

# Report SEO, GEO, AEO

https://www.tuosito.it/

Keyword posizionate  
**217**

Valore traffico  
**€ 257**

Traffico mensile  
**301**

Zoom Authority  
**25**

## Andamento annuale

	VOLUME STIMATO MESE	VARIAZIONE TRIMESTRE
UN ANNO FA	66	
9 MESI FA	176	166.66%
6 MESI FA	220	25%
3 MESI FA	278	26.36%
TENDENZA REAL TIME	301	8.27%

## Andamento traffico organico sito web



## SEO Audit tecnico

Pagine analizzate

**126**

Errori

**43**

Warning

**265**

Link in uscita

**1.347**

URL Valide

**95.24%**

Pagine scansionate: **126**

---

Valide **120** Redirect **0** Errori 40x **0** Errori del server **0** Bloccate da Robots **0**

## × ERRORI

43

### Meta Description mancanti

2

Si verifica quando le pagine non hanno una meta descrizione. La Meta Description o meta descrizione è un breve riassunto della pagina web che appare nei risultati di ricerca dei motori di ricerca; dal punto di vista tecnico, è un tag HTML di lunghezza limitata che serve a fornire ai lettori un'anteprima sintetica e concisa dei contenuti della pagina web, e fa parte dei classici snippet testuali di anteprima di Google. Non ha un impatto diretto sul ranking, ma una buona meta description può aumentare il tasso di click-through, poiché può attirare l'attenzione degli utenti e convincerli a cliccare sul risultato.

### Intestazioni H1 duplicate

21

Indica che più pagine condividono la stessa intestazione H1. L'elemento H1 è il titolo principale visualizzato all'interno del contenuto della pagina e dovrebbe riflettere l'argomento principale o il punto focale della pagina stessa. L'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità. La presenza di H1 duplicati in più pagine non è un errore critico per la SEO, ma può comunque impattare sulla fruibilità effettiva dei contenuti e sulla usabilità della pagina.

### Immagini con errori di caricamento

1

Indica immagini che non vengono caricate correttamente (ad esempio perché restituiscono errori 404, quindi risorse non trovate), che quindi i crawler e gli utenti non possono visualizzare come previsto. Questo problema si verifica quando un file immagine non esiste più sul nostro sito o su una risorsa esterna che abbiamo linkato, o quando la sua URL è scritta in modo errato. L'impossibilità di visualizzare le immagini previste potrebbe influenzare negativamente l'esperienza utente e la SEO.

### Immagini senza attributo alt

17

Questo errore si verifica quando le immagini non hanno un attributo alt impostato correttamente. Il testo alternativo, o Alt Text, è una breve descrizione di un'immagine che viene mostrata in pagina quando l'immagine stessa non può essere caricata o visualizzata; questo testo è importante sia per l'accessibilità, aiutando le persone con disabilità visive a comprendere il contenuto delle immagini, sia per la SEO, poiché i motori di ricerca possono usare il testo alternativo per capire il contenuto delle immagini e per indicizzare le immagini nei risultati di ricerca.

Pagine bloccate da Robots.txt

0

Nessuna risposta dal server

0

Errori 400 (Richiesta Errata)

0

Errori 500 (Errore Interno del Server)

0

Titoli mancanti

0

Titoli duplicati

0

Titoli multipli per pagina

0

Meta Description multiple

0

Meta Keywords multiple

0

Attributi alt troppo lunghi per immagini

0

Tag canonical mancanti

0

Tag canonical multipli

0

Link senza testo d'ancoraggio

0

Link non funzionanti	0
Tag hreflang con risposta non 200	0
Conferma mancante per hreflang	0
Link di conferma hreflang con noindex	0
Autoreferenziazione mancante in hreflang	0
Manca tag hreflang x-default	0

 WARNING

265

### Titoli di pagina troppo lunghi

9

Segnala che i titoli delle pagine superano la lunghezza raccomandata. Anche se Google non specifica una lunghezza consigliata o standard, la maggior parte dei browser desktop e mobili è in grado di visualizzare i primi 50-60 caratteri di questo elemento - in realtà, le dimensioni standard di riferimento sono 600 pixel al massimo. Quando eccediamo, Google potrebbe tagliare il titolo nei risultati di ricerca o modificarlo.

### Titoli di pagina troppo corti

2

Segnala che i titoli delle pagine sono al di sotto della lunghezza raccomandata e adeguata per fornire informazioni a motori di ricerca e utenti.

### Titoli di pagina uguali alle intestazioni H1

24

Si verifica quando il titolo della pagina è identico all'intestazione H1. Non è un errore critico per la SEO, ma non fa opportuna distinzione tra i due elementi, che hanno compiti diversi. Mentre il Title Tag è destinato ai motori di ricerca e agli utenti che navigano nei risultati di ricerca, l'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità; per questo, il Title Tag deve catturare l'attenzione e incoraggiare il clic dall'esterno, mentre l'H1 deve confermare immediatamente all'utente che si trova nella pagina giusta e guidarlo attraverso il contenuto.

### Descrizioni Meta duplicate

21

Indica la presenza di descrizioni meta duplicate tra diverse pagine. Questo problema può verificarsi con l'utilizzo di CMS come WordPress, Joomla! o Drupal, o può derivare da errori nella creazione dei contenuti. Secondo le best practices SEO, ogni pagina del sito deve presentare una descrizione unica, originale ed elaborata per invogliare il clic del lettore. La presenza di pagine che condividono la stessa meta descrizione può quindi avere conseguenze negative per l'attrattività del sito per i visitatori, confondendo i motori di ricerca.

