetute dallo stesso cliente. Nel mondo di Google Shopping, tuttavia, anche Google gestisce i pagamenti.

Google Shopping

54 inch curved screen tv

Samsung 7 Series UN55RU7300F - 55" Curved LED Smart TV - 4K UltraHD

★★★★★ (1,658)

- Dynamic Crystal Color
- HDR Plus
- 4K Ultra HD
- Auto game mode
- UHD Engine

View all highlights

Size: 55 in

Buy on Google

\$547.99

Save 20% extra, up to \$20
Code: **JANSAVE20**
Google Shopping - Ends Feb 2. [See terms](#)

Ships from and sold by Datavision

Free delivery by Thu, Jan 9

Return-eligible for 30 days

Add to cart

Quick checkout (this item)

You're covered by a Google guarantee. ⓘ

More buying options

Google provides checkout without a click to the E-commerce website

Product details

January 2019 · Samsung · Series 7 · 55 in · Smart TV · LCD · 4K · 48.8 in wide · 4.1 in deep · 39.2 lb

All the game-changing clarity of 4K, with an elegant twist. The beautiful curved screen is a surefire conversation-starter, and a smart guide makes it easier than ever.

Non è necessario che il ricercatore arrivi sul tuo sito web.

Sono finiti:

il tuo traffico,

i tuoi margini (dopo forti sconti per vincere la vendita con il prezzo più basso),
la visibilità del tuo marchio (il ricercatore non ha bisogno di prestare attenzione al tuo marchio - come afferma Google, "sei coperto da un Google garanzia")
e la tua opportunità di effettuare il retargeting e il remarketing con questo acquirente.

Checkout

 Datavision



Samsung 7 Series UN55RU7300F - 55" Curved LED Smart TV - 4K UltraHD
55 in

\$547.99

1

Delivery details

SHIP TO

Name

Street address

City

State

Order summary

Item(s)	\$547.99
Estimated tax	\$49.32
Shipping & service	\$0.00
Estimated total	\$597.31

When you place your order, you're agreeing to a few things:

[The Terms of Service for Google Shopping](#)

Your Google Payments info (includes your stored credit card data, billing addresses, and phone numbers) can be accessed and used as described by the [Payments Privacy Notice](#).

Your Payments info and personal info (includes your name, email, address, and contact info), along with your orders, may also be used as described by our [Privacy Policy](#), and shared with retailers, delivery personnel, and vendors in order to fulfill your order, and for their analytics.

Google may be compensated by retailers for purchases made here.

Place order

You're covered by a Google guarantee
Your shipment will be carbon neutral

Questo è il motivo per cui diciamo che Google sta minacciando di trasformare i siti Web di e-commerce in semplici fornitori con ricerche a zero clic.

Hotel.

La nicchia degli hotel ha milioni di parole chiave longtail che sembrano buone per la SEO, ma non lo sono, perché finiscono per essere ricerche Zero-Click. Ecco un esempio: "hotel pet friendly las vegas".

In apparenza, sembra una ricerca davvero longtail - e in passato avremmo raccomandato a un cliente nella nicchia dell'hotel di includerla nel loro elenco di pagine UX di Longtail.

Non più.

Annunci, snippet in primo piano e caselle di risposta spingono i risultati organici per Hotels.com e Expedia ben al di sotto nel Below The Fold. Questo li priva della maggior parte del loro traffico organico:

pet friendly hotels las vegas



All Maps Shopping News Images More Settings Tools

Google text ads

About 34,500,000 results (1.07 seconds)

Las Vegas Pet-Friendly Hotels | Save on Pet-Friendly Hotels

www.expedia.com/Las_Vegas_NV/Hotel_with_Pets

Find and Compare Exclusive Deals on Pet-Friendly Hotels in Las Vegas, Nevada and Save Big! 24/7 Customer Support. Secure Booking. 600,000+ Hotels Worldwide. Compare & Save. Limited Time Offers. Daily Deals up to 40% Off. Packages: Save up to 20%.

Las Vegas Pet Friendly Hotels | The Best Hotels. Great Prices.

www.hotels.com/Las-Vegas/Pet-Friendly

★★★★★ Rating for hotels.com: 4.5 - 100,757 reviews

Book your Pet Friendly Hotel in Las Vegas. Price Guarantee. Browse Reviews. Central Locations. Exclusive Offers on Accommodation During Sold-Out Periods. Check Photos. Earn Reward Nights. Exclusive Deals. Luxury Hotels. Budget Hotels. Guest Reviews.

Hotels | Las Vegas, NV

Google hotel ads

About these results

Tue, Dec 24

Wed, Dec 25

2

Pet-friendly

Guest favorites

Budget options

Luxury



Mandalay Bay
4.5 ★★★★★ (44,140)
Pet-friendly
Outdoor pool

\$65



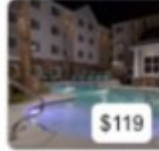
Flamingo Las Vegas
4.1 ★★★★★ (37,057)
Pet-friendly
Outdoor pool

\$32



Hilton Lake Las Vegas Resort & Spa
4.4 ★★★★★ (2,352)
Pet-friendly
Outdoor pool

\$108



Residence Inn by Marriott Las Vegas...
4.6 ★★★★★ (460)
Pet-friendly
Outdoor pool

\$119



View 136 hotels

People also ask

Are pets allowed in Las Vegas hotels?

