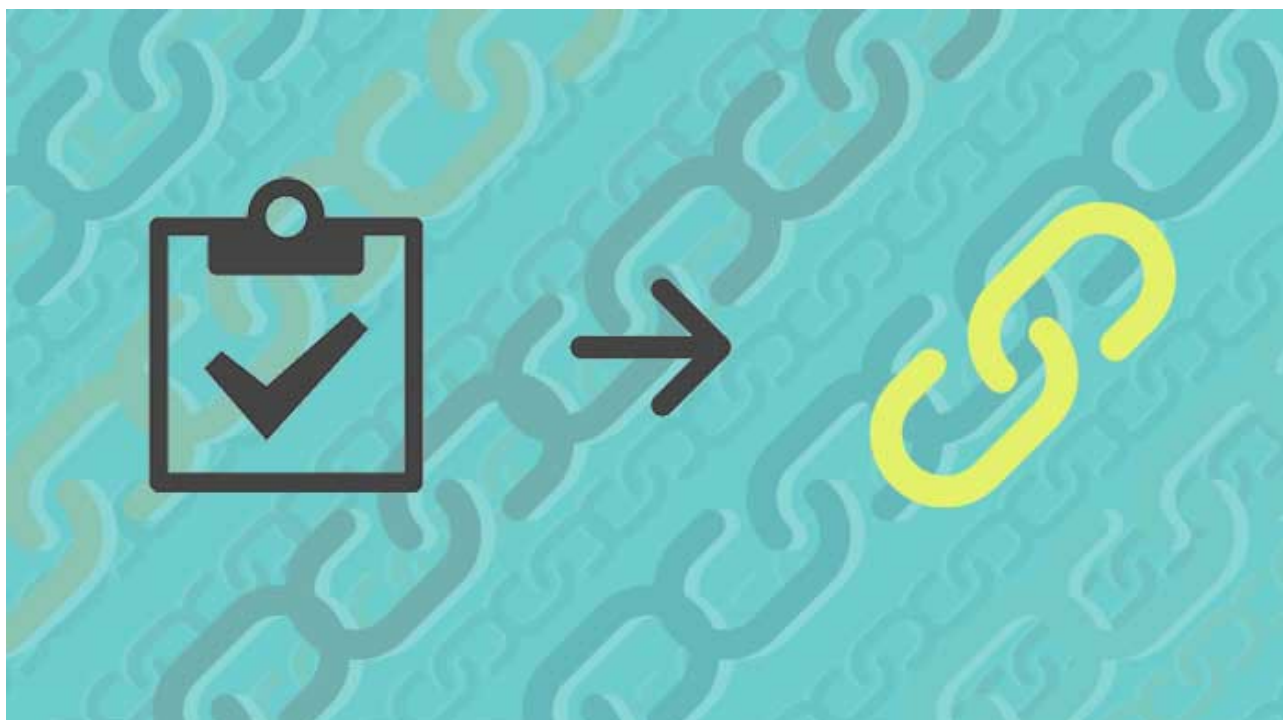




21 tecniche operative di link building

Dan Kempes

{**d**kmp s;



1. Sviluppa contenuti che rispondano ai search intent del tuo pubblico

Sembra una voce fumosa per iniziare a parlare di tecniche operative, lo so. Ma è la prima della lista, soprattutto se si riesce a trasformarla in una forma mentis, in un approccio operativo. **Con l'avvento di RankBrain** (algoritmo basato su machine learning) il nostro contenuto deve essere orientato a costruire beneficio per gli utenti. Perché il comportamento degli utenti, il grado di interazione e di interesse che manifestano navigando le nostre pagine **si riflette in un fattore di ranking primario** per via dell'algoritmo e secondario perché avvantaggia l'insorgere di link naturali. Investire per migliorare le proprie capacità di sviluppo dei contenuti è di certo una buona idea che può generare revenue nel medio/lungo periodo. O anche dare uno sguardo al servizio di [consulenza link building](#) che offro e contattarmi per una collaborazione.

2. Scrivi un guest post

Selezionando siti o blog tematicamente affini e con un profilo backlink affidabile.

3. Sviluppa infografiche (magari con codice di incorporamento)

Dovremmo scendere tutti in piazza al grido di "più infografica per tutti". Il peso dell'esperienza cognitiva si sta spostando dalla parola scritta all'immagine/video. Le infografiche fatte bene sono una miniera di possibilità. E c'è sempre la possibilità di rendere disponibile un codice di incorporamento **sia per siti terzi** (fornire una stringa di html può sembrare banale, ma non sono certo una minoranza i publisher che non hanno dimestichezza con html, a tal proposito strumenti di embed code generator sono massivamente disponibili online) **sia naturalmente per la condivisione sui social network**. Senza tralasciare che vi sono poi siti di infographic submission.