### Descrizioni Meta troppo lunghe

1

Avviso che segnala che le descrizioni delle pagine superano la lunghezza raccomandata. Anche se Google non specifica una lunghezza consigliata o standard, solitamente questo snippet contiene testi tra i 145 e i 160 caratteri: la quota eccedente può essere troncata nei risultati della Ricerca Google.

### Intestazione H1 troppo lunga

23

Avviso che si verifica quando l'intestazione H1 di una pagina è considerata troppo lunga secondo i parametri comuni. L'elemento H1 è il titolo principale visualizzato all'interno del contenuto della pagina e dovrebbe riflettere l'argomento principale o il punto focale della pagina stessa. L'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità. La lunghezza di un H1 non è un errore critico per la SEO, ma può comunque impattare sulla fruibilità effettiva dei contenuti e sulla usabilità della pagina.

2

185

### Intestazione H2 troppo lunga

84

Si verifica quando le intestazioni H2 sono troppo lunghe, un fattore che può influenzare negativamente la struttura e la chiarezza del contenuto. Gli heading o intestazioni servono a strutturare il contenuto in ordine gerarchico, suddividendo il testo in sezioni e facilitando l'accessibilità. L'intestazione H2 indica solitamente i titoli dei paragrafi principali. La presenza di H2 troppo lunghi non è un elemento critico per la SEO.

URL con caratteri non ASCII	0
URL con underscore	0
URL con lettere maiuscole	0
URL con parametri	0
URL troppo lunghi	0
Pagine con troppi link	0
Descrizioni Meta troppo corte	0
Meta Keywords duplicate	0
Intestazione H1 mancante	0
Immagini senza attributo 'src'	0

## Meta Description mancanti

2

Si verifica quando le pagine non hanno una meta descrizione. La Meta Description o meta descrizione è un breve riassunto della pagina web che appare nei risultati di ricerca dei motori di ricerca; dal punto di vista tecnico, è un tag HTML di lunghezza limitata che serve a fornire ai lettori un'anteprima sintetica e concisa dei contenuti della pagine web, e fa parte dei classici snippet testuali di anteprima di Google. Non ha un impatto diretto sul ranking, ma una buona meta description può aumentare il tasso di click-through, poiché può attirare l'attenzione degli utenti e convincerli a cliccare sul risultato.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine senza meta descrizioni e aggiungere la descrizione almeno alle pagine più rilevanti del sito, come la home page e le pagine popolari. Secondo le best practices SEO, la meta description deve essere unica, accurata, coinvolgente e pertinente al contenuto della pagina, con parole chiave adeguate a fornire ai potenziali visitatori informazioni molto rilevanti sul contenuto che li attende in pagina.

### URL

<https://www.tuosito.it/cosa-fare-dopo-geo-audit/>

<https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/>

## Intestazioni H1 duplicate

21

Indica che più pagine condividono la stessa intestazione H1. L'elemento H1 è il titolo principale visualizzato all'interno del contenuto della pagina e dovrebbe riflettere l'argomento principale o il punto focale della pagina stessa. L'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità. La presenza di H1 duplicati in più pagine non è un errore critico per la SEO, ma può comunque impattare sulla fruibilità effettiva dei contenuti e sulla usabilità della pagina.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine e risolvere i casi di duplicazione, modificando opportunamente le intestazioni H1. Secondo le best practices SEO, è importante che ogni pagina abbia un tag H1 univoco, che rifletta accuratamente l'argomento principale di quel contenuto.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Blog
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Marketing
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/2/">https://www.tuosito.it/marketing/page/2/</a>	Marketing
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Marketing
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/4/">https://www.tuosito.it/marketing/page/4/</a>	Marketing
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/</a>	Ottimizzazione SEO
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/</a>	Ottimizzazione SEO

## Immagini con errori di caricamento

1

Indica immagini che non vengono caricate correttamente (ad esempio perché restituiscono errori 404, quindi risorse non trovate), che quindi i crawler e gli utenti non possono visualizzare come previsto. Questo problema si verifica quando un file immagine non esiste più sul nostro sito o su una risorsa esterna che abbiamo linkato, o quando la sua URL è scritta in modo errato. L'impossibilità di visualizzare le immagini previste potrebbe influenzare negativamente l'esperienza utente e la SEO.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine e verificare se i file di immagine sono ancora online e se l'indirizzo URL linkato è corretto. Se le immagini sono state eliminate, provvedere a ricaricarle nuovamente o fornire un indirizzo URL funzionante verso un'altra immagine opportuna.

URL	Attributo src
<a href="https://www.tuosito.it/funnel-pesce-marketing/">https://www.tuosito.it/funnel-pesce-marketing/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/04/Funnel-a-forma-di-pesce-1024x576.png



## Immagini senza attributo alt

17

Questo errore si verifica quando le immagini non hanno un attributo alt impostato correttamente. Il testo alternativo, o Alt Text, è una breve descrizione di un'immagine che viene mostrata in pagina quando l'immagine stessa non può essere caricata o visualizzata; questo testo è importante sia per l'accessibilità, aiutando le persone con disabilità visive a comprendere il contenuto delle immagini, sia per la SEO, poiché i motori di ricerca possono usare il testo alternativo per capire il contenuto delle immagini e per indicizzare le immagini nei risultati di ricerca.



### Come correggere:

Verificare l'elenco delle risorse e inserire un alt text per ogni immagine. Secondo le best practices SEO, l'alt text dovrebbe essere una frase breve, precisa, capace di unire l'esigenza di ottimizzazione mirata delle parole chiave in un contesto che descriva l'argomento dell'immagine stessa.