Is Vegas dog friendly?

Is Hard Rock Hotel Las Vegas pet friendly?

Where can I take my dog in Las Vegas?

Google Answer Boxes (Zero Clicks to your website)

Quindi perché ottimizzarlo?

Anche l'ottimizzazione per una casella di risposta non è una buona soluzione. Perché il ricercatore ottiene l'intera risposta direttamente sulla SERP senza dover fare clic sul collegamento a TripSavvy.com (vedasi foto d'esempio):

People also ask

Are pets allowed in Las Vegas hotels? ▼

Is Vegas dog friendly? **complete answer - no need to click** ▲

Dogs are the only animals allowed under the PetStay program. **Dogs** staying at any of the participating hotels must weigh 50 pounds or less each and be present at the time of check-in. **Dogs** are permitted to walk through designated common areas while on a leash and accompanied by the owner. Nov 12, 2017

Traveling With Dogs to Las Vegas - TripSavvy
[https://www.tripsavvy.com › traveling-with-your-dog-in-las-vegas-4136851](https://www.tripsavvy.com/traveling-with-your-dog-in-las-vegas-4136851)

Search for: Is Vegas dog friendly? ← **yet more googling**

VOLI

Anche Kayak e Skyscanner sono nei guai. Poiché i rich snippet di Google stanno inghiottendo il guadagno derivante da tutte le SERP che erano solite portare loro acquirenti nella comparazione dei voli:

🔍

[All](#) [Flights](#) [Maps](#) [Images](#) [News](#) [More](#) [Settings](#) [Tools](#)

About 391,000,000 results (0.55 seconds)

Flights from Sydney, Australia (SYD) to New York, NY (all airports) Sponsored

www.google.com/flights

Multiple airlines	20h 31m+	Connecting	from \$824
Asiana	1d 2h+	Connecting	from \$889
American	20h 24m+	Connecting	from \$955
United	20h 24m+	Connecting	from \$1,044
Other airlines	20h 24m+	Connecting	from \$1,044

[→ Search flights](#)

People also ask

- How long is the flight from Australia to New York? ▼
- How far is it from Sydney to New York by plane? ▼
- How far is New York from Sydney? ▼
- Does Qantas fly direct from NY? ▼

[Feedback](#)

Ancora una volta, la classifica di queste caselle di risposta è inutile.

Se il ricercatore si chiede "Quanto dura il volo dall'Australia a New York?" Espande la finestra e trova la risposta: 21 ore.

TravelMath.com perde traffico, entrate e tutto il resto.

People also ask

How long is the flight from Australia to New York? ^

Flying time from Australia to New York, NY

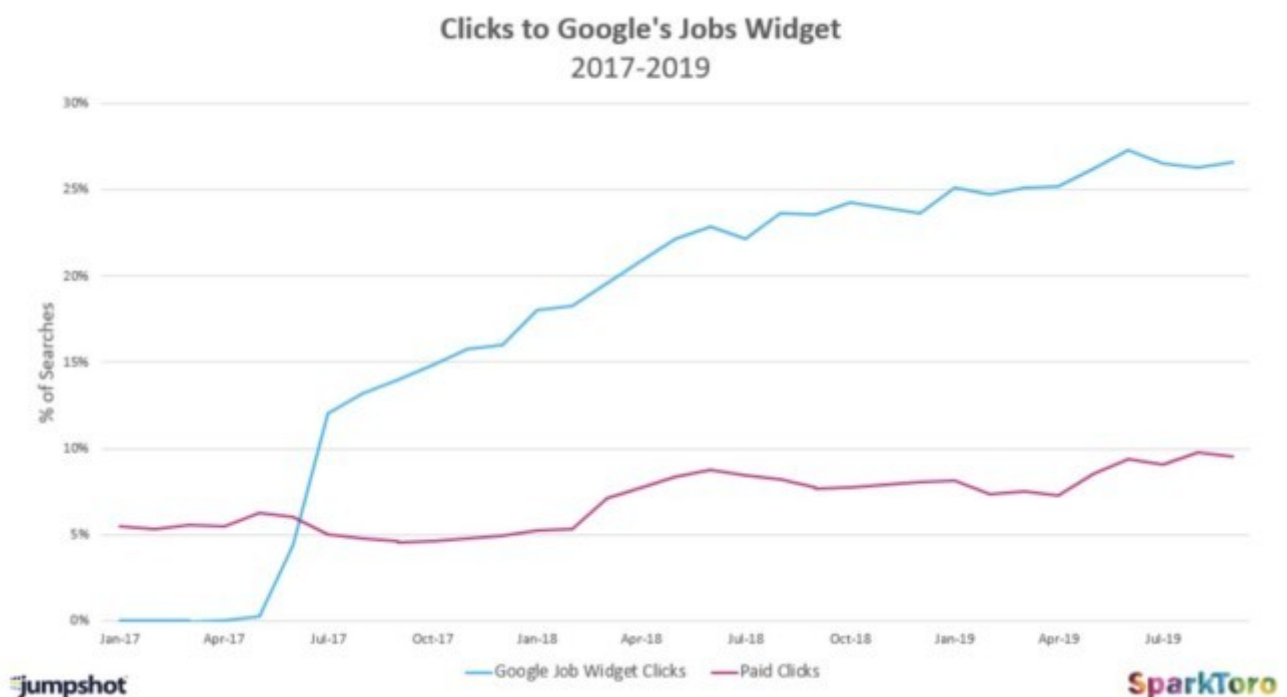
The total **flight duration** from **Australia to New York, NY** is **21 hours, 46 minutes**. If you're planning a trip, remember to add more time for the plane to taxi between the gate and the airport runway. This measurement is only for the actual **flying** time.

