

ElaMedia

Cos'è la Link Building?

Individuata la **landing page del cliente** (e la **Keyword** a cui fa riferimento per **convertire**), una Campagna di Link Building si propone come obiettivo quello di **far salire nei risultati organici** del motore di ricerca Google la landing page stessa (per la keyword stabilita a monte della campagna).

ElaMedia Group conta su una **Redazione di quattro elementi interni e otto esterni**, tutti formati sulle ultime tecniche SEO e di Scrittura sul web.

Queste persone vengono chiamate, ogni mese, a **creare circa 300 articoli di qualità** sui più disparati argomenti, legati ai vari settori di business con i quali siamo in contatto (PMI del territorio romano e non solo).

Ogni articolo rappresenta un **contenuto originale e realmente informativo** che riguarda il Business del cliente (guide pratiche, piuttosto che aggiornamenti su temi specifici).

I contenuti:

- vantano ben **2.000 battute di testo**, rivisto sia in chiave sintattica che semantica;
- contengono **un link al sito del cliente** (importante lato SEO) e una sua **Menzione** (decisiva per la diffusione del Brand).

Ogni campagna si compone di diversi articoli mensili (il numero e la qualità dipende dalla fascia di servizio che il cliente sceglie in fase contrattuale).

Questi contenuti vengono veicolati e pubblicati dai nostri "Capi Redazione", che si confrontano quotidianamente con i circa 250 tra siti/blog con i quali abbiamo stretto, negli ultimi anni, delle Partnership di collaborazione (ogni venerdì verrà inviata una mail di Report con i link delle pubblicazioni).

Le Fasi del nostro lavoro

- **Analisi:** si parte dall'analisi (fatta tramite lo strumento SEOZoom) del posizionamento del sito e del suo profilo Back Link. In questo modo si ha uno spaccato più che veritiero sulla situazione del sito del cliente
- **Progettazione:** si sceglie la Keyword da "aggredire" in base:
 - al volume di ricerca che la nostra parola chiave propone
 - al posizionamento del sito rispetto a questa Keyword
 - al valore di conversione che la parola scelta "porterà in dote"
- **Lavoro sulla Landing Page:** lo Staff di ElaMedia si propone di ottimizzare la pagina d'atterraggio della campagna. In che modo?
 - graficamente: per aumentare il tasso di conversione.
 - semanticamente: per aumentarne la forza SEO durante la Campagna
- **Scelta del budget:** si sceglie, su consiglio di ElaMedia, in base a:
 - autorevolezza del sito del cliente
 - posizionamento di partenza
 - profilo Back Link di partenza
 - competitività della Keyword scelta
- **Partenza**

LINK BUILDING



Di seguito le diverse fasce di siti e qualità per il servizio in oggetto

Fascia Base

- **Numero articoli consigliati:** 50 (10 al mese per 5 mesi). I siti in cui verranno pubblicati gli articoli saranno siti a tema con un una discreta autorevolezza che consentiranno la crescita del sito in maniera piuttosto lenta ma costante. I link che verranno mandati da questi siti sono adatti a costruire un discreto profilo Back Link: il risultato finale è similea quello che si otterrà con gli altri pacchetti ma saranno necessari molti più link e quindi molto più tempo.

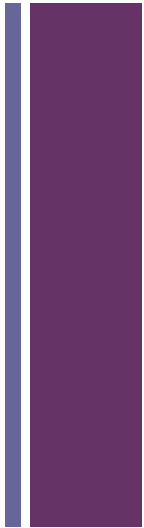
Fascia Intermedia

- **Numero articoli consigliati:** 28 (7 al mese per 4 mesi). I siti in cui verranno pubblicati gli articoli mostrano un traffico reale medio. Agli occhi dell'algorithmo di Google sono siti piuttosto autorevoli ma non eccellenti. Ovviamente il tempo di crescita del vostro sito sarà inferiore rispetto alla link building su pacchetto base.