4. Contribuisci allo sviluppo di post crowdsourced

Il mondo dei contenuti "generati dalla folla" è in ascesa negli ultimi anni e può essere una nuova fonte di link. Sonia Montegiove in un articolo su TechNews menziona alcune tra le principali piattaforme per il crowdsourcing. Fra queste **99design**, **userfarm** e **zooppa**. Da qui partire per l'esplorazione.

5. Crea versioni alternative dei tuoi contenuti (PDF, video, podcast)

I **printables** li chiamano. Ma direi anche **audiables**, parola

che sto letteralmente inventando peraltro.

6. Pubblica immagini di alta qualità (e originali)

Le buone immagini hanno chilometri di buoni motivi per essere implementate e pubblicate. **Possono generare link naturali**, possono apportare traffico mediante ricerca immagini, possono suscitare commenti. E poi ci sono sempre tecniche di advanced link building come **l'implementazione di directory di immagini**.

7. Crea contenuti con confronti fra prodotti o versioni di prodotti

Gli utenti amano i confronti. Questo è un tip che si sposa perfettamente con le esigenze degli ecommerce, ma non solo. La long tail apre le porte ad articoli di confronto o review di versioni prodotto, oppure di prodotti a marchio diverso in una stessa nicchia. Mondo da esplorare con attitudine.



8. Implementa una strategia di broken link building

Trova i siti che hanno chiuso, **che hanno spostato risorse o cambiato url**. Raggiungi coloro che puntano a queste risorse e offriglile tu stesso.

9. Inserisci il tuo sito in directory locali

Buone vecchie local listings. Non tradiranno mai i nostri sogni di gloria.

10. Inserisci il sito in directory verticali

Una buona ricerca di directory verticali è sempre una strategia sensata. **Senza eccedere e soprattutto avendo cura di scegliere i siti giusti** per il settore.

11. Recupera i tuoi backlink rotti o scaduti

Tutti ce li hanno, anche gli insospettabili. Identificarli e correggerli.

12. Siti Question&Answer

Ce ne sono di vario genere. Possono avere una qualche utilità, come **Quora** ad esempio.

13. Creare articoli in siti di article marketing

Le strategie per valorizzare l'article marketing continuano ad essere una buona risorsa. Non fanno miracoli naturalmente e bisogna evitare i siti pericolosamente vicini al confine dello spam.