[Flight Time from Australia to New York, NY - Travelmath](#)
<https://www.travelmath.com> › [flying-time](#) › [Australia](#) › [New+York,+NY](#)

Search for: [How long is the flight from Australia to New York?](#)

Lavoro

Google ora indirizza il 38% delle ricerche di lavoro al widget e agli annunci di Google Jobs:



tax preparer jobs indiana



All News Images Maps Shopping More Settings Tools

About 864,000 results (0.69 seconds)

Jobs

Near Indiana

Tax professional

Past 3 days

Full-time

Tax preparer

Assistant

Store operations



Tax Preparer (CPA Firm)

CapinCrouse Talent

Indianapolis, IN

via ZipRecruiter

17 days ago Full-time



Business Tax Services - Tax Consultant II

Deloitte

Indianapolis, IN

via ZipRecruiter

1 day ago Full-time



Tax Preparer - Store Operations

Jackson Hewitt

Indiana

via Glassdoor

15 days ago Full-time



→ [100+ more jobs](#)

[Learn more](#) [Feedback](#)

Ci sono molte altre nicchie in cui le ricerche a zero clic stanno cancellando il loro contenuto, assorbendo il loro traffico e distruggendo il loro modello di business. Eccole:

recensioni di film,
meteo,
vocabolario e dizionario dei sinonimi,
convertitori di valuta,
orologio mondiale e molti altri.

È davvero un'epidemia e l'ultimo aggiornamento dell'algoritmo di Google, BERT, il più grande degli ultimi 5 anni, non farà che accelerare questa tendenza.

L'algoritmo BERT di Google aumenterà probabilmente le ricerche a zero clic

BERT, l'aggiornamento dell'algoritmo di Google da novembre, aumenterà il numero di ricerche a zero clic perché si concentra sulla risposta a ricerche di longtail specifiche come gli esempi sopra riportati.

Google ha già confermato che utilizzerà BERT per aumentare il numero di snippets in primo piano in 25 lingue diverse.

E abbiamo già capito che più snippets in primo piano significano che i risultati di ricerca organici vengono spinti sempre più in basso nella SERP.

In altre parole ... più ricerche a zero clic, più traffico per google.com e meno traffico per i nostri siti Web.



L'impatto sui siti Web di BERT è e sarà enorme.

Il maestro di SEO Barry Schwartz ipotizza che il motivo per cui la comunità SEO non ha notato molto degli effetti è che i termini di ricerca impatti BERT sono longtail.

Gli "strumenti di monitoraggio", ha scritto Schwartz, "come Mozcast e altri, tengono traccia principalmente delle domande più brevi. Ciò significa che è meno probabile che l'impatto di BERT sia visibile a questi strumenti".

Schwartz fa eco a ciò che ho detto sopra: che i SEO si concentrano su classifiche e visibilità. Questa è una mossa rischiosa quando molte di quelle ricerche non invieranno mai traffico al tuo sito web.

La risposta a questa zero-clickpocalypse è di riportare l'attenzione su traffico, entrate e lead, sia per SEO che per SEM.

Questa sezione finale ti mostrerà come farlo, e ti metterà a disposizione un nuovo strumento che potrai utilizzare gratuitamente il quale ti dirà quante entrate puoi recuperare.

Ri-ottenere il traffico a zero clic da Google in SEO

Fishkin ha fornito alcune soluzioni ai siti Web che affrontano ricerche a zero clic, ma sono state più a lungo termine (ad esempio, riportando Google ai media, come ha fatto genius.com).

Vorremmo condividere alcune soluzioni che puoi implementare oggi, sia per SEO che per SEM.

Per la SEO, la soluzione al problema della ricerca a zero clic è in tre passaggi:

- Traccia le giuste metriche SEO.
- Trova le parole chiave longtail.
- Scegli come target ricerche longtail ricche.