Fascia Top

- **Numero articoli consigliati:** 15 (5 al mese per 3 mesi). I siti in cui verranno pubblicati gli articoli mostrano un ottimo traffico e un profilo backlink importante e autorevole. Utilizzando questo pacchetto avrete la garanzia di ottenere dei link autorevoli e di far crescere il vostro sito in modo veloce e duratura. Si tratta di portali web di ottima qualità, come ad esempio testate giornalistiche ed affermati blog di settore






Perchè scegliere la nuova Link Building

Fino a questo momento gli algoritmi di Google hanno permesso un'attività di link building più semplice ed agevole, in quanto, sebbene fosse importante il tema del sito e la sua autorevolezza, ci consentivano di vedere una crescita tangibile del sito anche pubblicando articoli (e quindi link per i nostri clienti) su siti di medio spessore.

Il continuo aggiornamento e miglioramento degli algoritmi da un lato ci consente dei risultati più veri e duraturi, ma dall'altro fa sì che anche siti ritenuti di alto livello fino a questo momento risultino ora di media qualità. Pertanto i link che fino a questo momento hanno contribuito alla crescita dei nostri siti web e di quelli dei nostri clienti risulteranno sempre meno decisivi.

Per questi motivi, sarà necessario un rinnovamento generale delle modalità di erogazione del servizio. Come viene illustrato dal foglio precedente, si consiglia dunque di puntare su siti web più autorevoli. Perché? Il motivo è semplice, verranno scelti solo ed esclusivamente testate giornalistiche ed affermati blog di settore.

GOOGLE ALGORITHMS AND ITS MAJOR UPDATES

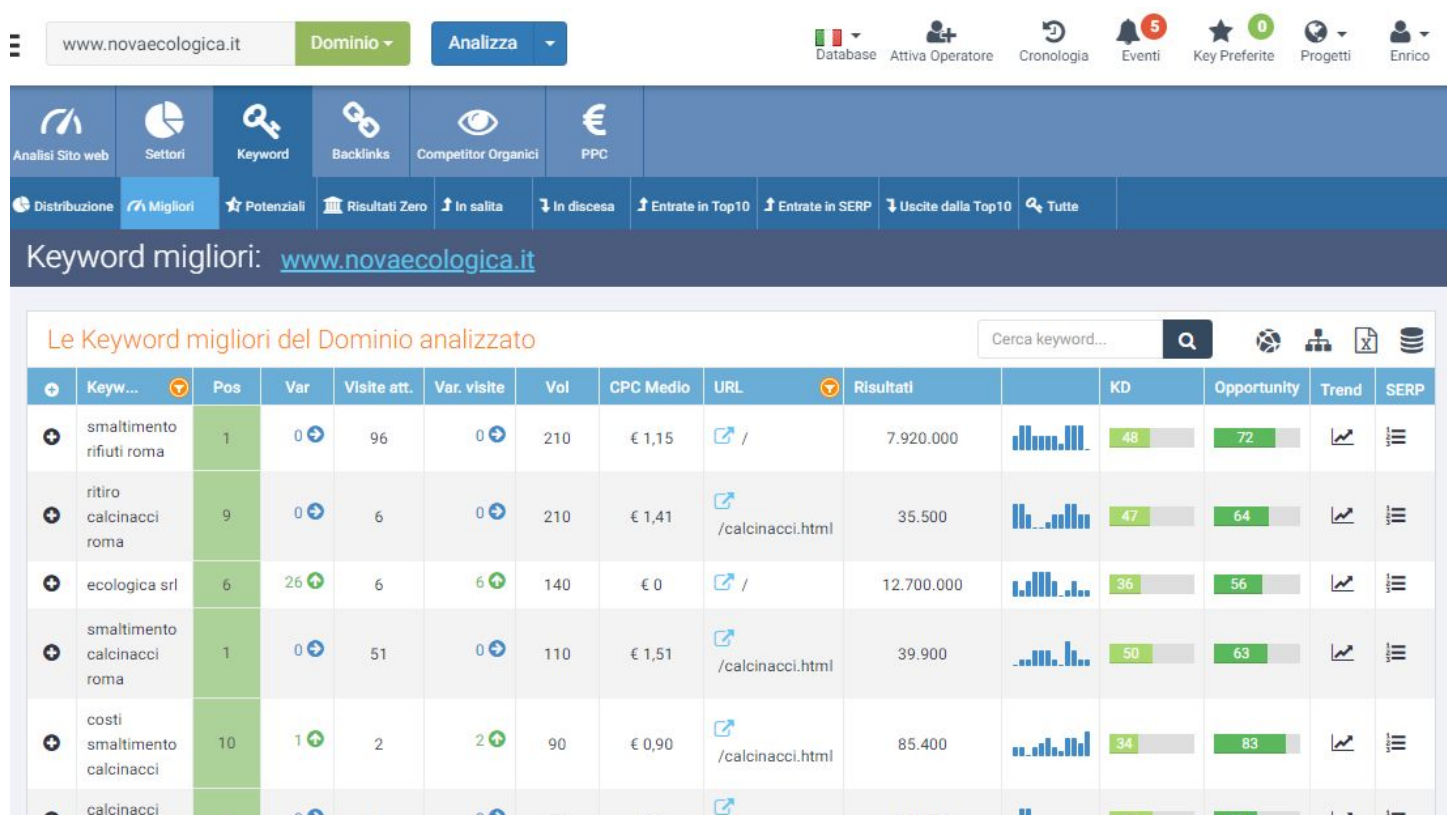
July 17, 2015	October 26, 2015	February 23, 2016	May 12, 2016	September 1, 2016	October 6, 2016
					