URL	Attributo src
<a href="https://www.tuosito.it/digital-pr/">https://www.tuosito.it/digital-pr/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/03/Digital-PR-analisi-img-1.png
<a href="https://www.tuosito.it/servizi-seo/">https://www.tuosito.it/servizi-seo/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/04/SEO-3-opt.png
<a href="https://www.tuosito.it/realizzazione-siti-web/">https://www.tuosito.it/realizzazione-siti-web/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/04/Il-sito-per-attrarre-gli-utenti-1-1.png
<a href="https://www.tuosito.it/avviare-nuovo-brand-oggi/">https://www.tuosito.it/avviare-nuovo-brand-oggi/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/03/nuovo_brand.jpg
<a href="https://www.tuosito.it/marketing-zero-click/">https://www.tuosito.it/marketing-zero-click/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/02/marketing_zero_click.png
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-fare-dopo-geo-audit/">https://www.tuosito.it/cosa-fare-dopo-geo-audit/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/02/geo-audit.png
<a href="https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/">https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/02/gestione-strategica-contenuti.jpg
<a href="https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/">https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/01/seo-per-tik-tok.jpg
<a href="https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/">https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/01/analisi-ai.png
<a href="https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/">https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/02/sito_bioarginina.it_.png
<a href="https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/">https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2026/01/strategia-seo-2026.jpg
<a href="https://www.tuosito.it/local-seo-cos-e-cosa-serve/">https://www.tuosito.it/local-seo-cos-e-cosa-serve/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2023/10/Local-SEO-1.png
<a href="https://www.tuosito.it/addio-hashtag-instagram/">https://www.tuosito.it/addio-hashtag-instagram/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/09/2-1.png
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-sono-gli-italian-brainrot/">https://www.tuosito.it/cosa-sono-gli-italian-brainrot/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/05/Italian-Brainrot-Heidegger.png
<a href="https://www.tuosito.it/social-media-come-amplificatore-brand/">https://www.tuosito.it/social-media-come-amplificatore-brand/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/07/Social-Media-amplificano.png
<a href="https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/">https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/06/Instagram-arriva-su-Google-2-1.png
<a href="https://www.tuosito.it/strategie-marketing-pasqua/">https://www.tuosito.it/strategie-marketing-pasqua/</a>	https://www.tuosito.it/wp-content/uploads/2025/04/Pasquaweroad-1.png



## Titoli di pagina troppo lunghi

9

Segnala che i titoli delle pagine superano la lunghezza raccomandata. Anche se Google non specifica una lunghezza consigliata o standard, la maggior parte dei browser desktop e mobili è in grado di visualizzare i primi 50-60 caratteri di questo elemento - in realtà, le dimensioni standard di riferimento sono 600 pixel al massimo. Quando eccediamo, Google potrebbe tagliare il titolo nei risultati di ricerca o modificarlo.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine con titoli troppo lunghi e modificare dove opportuno. Secondo le best practices SEO, il titolo deve essere unico, accurato, conciso, coinvolgente e pertinente al contenuto della pagina, con parole chiave adeguate a comunicare efficacemente il tema della pagina ai motori di ricerca e agli utenti.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/">https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/</a>	AI Overview in Italia: cosa cambia davvero per la visibilità organica
<a href="https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/">https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/come-creare-contenuti-empatici-per-il-tuo-pubblico/">https://www.tuosito.it/come-creare-contenuti-empatici-per-il-tuo-pubblico/</a>	Come creare contenuti empatici per il tuo target: la guida definitiva
<a href="https://www.tuosito.it/futuro-dei-blog-nell-era-ai/">https://www.tuosito.it/futuro-dei-blog-nell-era-ai/</a>	I blog sono morti? Il loro futuro nell'era dell'Intelligenza Artificiale
<a href="https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/">https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/">https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/</a>	Instagram su Google? Benvenuti nel futuro che avevamo già previsto
<a href="https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/">https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/</a>	Nuovo progetto Bioarginina.it per Tuo sito con il Metodo CUBE
<a href="https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/">https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/</a>	SEO per TikTok nel 2026: guida strategica per la visibilità organica
<a href="https://www.tuosito.it/strategia-lead-generation/">https://www.tuosito.it/strategia-lead-generation/</a>	Strategia di Lead Generation: perché la tua azienda non può farne a meno

## Titoli di pagina troppo corti

2

Segnala che i titoli delle pagine sono al di sotto della lunghezza raccomandata e adeguata per fornire informazioni a motori di ricerca e utenti.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine con titoli troppo brevi e modificare dove opportuno. Secondo le best practices SEO, il titolo deve essere unico, accurato, conciso, coinvolgente e pertinente al contenuto della pagina, con parole chiave adeguate a comunicare efficacemente il tema della pagina ai motori di ricerca e agli utenti.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Blog   Tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Marketing   Tuo sito