Traccia le giuste metriche SEO

Dimentica classifiche e visibilità. Come mostrato sopra, con prodotti, hotel, voli, posti di lavoro e molte altre ricerche, tenere traccia della presenza del tuo sito Web sulle SERP è una metrica estremamente inaffidabile per il successo (metriche di vanità).

Su cosa focalizzarsi invece? Traffico in entrata che porti lead.

Inoltre, dovremmo riferire sulla nostra capacità SEO di attirare nuovi clienti, il che significa separare i clienti acquisiti da ricerche non di marca (parole chiave che non contengono il nome del tuo sito Web.)

Abbiamo delineato il metodo per farlo proprio - manualmente - qui utilizzando i termini di ricerca in Google Analytics.

È un processo lungo, quindi ti consiglio invece di prendere una scorciatoia semplice: esegui la nostra ricerca con [Scorecard](#) gratuitamente. Riceverai un rapporto completo in meno di due minuti.



Nel rapporto Scorecard sopra (gestito da un sito Web di e-commerce utilizzando i termini di ricerca di Google Analytics), puoi vedere che oltre il 60% delle entrate SEO proviene da nuovi clienti che cercano termini di ricerca, non di marca.

È un buon prezzo: il loro SEO è progettato per attirare nuovi clienti sul loro sito Web, non solo basandosi sulle ricerche per il nome del sito Web.

Spesso vediamo che i termini di ricerca di Brand rappresentano l'80% o più delle entrate SEO, il che significa che una quantità enorme di entrate viene persa per i concorrenti nella loro nicchia.

Trova le tue parole chiave Longtail

Come abbiamo visto sopra, classificarsi bene anche per un termine competitivo altamente ricercato come "social media" può portare poco valore effettivo a un sito Web (con percentuali di clic inferiori all'1% dalla SERP anche quando si classifica al terzo posto a livello globale).

Fishkin ha riferito che il sito Web del dizionario, m-w.com (Merriam Webster), ha perso il 30-70% dei clic disponibili quando Google ha ampliato lo spazio dedicato alle descrizioni nelle Definition Boxes in SERP.

Targeting per termini di ricerca longtail (in particolare, 4 parole o più) è un passo nella giusta direzione. È la base di una strategia SEO che evita le perdite della Ricerca Zero-Click su Google e altri concorrenti.

Tuttavia, le ricerche di longtail a cui miri, devono rappresentare un vantaggio competitivo che hai nel tuo settore - qualcosa di specifico che fai straordinariamente bene.

Quando il ricercatore vede che sei specializzato in un tipo unico di prodotto o servizio che sta cercando in alto e in basso, vincerai un nuovo cliente entusiasta che ti ricompenserà con alti tassi di conversione e molti acquisti ripetuti.

Aiutiamo i nostri clienti a trovare queste ricerche longtail con molta sostanza, infatti il primo posto dove andiamo a guardare è in Google Ads nei loro termini di ricerca a pagamento.

Questo contiene un tesoro di parole chiave longtail che richiedono una pagina di destinazione specifica. I ricercatori li vogliono. Quella pagina di destinazione non esiste ancora sul tuo sito web.

(Ecco perché gli esperti di marketing utilizzano Longtail UX per crearli.)

Includiamo le 100 migliori pagine di longtail che dovresti creare per prime nella nostra [scorecard](#) di ricerca gratuita:

4. Top-100 Longtail SEO Pages Missing from [redacted].com

Top 100 pages (monthly data)

Keyword	Google Monthly Search Volume	Sessions	Transactions	Revenue	Current Rank	Longtail Page	Linking Page
best anti aging products 2019		64	32	3110	6	buy/best-anti-aging-products-2019	/skin-care/guide/best-anti-wrinkle-products
dyson supersonic hair dryer		96	16	7432	18	buy/dyson-supersonic-hair-dryer	/dyson/dyson-supersonic-v2-black.html
mude by nature afterpay		175	16	436	9	buy/mude-by-nature-afterpay	/mude-by-nature.html
best under eye cream		96	16	557	7	buy/best-under-eye-cream	/skin-care/guide/best-eye-creams
ghd hot hair brush		127	16	3663	6	buy/ghd-hot-hair-brush	/ghd/ghd-glide-professional-hot-brush.html
parlux hair dryer comparison		32	16	3184	12	buy/parlux-hair-dryer-comparison	/parlux.html
dyson airwrap best price		32	16	18806	11	buy/dyson-airwrap-best-price	/dyson/dyson-airwrap.html
over the counter retinol australia		48	16	1563	6	buy/over-the-counter-retinol-australia	/serums-treatments/guide/best-retinol-serum
js health promotional code 2019		48	16	1114	64	buy/js-health-promotional-code-2019	/hair/guide/best-products-for-hair-growth
best firming body creams		159	16	1003	6	buy/best-firming-body-creams	/buy/firming-body-lotion

Questo ti dice quale URL della pagina di destinazione stai attualmente utilizzando per rispondere a quel termine di ricerca.