Panda 4.2	RankBrain	Adwords Shake-Up	Mobile-friendly 2	Possum	Penguin 4.0

I nostri casi di successo

Di seguito vi illustriamo una serie di “casi di successo” della nostra agenzia. Si tratta di nostri clienti che abbiamo aiutato ad arrivare in prima pagina su Google.it

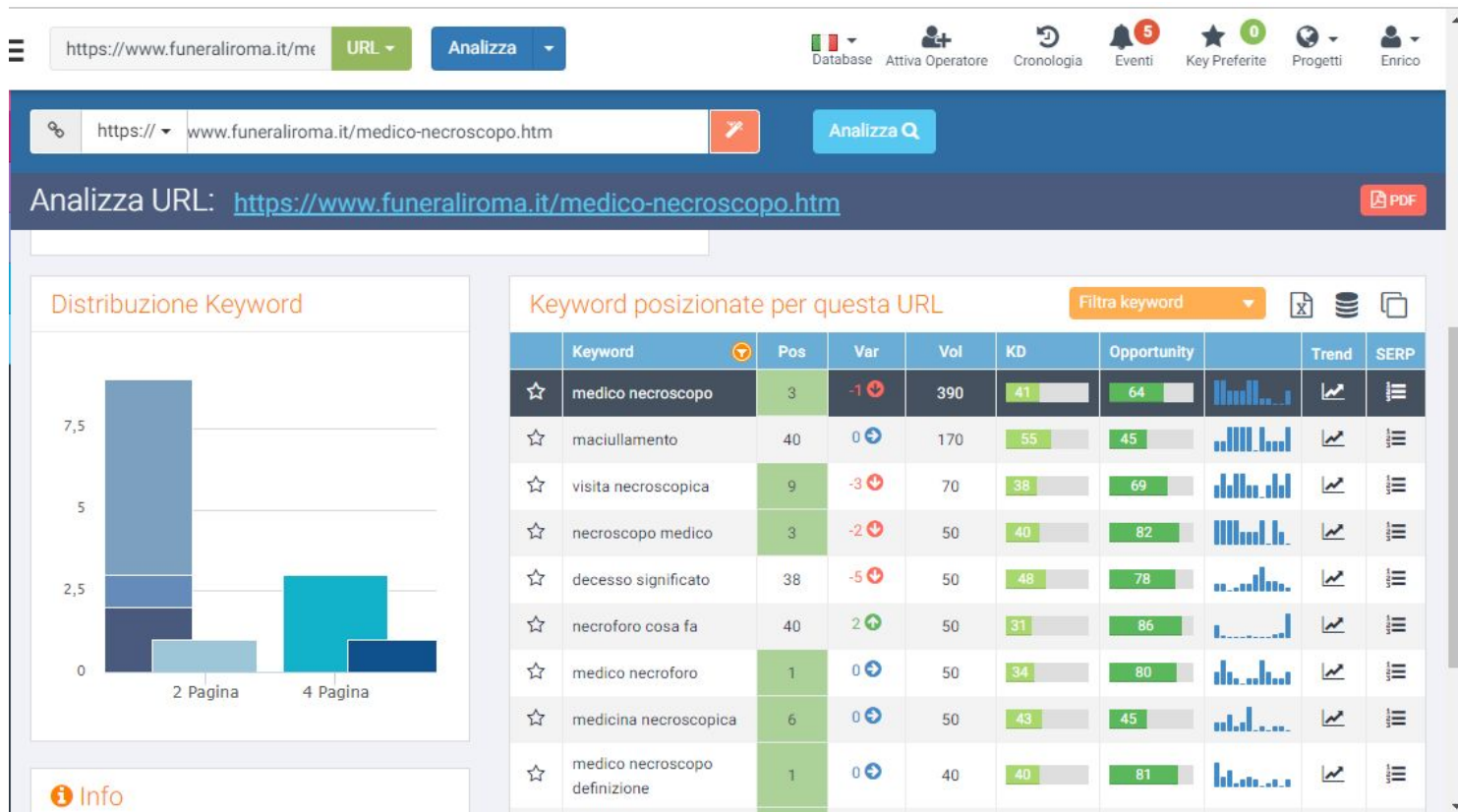
Nova Ecologica

Il sito www.novaecologica.it ha invece raggiunto la terza posizione con la keyword “smaltimento rifiuti Roma” alla url <https://www.novaecologica.it/>. La keyword in esame ha un volume di ricerca di 260.



Funerali Roma (Cattolica San Lorenzo)

L'agenzia funebre Cattolica San Lorenzo con il sito <http://www.funeraliroma.it> ha raggiunto la terza posizione con la keyword "medico necroscopo" alla url <http://www.funeraliroma.it/medico-necroscopo.htm>. La keyword in esame ha un volume di ricerca di 480.



Lily Pulizie

L'impresa di pulizie "Lily Pulizie" con il sito <https://lily-pulizie.it/> ha raggiunto la quarta posizione con la keyword "impresa pulizie Roma" proprio alla url <https://lily-pulizie.it/>. La keyword in esame ha un volume di ricerca di 480.