## Titoli di pagina uguali alle intestazioni H1

24

Si verifica quando il titolo della pagina è identico all'intestazione H1. Non è un errore critico per la SEO, ma non fa opportuna distinzione tra i due elementi, che hanno compiti diversi. Mentre il Title Tag è destinato ai motori di ricerca e agli utenti che navigano nei risultati di ricerca, l'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità; per questo, il Title Tag deve catturare l'attenzione e incoraggiare il clic dall'esterno, mentre l'H1 deve confermare immediatamente all'utente che si trova nella pagina giusta e guidarlo attraverso il contenuto.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco delle pagine segnalate e intervenire dove opportuno, modificando il titolo o l'H1 per differenziare gli elementi. Non differenziare tag title e H1 non è un errore né per la SEO né per l'user experience: usare la stessa stringa di caratteri per entrambi i campi significa solo perdere l'occasione di ottimizzare i titoli e raggiungere obiettivi diversi.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/">https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/</a>	AI Overview in Italia: cosa cambia davvero per la visibilità organica
<a href="https://www.tuosito.it/ai-overview-come-cambia-per-il-tuo-sito-web/">https://www.tuosito.it/ai-overview-come-cambia-per-il-tuo-sito-web/</a>	AI Overview: cosa cambia per il tuo sito web?
<a href="https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/">https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/come-costruire-un-brand-forte-per-dominare-la-serp-nel-2025/">https://www.tuosito.it/come-costruire-un-brand-forte-per-dominare-la-serp-nel-2025/</a>	Come costruire un brand forte per dominare la SERP nel 2025
<a href="https://www.tuosito.it/come-scrivere-per-piacere-alle-ai/">https://www.tuosito.it/come-scrivere-per-piacere-alle-ai/</a>	Come scrivere per piacere alle AI
<a href="https://www.tuosito.it/link-juice-cos-e-come-funziona/">https://www.tuosito.it/link-juice-cos-e-come-funziona/</a>	Come sfruttare la Link Juice per migliorare la SEO del tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-fare-dopo-geo-audit/">https://www.tuosito.it/cosa-fare-dopo-geo-audit/</a>	Come trasformare i dati di un GEO Audit in una strategia concreta
<a href="https://www.tuosito.it/consigli-per-la-lettura-estiva-a-tema-marketing-e-ai/">https://www.tuosito.it/consigli-per-la-lettura-estiva-a-tema-marketing-e-ai/</a>	Consigli per la lettura estiva a tema Marketing e AI
<a href="https://www.tuosito.it/tag-cosa-sono/">https://www.tuosito.it/tag-cosa-sono/</a>	Cosa sono i TAG e come gestirli nella strategia SEO
<a href="https://www.tuosito.it/eeat-cosa-significa/">https://www.tuosito.it/eeat-cosa-significa/</a>	EEAT: cosa significa e perché è importante
<a href="https://www.tuosito.it/guest-post/">https://www.tuosito.it/guest-post/</a>	Guest Post: Come Creare Collaborazioni Che Portano Risultati
<a href="https://www.tuosito.it/social-media-come-amplificatore-brand/">https://www.tuosito.it/social-media-come-amplificatore-brand/</a>	I social che amplificano: il caso al concerto dei Coldplay
<a href="https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/">https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/">https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/</a>	Instagram su Google? Benvenuti nel futuro che avevamo già previsto
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-sono-gli-italian-brainrot/">https://www.tuosito.it/cosa-sono-gli-italian-brainrot/</a>	Italian Brainrot: siamo filosofi o idioti?
<a href="https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/">https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/</a>	La SEO non basta più! Come impostare la tua strategia nel 2026
<a href="https://www.tuosito.it/labubu-mania-il-pupazzetto-peloso-che-fa-impazzire-il-marketing/">https://www.tuosito.it/labubu-mania-il-pupazzetto-peloso-che-fa-impazzire-il-marketing/</a>	Labubu Mania: il pupazzetto peloso che fa impazzire il marketing
<a href="https://www.tuosito.it/nofollow-link-strategia/">https://www.tuosito.it/nofollow-link-strategia/</a>	Link nofollow nella strategia di link building? Sì, grazie!
<a href="https://www.tuosito.it/meme-marketing-la-strategia/">https://www.tuosito.it/meme-marketing-la-strategia/</a>	Meme Marketing: perché inserirli nella propria strategia
<a href="https://www.tuosito.it/meta-description-cose-e/">https://www.tuosito.it/meta-description-cose-e/</a>	Meta Description fatte bene: la chiave per conquistare più utenti
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-immagini-una-breve-guida/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-immagini-una-breve-guida/</a>	Ottimizzare le immagini per il web: come e perché farlo

<a href="https://www.tuosito.it/ricerca-organica-quanto-importante/">https://www.tuosito.it/ricerca-organica-quanto-importante/</a>	Ricerca organica: quanto è importante per il proprio business
<a href="https://www.tuosito.it/seo-copywriting-cose-e-come-usarlo/">https://www.tuosito.it/seo-copywriting-cose-e-come-usarlo/</a>	SEO Copywriting: vuoi davvero emergere o solo seguire regole?
<a href="https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/">https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/</a>	Sito multilingua: tutti i motivi per realizzarlo

## Descrizioni Meta duplicate

21

Indica la presenza di descrizioni meta duplicate tra diverse pagine. Questo problema può verificarsi con l'utilizzo di CMS come WordPress, Joomla! o Drupal, o può derivare da errori nella creazione dei contenuti. Secondo le best practices SEO, ogni pagina del sito deve presentare una descrizione unica, originale ed elaborata per invogliare il clic del lettore. La presenza di pagine che condividono la stessa meta descrizione può quindi avere conseguenze negative per l'attrattività del sito per i visitatori, confondendo i motori di ricerca.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine con descrizioni condivise e risolvere i casi di duplicazione come opportuno, scrivendo un testo accurato, coinvolgente e pertinente al contenuto della pagina, con parole chiave adeguate a fornire ai potenziali visitatori informazioni molto rilevanti sul contenuto che li attende in pagina.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Benvenuto nel blog di Tuo sito : scopri guide, consigli e strategie su SEO e Web Marketing. Idee e risorse per il tuo business online!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/</a>	Esplora strategie e strumenti per l'ottimizzazione SEO con le guide di Tuo sito . Migliora il posizionamento del tuo sito web sui motori di ricerca!