Una volta creata la pagina di destinazione longtail per servire quella specifica query di ricerca (da solo o con Longtail UX), è necessario collegarsi alla nuova pagina dall'URL nella colonna "Pagina di collegamento".

Di solito è sufficiente l'autorità del link per classificarla bene.

Puntare alle long tail key ricche di ricerche.

Non scegliere come target query di ricerca a cui è possibile rispondere in una o due frasi. "Il tempo a Oxford, Michigan", "Incassi del film Parasite", "ora di New York", "Cambio 100 US\$ in dollari canadesi."

Scegli come target ricerche ricche, che richiedono informazioni approfondite, come prezzi, immagini, recensioni e informazioni particolareggiate in continua evoluzione sui tuoi prodotti e servizi.

Sotto riportiamo esempi di ricerche che sono a prova di zero clic.

Ad esempio, un cliente di Longtail UX, Kogan.com, ha scoperto con noi che avrebbero dovuto creare pagine di destinazione per l'elettronica con caratteristiche altamente specifiche e desiderabili per gli acquirenti informati. Eccone uno: "smart tv da 55 pollici economica":

La casella di risposta sotto il loro risultato organico non attirerà il traffico, perché i ricercatori vogliono vedere esattamente ciò che Kogan promette di offrire: i "primi 5 prodotti per una smart TV da 55 pollici a buon mercato".

cheap 55 inch smart tv



All Shopping Images Videos News More Settings Tools

About 210,000,000 results (0.58 seconds)

cheap 55 inch smart tv - Kogan.com

<https://www.kogan.com> › TV & Home Theatre › LED Televisions ▾

Here are our top 5 products for cheap 55 inch smart tv, based on Kogan.com cheap prices.

Kogan 55" Smart HDR 4K LED TV (Series 8, NU8010) Kogan 55" Curved Smart HDR 4K LED TV (Series 8 MU8510) Kogan QLED 55" Smart HDR 4K TV (Series 8, RU8510) Toshiba 55" Smart 4K Android TV™ UHD LED TV.

People also ask

Which is the best 55 inch Smart TV? ▾

What is the best cheapest smart TV? ▾

What is a good 55 inch TV? ▾

What's the best TV to buy 2019? ▾

What is the best 55 inch TV for the money? ▾

Is TCL a good brand? ▾

What is the most reliable TV brand? ▾

What size TV should I get? ▾

What is the best smart TV 2019? ▾

[Feedback](#)

Queste caselle di risposta non mostreranno neanche tutte le foto, i prezzi, le recensioni e le specifiche che gli utenti desiderano vedere, mentre li informano sulla loro decisione di acquistare.

Lo stesso vale per i concorrenti che cercano di mettere Kogan fuori dai giochi per questa ricerca. Nessuno di loro crea la straordinaria esperienza che sta cercando un cliente che digita questa query esatta in Google.

In ogni caso, manca sempre qualche attributo che desideravano:

55 inch TVs | Smart TVs | The Good Guys ← missing: “cheap”

<https://www.thegoodguys.com.au> › Televisions ▾

The Good Guys offer a range of the best 55 inch TV brands available in Australia. ... Choose from Samsung 55 inch smart TVs, Panasonic 55 inch LED TVs, Hisense 55 inch TVs, JVC 55 inch TVs, LG 55 inch TVs, GVA 55 inch ... Cheap TVs.

TVs - Smart TVs, 4K TVs, Cheap TVs, QLED, OLED ... ← missing: “cheap,” “55 inch”

<https://www.appliancesonline.com.au> › category › consumer-electronics › t... ▾

With TVs from top brands including Samsung, LG, TCL, Hisense, Seiki, Chic, Sony, ... Cheap TVs ... Hisense 55 Inch Series 6 4K UHD HDR Smart LED TV 55R6.
55 Inch TVs · Smart TVs · Ultra HD & 4K Smart TVs · 65 Inch TVs

smart tv 55 inch | TVs | Gumtree Australia Free Local Classifieds ← missing: “cheap”

<https://www.gumtree.com.au> › ... › TV & DVD players ▾

Find smart tv 55 inch ads in our TVs category. Buy and sell almost anything on Gumtree classifieds.

Smart TVs, LCD, LED, OLED, QLED & 4k TVs | Harvey Norman ← missing: “cheap,” “55 inch”

<https://www.harveynorman.com.au> › tvs-by-screen-size › all-tvs ▾

Sony 55-inch X70G 4K UHD LED LCD Smart TV. Enjoy crisp visuals and detailed, surround sound when watching your favourite content with the Sony 55-inch ...

Samsung 65-inch Q900 8K ... · Hisense 55-inch R7 4K UHD ... · TCL 7

missing: “cheap”
(also, not all are
55 inches)

55 to 60 Inch TVs | Plasma & Smart TV | Harvey Norman ← missing: “cheap,” “55 inches”

<https://www.harveynorman.com.au> › tvs-between-55-and-60-inch ▾

Harvey Norman offer the latest line-up of 55" & 58" TVs from brands like LG, Panasonic, Sony & Samsung! Shop the best Smart TVs in-store or online!