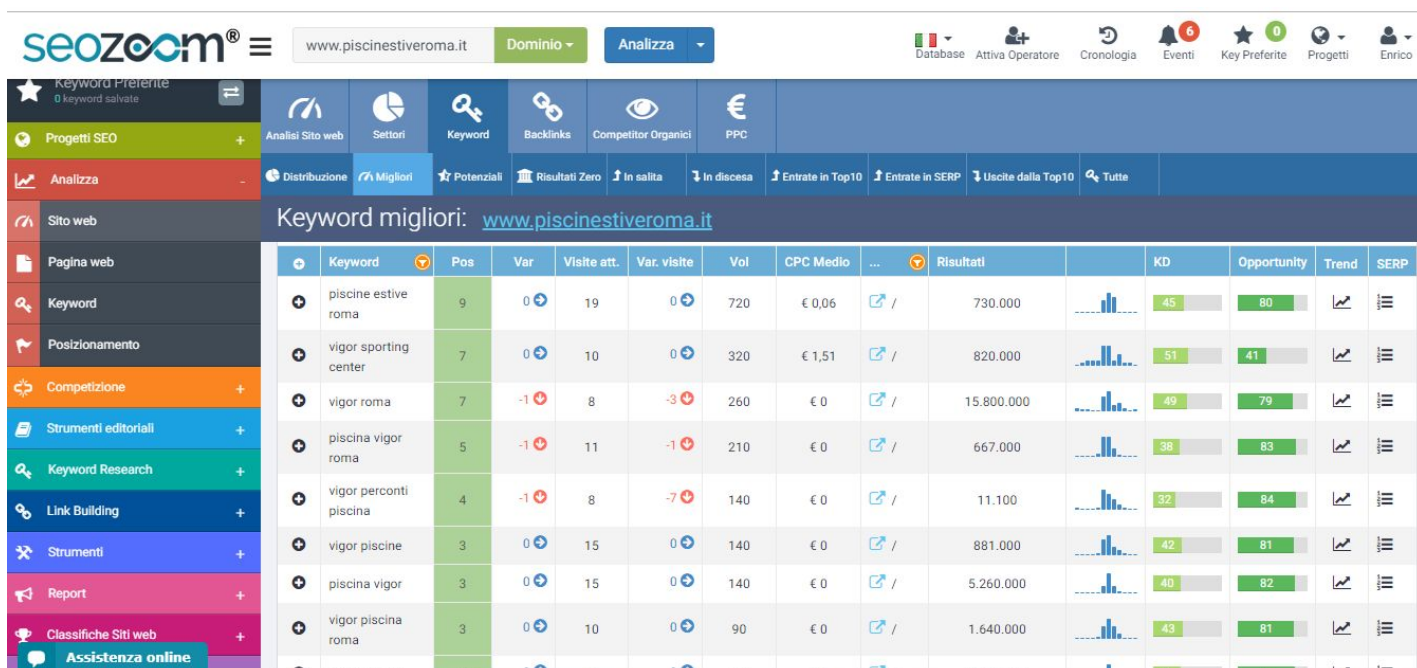
Keyword	Pos	Vol	KD	Opportunity	Trend	SERP
☆ imprese di pulizie	3	1.600	62	73		
☆ impresa pulizie roma	4	720	53	75		
☆ impresa pulizie	2	720	58	65		
☆ imprese di pulizie roma	4	480	60	72		
☆ impresa di pulizia	2	480	56	75		
☆ impresa di pulizia 	2	480	56	75		
☆ ditte di pulizie	3	390	57	75		
☆ imprese di pulizia	4	320	62	50		
☆ imprese pulizie	5	260	55	71		
☆ ditta di pulizie	2	210	55	71		

10 righe 1 - 10 di 505

[Visualizza come testo](#) [★ Aggiungi tutte nei preferiti](#) [Chiudi](#)

Vigor Sporting Center

Lo Sporting Center “Vigore” con il sito <https://www.piscinestiveroma.it/> ha raggiunto la nona posizione con la keyword “piscine estive Roma” proprio alla url <https://www.piscinestiveroma.it/>. La keyword in esame ha un volume di ricerca di 720.



Keyword migliori: www.piscinestiveroma.it

Keyword	Pos	Var	Visite att.	Var. visite	Vol	CPC Medio	Risultati	KD	Opportunity	Trend	SERP
piscine estive roma	9	0	19	0	720	€ 0,06	730.000	45	80		
vigor sporting center	7	0	10	0	320	€ 1,51	820.000	51	41		
vigor roma	7	-1	8	-3	260	€ 0	15.800.000	49	79		
piscina vigor roma	5	-1	11	-1	210	€ 0	667.000	38	83		
vigor percenti piscina	4	-1	8	-7	140	€ 0	11.100	32	84		
vigor piscine	3	0	15	0	140	€ 0	881.000	42	81		
piscina vigor	3	0	15	0	140	€ 0	5.260.000	40	82		
vigor piscina roma	3	0	10	0	90	€ 0	1.640.000	43	81		