<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Scopri articoli, guide e strategie sul mondo del Web Marketing per ottimizzare la tua presenza online e scalare le SERP dei motori di ricerca.
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/4/">https://www.tuosito.it/marketing/page/4/</a>	Scopri articoli, guide e strategie sul mondo del Web Marketing per ottimizzare la tua presenza online e scalare le SERP dei motori di ricerca.
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/2/">https://www.tuosito.it/marketing/page/2/</a>	Scopri articoli, guide e strategie sul mondo del Web Marketing per ottimizzare la tua presenza online e scalare le SERP dei motori di ricerca.
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Scopri articoli, guide e strategie sul mondo del Web Marketing per ottimizzare la tua presenza online e scalare le SERP dei motori di ricerca.



## Descrizioni Meta troppo lunghe

1

Avviso che segnala che le descrizioni delle pagine superano la lunghezza raccomandata. Anche se Google non specifica una lunghezza consigliata o standard, solitamente questo snippet contiene testi tra i 145 e i 160 caratteri: la quota eccedente può essere troncata nei risultati della Ricerca Google.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine con descrizioni troppo lunghe e modificare dove opportuno. Secondo le best practices SEO, la meta description deve essere unica, accurata, coinvolgente e pertinente al contenuto della pagina, con parole chiave adeguate a fornire ai potenziali visitatori informazioni molto rilevanti sul contenuto che li attende in pagina.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/">https://www.tuosito.it/ai-overview-italia-analisi/</a>	L'AI Overview occupa già il 54% delle SERP italiane. Scopri i dati dell'analisi su 1,3 milioni di keyword e come proteggere la visibilità del tuo brand con Tuo sito .

## Intestazione H1 troppo lunga

23

Avviso che si verifica quando l'intestazione H1 di una pagina è considerata troppo lunga secondo i parametri comuni. L'elemento H1 è il titolo principale visualizzato all'interno del contenuto della pagina e dovrebbe riflettere l'argomento principale o il punto focale della pagina stessa. L'H1 è destinato ai visitatori del sito e aiuta a strutturare il contenuto per una migliore leggibilità. La lunghezza di un H1 non è un errore critico per la SEO, ma può comunque impattare sulla fruibilità effettiva dei contenuti e sulla usabilità della pagina.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine e modificare gli H1 dove opportuno. Secondo le best practices SEO, l'H1 dovrebbe avere una posizione evidente e in rilievo nella struttura della pagina, ed è opportuno evitare che il testo vada a capo o che sia eccessivamente lungo per il lettore: meglio scrivere testi brevi, concisi, efficaci e puntuali, che con eleganza e semplicità comunicano e anticipano il contenuto della pagina all'utente.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/piano-editoriale-cosa-e-come-si-fa/">https://www.tuosito.it/piano-editoriale-cosa-e-come-si-fa/</a>	5 consigli per un piano editoriale vincente nella tua strategia digitale!
<a href="https://www.tuosito.it/accessibilita-siti/">https://www.tuosito.it/accessibilita-siti/</a>	Accessibilità 2025: la scadenza che (forse) stai ignorando e che potrebbe farti decollare
<a href="https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/">https://www.tuosito.it/brand-awareness-cose/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/cannibalizzazione-keyword-seo/">https://www.tuosito.it/cannibalizzazione-keyword-seo/</a>	Cannibalizzazione SEO: il problema nascosto che indebolisce il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/local-seo-cos-e-cosa-serve/">https://www.tuosito.it/local-seo-cos-e-cosa-serve/</a>	Che cos'è la Local SEO e perché è fondamentale per il tuo business locale
<a href="https://www.tuosito.it/strategia-food-marketing/">https://www.tuosito.it/strategia-food-marketing/</a>	Come rendere il marketing del tuo ristorante irresistibile: strategia, consigli e idee da copiare
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-significa-hosting/">https://www.tuosito.it/cosa-significa-hosting/</a>	Come scegliere l'Hosting giusto: errori da evitare e consigli per chi inizia
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-e-content-marketing-seo/">https://www.tuosito.it/cosa-e-content-marketing-seo/</a>	Content Marketing e SEO: i segreti per costruire una comunicazione di successo
<a href="https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/">https://www.tuosito.it/progetto-bioarginina/</a>	Dal branding alla search strategy: il Metodo C.U.B.E. per il nuovo sito di Bioarginina.it
<a href="https://www.tuosito.it/keyword-research-cosa-serve-come-si-fa/">https://www.tuosito.it/keyword-research-cosa-serve-come-si-fa/</a>	Dietro una strategia vincente c'è sempre una parola giusta: parliamo di Keyword Research
<a href="https://www.tuosito.it/black-hat-seo/">https://www.tuosito.it/black-hat-seo/</a>	Funziona ancora la Black Hat SEO? Ecco come proteggere la tua attività online
<a href="https://www.tuosito.it/differenze-tra-http-e-https-quali-sono/">https://www.tuosito.it/differenze-tra-http-e-https-quali-sono/</a>	HTTP vs HTTPS: la guida completa per rendere il tuo business online più sicuro
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-e-cosa-serve-blog-aziendale/">https://www.tuosito.it/cosa-e-cosa-serve-blog-aziendale/</a>	Il blog in una digital strategy: come usarlo per distinguerti dai concorrenti
<a href="https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/">https://www.tuosito.it/la-multicanalita-per-la-seo/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/schede-prodotto-seo-cosa-sapere/">https://www.tuosito.it/schede-prodotto-seo-cosa-sapere/</a>	Le tue schede prodotto vendono davvero? Scopri come ottimizzarle e aumentare le conversioni!
<a href="https://www.tuosito.it/link-building-digital-pr/">https://www.tuosito.it/link-building-digital-pr/</a>	Link Building e Digital PR non sono la stessa cosa! Quando scegliere una o l'altra
<a href="https://www.tuosito.it/meta-robots-cosa-sono-cosa-servono/">https://www.tuosito.it/meta-robots-cosa-sono-cosa-servono/</a>	Meta Robots non sono solo codice: il lato strategico che non ti aspettavi
<a href="https://www.tuosito.it/meta-tag-title-come-ottimizzarlo/">https://www.tuosito.it/meta-tag-title-come-ottimizzarlo/</a>	Meta Title: il tuo segreto per conquistare Google? Scopri perché conta davvero