Samsung 55-inch RU7100 4K ... · Samsung 55-inch Q60R 4K ...

Kogan ha blindato questa query di ricerca longtail. L'hanno fatta loro.

Inoltre, hanno creato oltre 35.000 di queste pagine con Longtail UX - e generano milioni di dollari di entrate ogni anno.

Potresti essere in grado di fare lo stesso per il tuo sito Web e ora puoi scoprire se è possibile.

La scorecard UX Search di Longtail contiene anche una sezione "Opportunità di entrate" che stima il potenziale del tuo sito Web per acquisire nuovi clienti.

3. Revenue Opportunity from Longtail Search (next 12 months)

		Growth Opportunity
SEM	Revenue	+\$2.9m
	Conversion Rate	5%
SEO	Revenue	+\$1.9m
	Sessions	+1.9m

Puoi eseguirlo gratuitamente ora [qui](#) per vedere il tuo.

Bonus: l'ultimo modo garantito per ottenere il traffico di ricerca sul tuo sito web

Gli esperti di SEM potrebbero trovare questa sezione bonus un po' scioccante.

Perché l'ultimo modo garantito per ottenere il traffico di ricerca sul tuo sito Web ...

... sono i buoni e cari vecchi annunci di testo !

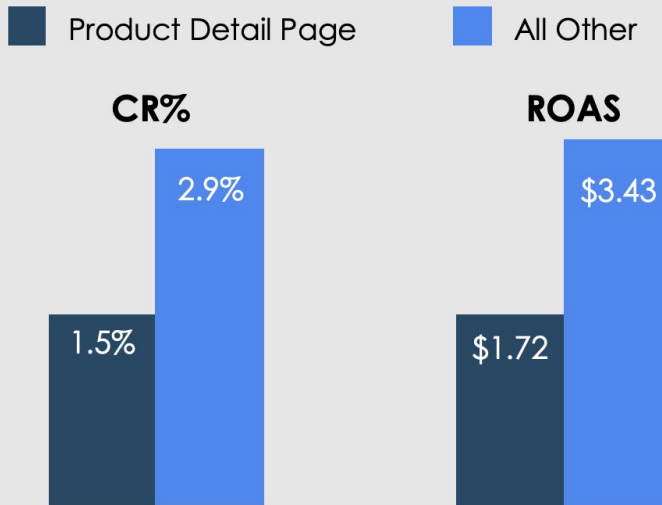
Sembra che quasi tutti se ne siano dimenticati. Nel commercio al dettaglio, oggi l'80% della ricerca a pagamento è destinata agli annunci Shopping. Ha senso.

Gli annunci commerciali sono facili da configurare: collega il feed del prodotto a Google e premi "ok".

Ma a lungo termine, gli annunci Shopping ti costeranno il doppio per acquisire un cliente rispetto agli annunci di testo che portano a una landing page longtail keyword.

Questo perché gli annunci Shopping indirizzano il ricercatore su una pagina dei dettagli del prodotto, una singola pagina di destinazione del prodotto. I siti Web pagano il doppio per ottenere una vendita su una pagina dei dettagli del prodotto rispetto alle pagine con più offerte di prodotti.

Conversion rate and ROAS by Landing Page Type



Source: <https://www.crazyegg.com/blog/best-ecommerce-landing-pages/>

Considera la differenza tra queste due esperienze di ricerca, per la ricerca longtail "shampoo per capelli crespi".

Nel primo, abbiamo i risultati di Google Shopping. Facendo clic su uno di questi risultati si apre una nuova scheda con un singolo prodotto shampoo:

The screenshot shows a Google Shopping search for "frizzy hair shampoo". The search bar contains the text "frizzy hair shampoo" and a search icon. Below the search bar, there are navigation options: All, Shopping, Images, Videos, News, More, Settings, and Tools. The results show "About 10,800,000 results (0.60 seconds)".

The main results are displayed as a grid of product cards. The first card is "Hair Growth Shampoo/Co..." priced at \$54.99 from Bondi Boost, with a 5-star rating and 1k+ reviews. The second card is "New Wash | Sulfate Free..." priced at \$60.00 from Hairstory, with free delivery. The third card is "Hair Growth Shampoo &..." priced at \$49.99 from Watermans Hai.. The fourth card is "ELEVEN Australia..." priced at \$23.95 from Adore Beauty, with free delivery. The fifth card is "Vitafive CPR Frizzy Frizz..." priced at \$34.30 from Oz Hair and Be., with a special offer.