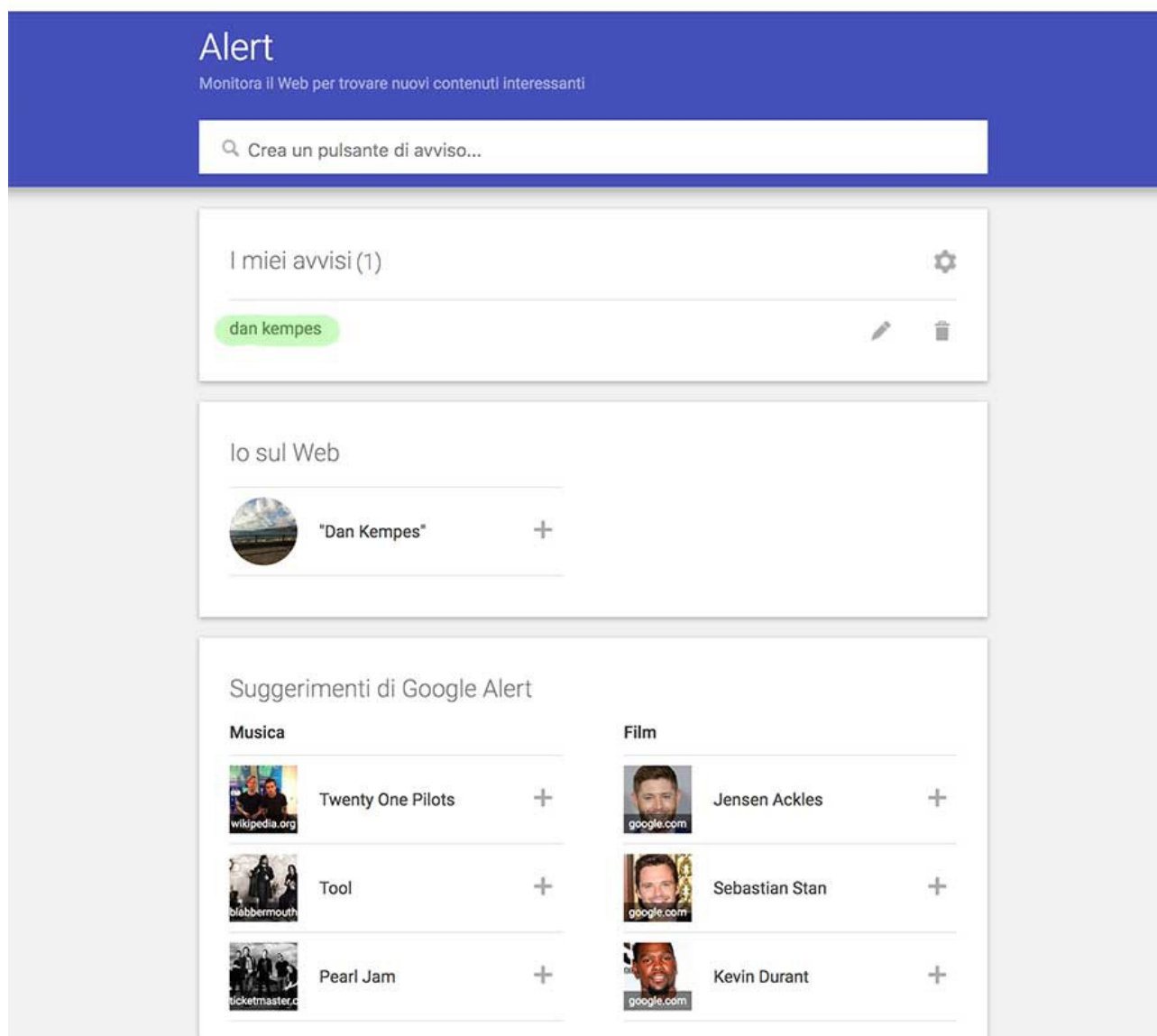
14. Utilizza chiavi esatte nell'anchor da pagine statiche

Le chiavi esatte nell'anchor hanno un impatto significativo su keywords di ogni livello, anche su quelle nazionali. Il ricorso a questi link deve però essere inserito in un contesto bilanciato, favorendo una **crescita progressiva del profilo di backlink e proporzionata rispetto alle chiavi di brand.**



15. Rintraccia le menzioni che ricevi e prova a trasformarle in link

Le menzioni sono un parametro rilevante nella coltivazione dei backlink. È impensabile che un dominio attragga link naturali se non ha sviluppato proporzionali menzioni. A questo proposito l'utilizzo di Google Alerts permette di creare un sistema di avvisi che ci segnala le nuove menzioni. Il passo successivo è provare a convertirle in link



16. Scrivi alle persone che menzioni

Il discorso è simile a quello fatto per il punto precedente. **Se menzioni qualcuno nei tuoi articoli una buona strategia di ritorno può essere informarlo** per ottenere un backlink. Hai visto mai.

17. Contribuisci alle pagine wikipedia

La contribuzione su Wikipedia è uno strumento potente. **È una strategia che richiede lavoro e applicazione**, il progetto enciclopedico di wikipedia ha un anelito di

divulgazione universale e non può essere scalato con due click o preso sotto gamba. I risultati prendono corpo nel medio-lungo periodo e non si possono certo sottovalutare.

18. Crea e proponi comunicati stampa a siti editoriali

Diffondere link attraverso comunicati stampa non ha di per sé un grande valore. La strategia acquista maggiore impatto se riusciamo a **coinvolgere giornalisti e addetti editoriali**, proponendo contenuti magari interessanti che possono essere interessanti anche dal punto di vista giornalistico. È una strategia che si mescola inevitabilmente alla coltivazione di rapporti personali. E non c'è mica niente di male dopotutto.

19. Cerca blog di settore di buona qualità

La ricerca di blog di buona qualità che operano nella stessa di nicchia di mercato è sempre una good practice. Tematicità, freshness e una buona autorevolezza sono gli ingredienti migliori per un backlink.

20. Trascrivi e/o traduci contenuti

Trova blogger che fanno produzione audio o video, ma non hanno le risorse o la capacità di trascriverli/tradurli.

21. Commenta nei blog con il tuo brand

Parafrasando uno dei più grandi intellettuali italiani del Novecento: "**Libertà è commentare sui blog col nome del brand**".