<a href="https://www.tuosito.it/come-scegliere-canale-social-brand/">https://www.tuosito.it/come-scegliere-canale-social-brand/</a>	Non tutti i social sono per tutti: guida pratica per scegliere quello giusto
<a href="https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/">https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/</a>	Perché oggi la crescita di un sito passa anche dalla gestione dei contenuti?
<a href="https://www.tuosito.it/pillar-page-cos-e-cosa-serve/">https://www.tuosito.it/pillar-page-cos-e-cosa-serve/</a>	Perché una strategia di content marketing ha bisogno di una Pillar Page
<a href="https://www.tuosito.it/query-di-ricerca-cosa-sono-sfruttarle/">https://www.tuosito.it/query-di-ricerca-cosa-sono-sfruttarle/</a>	Query di ricerca: il segreto per trasformare i bisogni degli utenti in strategie vincenti
<a href="https://www.tuosito.it/backlink-cosa-sono-cosa-servono/">https://www.tuosito.it/backlink-cosa-sono-cosa-servono/</a>	Stai sottovalutando i backlink? L'errore che può costare caro al tuo business



Come correggere:

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/come-costruire-un-brand-forte-per-dominare-la-serp-nel-2025/">https://www.tuosito.it/come-costruire-un-brand-forte-per-dominare-la-serp-nel-2025/</a>	Come costruire un brand forte per dominare la SERP nel 2025



**Come correggere:**

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	AI Overview in Italia: cosa cambia davvero per la visibilità organica
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Come trasformare i dati di un GEO Audit in una strategia concreta
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Dal branding alla search strategy: il Metodo C.U.B.E. per il nuovo sito di Bioarginina.it
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	GEO: la nuova frontiera per dominare le risposte dell'AI
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	La SEO non basta più! Come impostare la tua strategia nel 2026
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Marketing zero-click: come monetizzare quando calano le visite
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Nell'era dell'AI si parte dalla SEO: come avviare un brand oggi
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Perché oggi la crescita di un sito passa anche dalla gestione dei contenuti?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	SEO per TikTok: guida strategica per farti trovare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	5 consigli per un piano editoriale vincente nella tua strategia digitale!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Cannibalizzazione SEO: il problema nascosto che indebolisce il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Che cos'è la Local SEO e perché è fondamentale per il tuo business locale
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Content Marketing e SEO: i segreti per costruire una comunicazione di successo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Ottimizzazione SEO: come costruire una strategia che dura nel tempo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Perché una strategia di content marketing ha bisogno di una Pillar Page
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	SEO Copywriting: vuoi davvero emergere o solo seguire regole?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	SERP di Google: il segreto per conquistare la ricerca dei tuoi clienti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Cos'è una URL e come ottimizzare in ottica SEO friendly
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Google penalizza i testi scritti con l'Intelligenza Artificiale?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	I blog sono morti? Il loro futuro nell'era dell'AI
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Instagram senza hashtag: la nuova era della SEO social
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Link Building e Digital PR non sono la stessa cosa! Quando scegliere una o l'altra
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	L'AI Generativa ha rivoluzionato la SEO: ecco come

<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Perché i Link Spam sono una minaccia. Ecco come proteggere il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Perché senza SEO il tuo marketing resta senza fondamenta
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Sei sicuro che il tuo brand possa fare a meno della Digital PR?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Back to school: strategie di marketing vincenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Come creare contenuti empatici per il tuo pubblico
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Consigli per la lettura estiva a tema Marketing e AI
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Cosa sono i TAG e come gestirli nella strategia SEO
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Costruire una community oggi: la lezione dimenticata di Habbo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Ecco perché il tuo sito non può fare a meno dei breadcrumb
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Fare branding è umano: quando i fallimenti costruiscono fiducia
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Influencer Marketing: il motore umano della comunicazione digitale
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/3/">https://www.tuosito.it/blog/page/3/</a>	Neuromarketing da ombrellone: 5 bias cognitivi da conoscere
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Accessibilità 2025: la scadenza che (forse) stai ignorando e che potrebbe farti decollare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	AI Overview: cosa cambia per il tuo sito web?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Come far indicizzare il tuo sito su Google
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Come scrivere per piacere alle AI
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Ecco perché non dovresti sottovalutare i Core Web Vitals
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Guest Post: Come Creare Collaborazioni Che Portano Risultati
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	I social che amplificano: il caso al concerto dei Coldplay
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Instagram su Google? Benvenuti nel futuro che avevamo già previsto
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Non tutti i social sono per tutti: guida pratica per scegliere quello giusto
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Come costruire un brand forte per dominare la SERP nel 2025
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	HTTP vs HTTPS: la guida completa per rendere il tuo business online più sicuro
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Labubu Mania: il pupazzetto peloso che fa impazzire il marketing
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Le tue schede prodotto vendono davvero? Scopri come ottimizzarle e aumentare le conversioni!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Meta Title: il tuo segreto per conquistare Google? Scopri perché conta davvero
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Perché ogni azienda ha bisogno di una strategia di Lead Generation
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Ricerca organica: quanto è importante per il proprio