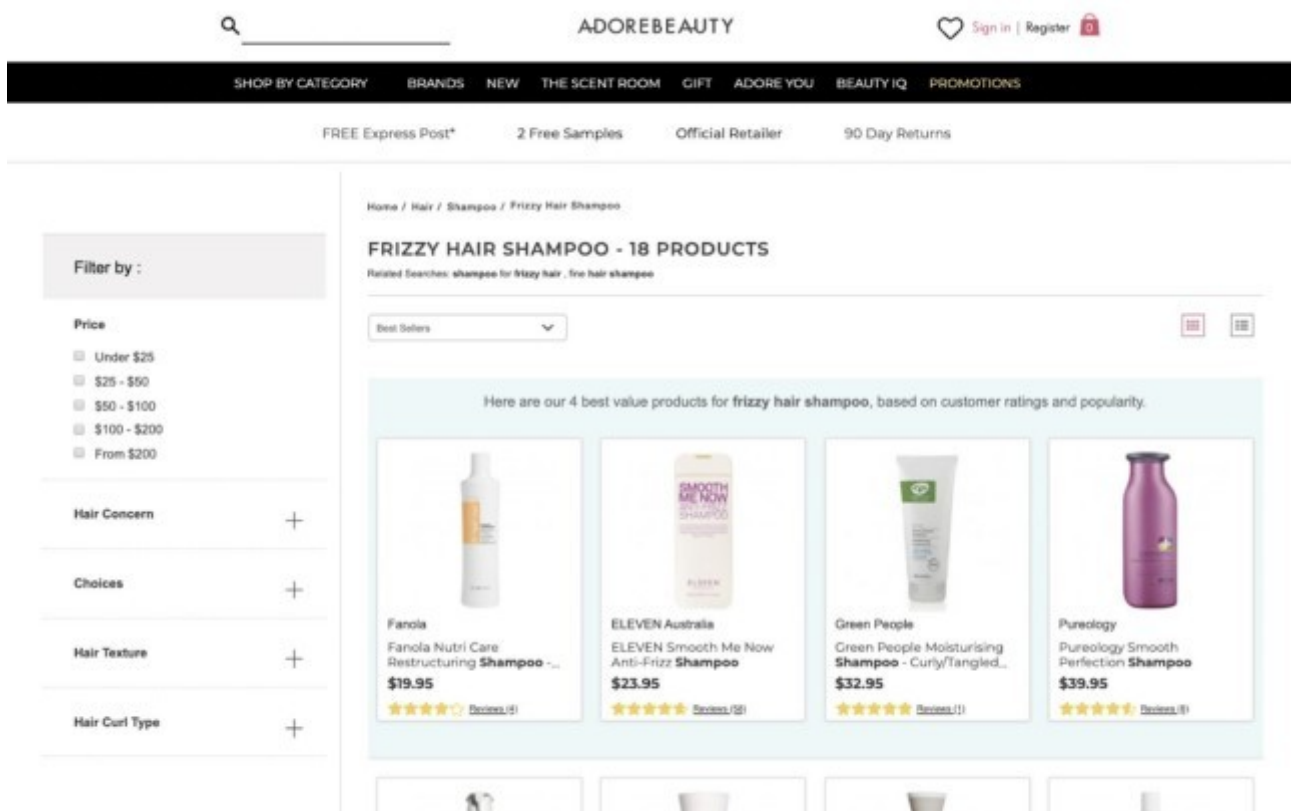
Below the product cards, there is a banner for "Frizzy Hair Shampoo | Buy Now From \$6 | AdoreBeauty.com.au". The banner includes the URL www.adorebeauty.com.au/Best/Shampoo, a 5-star rating for adorebeauty.com.au (4.7 - 1,732 reviews), and the text "Average delivery time: 1-5 days". The banner also mentions "Free Express Delivery + Great Deals on a Wide Selection of Frizzy Hair Shampoo" and "Clearance Sale On Now · Do You Want to Pay Later? · Free Express Post · Discover Beauty".

Perché una nuova scheda?

Perché Google sa che il ricercatore dovrà tornare al widget Shopping sulla propria SERP per fare clic su molti di questi risultati prima di trovare il prodotto esatto che desidera.

Lo chiamiamo "pogo-sticking", perché il ricercatore deve andare avanti e indietro tra queste schede, cercando un buon prodotto.

Ora guarda l'esperienza che un ricercatore ottiene quando arriva su una pagina longtail creata da AdoreBeauty con Longtail UX:



Con 18 prodotti tra cui scegliere, AdoreBeauty raddoppia il tasso di conversione e dimezza i costi di acquisizione dei clienti da Ricerca a pagamento.

E lo hanno fatto con oltre 2.500 pagine di destinazione.

Inoltre, per essere sicuro che solo i ricercatori con l'intento preciso di acquistare in modo specifico "shampoo per capelli crespi", AdoreBeauty utilizza solo il budget SEA con gruppi di annunci a parola singola (SKAG).