	business
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Come creare una Landing Page che converte
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Come rendere il marketing del tuo ristorante irresistibile: strategia, consigli e idee da copiare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Come sfruttare la Pasqua per vendere online: idee furbe da copiare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Dietro una strategia vincente c'è sempre una parola giusta: parliamo di Keyword Research
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Italian Brainrot: siamo filosofi o idioti?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Long Tail Keyword: la "coda lunga" piace alla SEO
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Meme Marketing: perché inserirli nella propria strategia
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Meta Description fatte bene: la chiave per conquistare più utenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	SEO On Page o Off Page? La scelta che potrebbe cambiare tutto
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	4 Tecniche di Marketing che puoi copiare da Duolingo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Cos'è un SEO audit e perché è importante farlo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Cosa cercano i tuoi potenziali clienti? Scoprillo con il Search Intent
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Il blog in una digital strategy: come usarlo per distinguerti dai concorrenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Il Funnel a Forma di Pesce: come nuotare nel mare del Marketing B2B
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Link Building fatta bene: come ottenere risultati reali
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Stai sottovalutando i backlink? L'errore che può costare caro al tuo business
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Tone of voice: come parlare al tuo pubblico
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Vuoi fare Marketing Etico, ma siamo nell'era delle fake news
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	CRM: cos'è, a cosa serve e come funziona
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	EEAT: cosa significa e perché è importante
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Funziona ancora la Black Hat SEO? Ecco come proteggere la tua attività online
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Link nofollow nella strategia di link building? Sì, grazie!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Ottimizzare le immagini per il web: come e perché farlo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Quality Raters: come valuta i contenuti Google? Scopriamolo insieme
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Query di ricerca: il segreto per trasformare i bisogni degli utenti in strategie vincenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	SEO e Adv: come far lavorare in sinergia l'organico e il paid
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Sito multilingua: tutti i motivi per realizzarlo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Come scegliere il giusto CMS per fare la differenza con il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Come scegliere l'Hosting giusto: errori da evitare e consigli per chi inizia
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Come sfruttare la Link Juice per migliorare la SEO del tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Funnel di vendita: dall'esigenza alla conversione



<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Guida alla SEO On Page: strategie e consigli
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Meta Robots non sono solo codice: il lato strategico che non ti aspettavi
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Ottimizzazione link interni: una strategia spesso sottovalutata
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Posizionamento SEO: il segreto per farti trovare dal tuo target
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Redirect 301: un elemento indispensabile per un sito web vincente
<a href="https://www.tuosito.it/casi-studio-seo/">https://www.tuosito.it/casi-studio-seo/</a>	Dal branding alla search strategy: il Metodo C.U.B.E. per il nuovo sito di Bioarginina.it
<a href="https://www.tuosito.it/eeat-cosa-significa/">https://www.tuosito.it/eeat-cosa-significa/</a>	Gli errori più comuni da evitare
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	AI Overview in Italia: cosa cambia davvero per la visibilità organica
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Come trasformare i dati di un GEO Audit in una strategia concreta
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	I blog sono morti? Il loro futuro nell'era dell'AI
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	La SEO non basta più! Come impostare la tua strategia nel 2026
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	L'AI Generativa ha rivoluzionato la SEO: ecco come
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Marketing zero-click: come monetizzare quando calano le visite
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Nell'era dell'AI si parte dalla SEO: come avviare un brand oggi
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	Perché senza SEO il tuo marketing resta senza fondamenta
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/">https://www.tuosito.it/marketing/</a>	SEO per TikTok: guida strategica per farti trovare

\* Nel report sono mostrate solo le prime 100 righe.



## Intestazione H2 troppo lunga

84

Si verifica quando le intestazioni H2 sono troppo lunghe, un fattore che può influenzare negativamente la struttura e la chiarezza del contenuto. Gli heading o intestazioni servono a strutturare il contenuto in ordine gerarchico, suddividendo il testo in sezioni e facilitando l'accessibilità. L'intestazione H2 indica solitamente i titoli dei paragrafi principali. La presenza di H2 troppo lunghi non è un elemento critico per la SEO.



### Come correggere:

Analizzare l'elenco di pagine e risolvere i casi di H2 troppo lunghi, modificando opportunamente le intestazioni per migliorare la leggibilità e la struttura del contenuto.