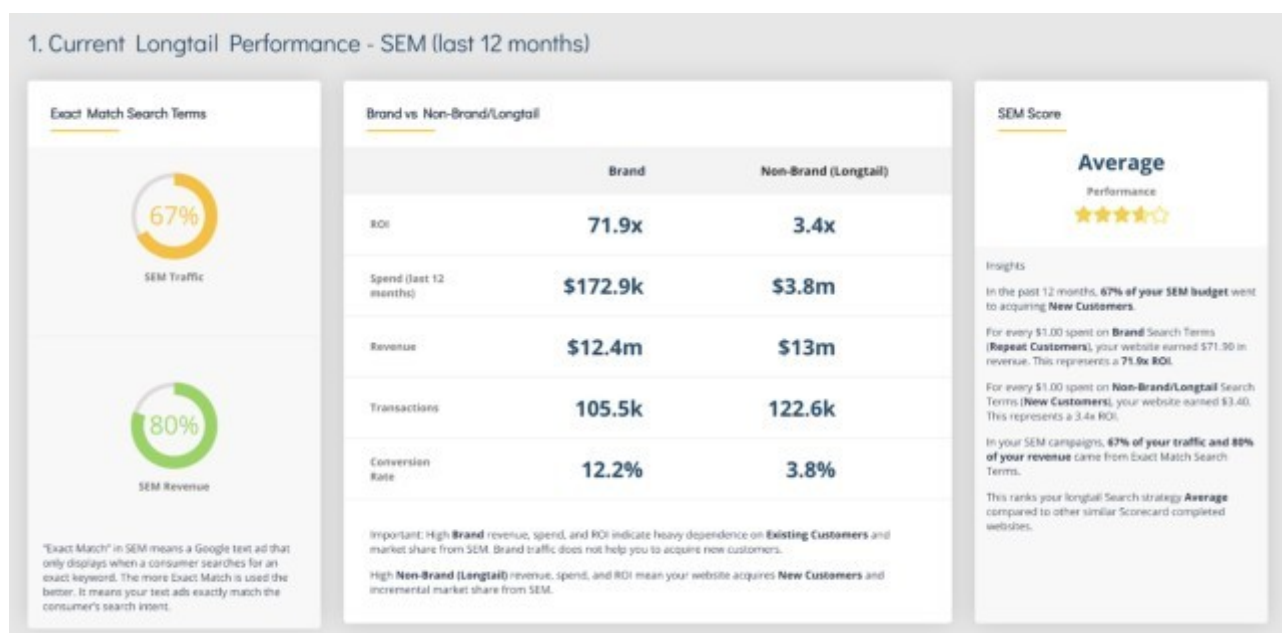
Ciò garantisce che i visitatori non arriveranno su questa pagina per nessun altro scopo se non quello di acquistare esattamente questo tipo di prodotto.

Il motivo per cui non tutti lo fanno è semplice: la fatica !

La pubblicazione manuale di annunci di testo con modifica dello spazio pubblicitario e dei prezzi è un incubo. Ecco perché automatizzano la creazione e la gestione di annunci a pagamento tramite Longtail UX.

Questa è un'altra area che puoi stimare con il Longtail UX Search Scorecard. Insieme al potenziale di recupero della quota di mercato persa a Google e ad altri concorrenti tramite SEA, ti mostrerà il tuo punteggio SEM.

Ciò ti consente di valutare quale percentuale del tuo budget di ricerca va ai termini di corrispondenza esatta (buona) e quanto ritorno sulla spesa pubblicitaria (ROAS) ottieni da nuovi clienti nella ricerca.



Per eseguire gratuitamente la tua "scorecard" di ricerca in meno di due minuti, [vai qui](#).

--

L'intervento di A. Dzumla di Scorecard è terminato.

Ma cos'altro possiamo trarre di utile da questo articolo ?

Che Google non è più così nostro alleato nel portarci traffico, per cui essendo Google un Gigante (Golia) noi piccoli Davide, dobbiamo batterlo in astuzia ! Un mio ulteriore contributo (gratissss, eh) è il seguente.

Se vi occupate di ricette, se quella finita in "posizione zero (click)" invece che riportare tutti e 10 gli ingredienti, ne riportasse solo 9 ? oppure 8 ?

Lasciando il compito di svelare gli altri mancanti ad un link che porti ad un'altra pagina ?

Oppure mettete la vostra mail come filigrana nelle foto degli ingredienti.
Otterreste 2 vantaggi: una specie di copyright delle foto, non riutilizzabili in quanto "marchiate" con i vostri dati, e la visibilità che la posizione zero (click) vi ha tolto.

Oppure non indicate le dosi, mettete solo gli ingredienti, con un rimando al vostro sito per la quantità, magari giustificandola con una personalizzazione del tipo:

Vuoi le dosi per 1 persona sola ? clicca qui.

Vuoi le dosi per 2 persone ? clicca qua.

Per 3 persone, per quattro eccetera, finanche per tutto l'esercito !

In altre parole tenetevi un asso nella manica,
non date in pasto al Moloch-Google tutte le informazioniiii !

--

Contatti:

Tel: +39 370 3795655 – Gabriele Goldoni SEO -

mail: ass.clienti@surfacingserpseo.expert