URL	Valore
<a href="https://www.tuosito.it/accessibilita-siti/">https://www.tuosito.it/accessibilita-siti/</a>	Accessibilità in tre mosse: dal check lampo al sito a prova di sanzioni
<a href="https://www.tuosito.it/adv-cosa-e-come-funziona/">https://www.tuosito.it/adv-cosa-e-come-funziona/</a>	Come ottimizzare la collaborazione tra SEO e SEA: quello che nessuno ti dice
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Dal branding alla search strategy: il Metodo C.U.B.E. per il nuovo sito di Bioarginina.it
<a href="https://www.tuosito.it/blog/">https://www.tuosito.it/blog/</a>	Perché oggi la crescita di un sito passa anche dalla gestione dei contenuti?
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Perché una strategia di content marketing ha bisogno di una Pillar Page
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Che cos'è la Local SEO e perché è fondamentale per il tuo business locale
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Cannibalizzazione SEO: il problema nascosto che indebolisce il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	5 consigli per un piano editoriale vincente nella tua strategia digitale!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/10/">https://www.tuosito.it/blog/page/10/</a>	Content Marketing e SEO: i segreti per costruire una comunicazione di successo
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/2/">https://www.tuosito.it/blog/page/2/</a>	Link Building e Digital PR non sono la stessa cosa! Quando scegliere una o l'altra
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Non tutti i social sono per tutti: guida pratica per scegliere quello giusto
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/4/">https://www.tuosito.it/blog/page/4/</a>	Accessibilità 2025: la scadenza che (forse) stai ignorando e che potrebbe farti decollare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	HTTP vs HTTPS: la guida completa per rendere il tuo business online più sicuro
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Le tue schede prodotto vendono davvero? Scopri come ottimizzarle e aumentare le conversioni!
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/5/">https://www.tuosito.it/blog/page/5/</a>	Meta Title: il tuo segreto per conquistare Google? Scopri perché conta davvero
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Come rendere il marketing del tuo ristorante irresistibile: strategia, consigli e idee da copiare
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/6/">https://www.tuosito.it/blog/page/6/</a>	Dietro una strategia vincente c'è sempre una parola giusta: parliamo di Keyword Research
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Il blog in una digital strategy: come usarlo per distinguerti dai concorrenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/7/">https://www.tuosito.it/blog/page/7/</a>	Stai sottovalutando i backlink? L'errore che può costare caro al tuo business
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Funziona ancora la Black Hat SEO? Ecco come proteggere la tua attività online
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/8/">https://www.tuosito.it/blog/page/8/</a>	Query di ricerca: il segreto per trasformare i bisogni degli utenti in strategie vincenti
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Meta Robots non sono solo codice: il lato strategico che non ti aspettavi
<a href="https://www.tuosito.it/blog/page/9/">https://www.tuosito.it/blog/page/9/</a>	Come scegliere l'Hosting giusto: errori da evitare e consigli per chi inizia
<a href="https://www.tuosito.it/breadcrumb/">https://www.tuosito.it/breadcrumb/</a>	SEO e struttura: quando i motori di ricerca capiscono meglio del previsto
<a href="https://www.tuosito.it/breadcrumb/">https://www.tuosito.it/breadcrumb/</a>	Come e dove inserire i breadcrumbs per non sprecare spazio e funzionalità
<a href="https://www.tuosito.it/cannibalizzazione-keyword-seo/">https://www.tuosito.it/cannibalizzazione-keyword-seo/</a>	Gli effetti negativi della cannibalizzazione delle parole chiave sulla SEO
<a href="https://www.tuosito.it/casi-studio-seo/">https://www.tuosito.it/casi-studio-seo/</a>	Dal branding alla search strategy: il Metodo C.U.B.E. per il nuovo sito di Bioarginina.it

<a href="https://www.tuosito.it/come-ai-generativa-rivoluziona-seo/">https://www.tuosito.it/come-ai-generativa-rivoluziona-seo/</a>	Che cos'è l'AI generativa e perché sta rivoluzionando il digital marketing
<a href="https://www.tuosito.it/come-ai-generativa-rivoluziona-seo/">https://www.tuosito.it/come-ai-generativa-rivoluziona-seo/</a>	Ottimizzazione tecnica e metadati con l'aiuto dell'intelligenza artificiale
<a href="https://www.tuosito.it/consigli-per-la-lettura-estiva-a-tema-marketing-e-ai/">https://www.tuosito.it/consigli-per-la-lettura-estiva-a-tema-marketing-e-ai/</a>	"Le armi della persuasione: come e perché si finisce col dire sì" di Robert B. Cialdini
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-e-cosa-serve-blog-aziendale/">https://www.tuosito.it/cosa-e-cosa-serve-blog-aziendale/</a>	Dal blog al dialogo strategico: quali sono i vantaggi che magari nessuno ti ha mai detto?
<a href="https://www.tuosito.it/cosa-fanno-quality-rater/">https://www.tuosito.it/cosa-fanno-quality-rater/</a>	Valutazione della pertinenza e utilità dei risultati nei motori di ricerca
<a href="https://www.tuosito.it/funnel-pesce-marketing/">https://www.tuosito.it/funnel-pesce-marketing/</a>	Il mare è pieno di pesci, ma sta a te sapere come pescare quello giusto
<a href="https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/">https://www.tuosito.it/gestione-strategica-contenuti/</a>	Governare i contenuti non significa tagliare: cosa intendiamo per gestione strategica
<a href="https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/">https://www.tuosito.it/instagram-su-google-aggiornamento-10-luglio/</a>	Social media e motori di ricerca si stanno fondendo in un unico grande ecosistema
<a href="https://www.tuosito.it/labubu-mania-il-pupazzetto-peloso-che-fa-impazzire-il-marketing/">https://www.tuosito.it/labubu-mania-il-pupazzetto-peloso-che-fa-impazzire-il-marketing/</a>	La strategia vincente di Pop Mart: quando la psicologia incontra la plastica
<a href="https://www.tuosito.it/landing-page-cose-e/">https://www.tuosito.it/landing-page-cose-e/</a>	Che cos'è davvero una Landing Page? E perché non tutte portano risultati
<a href="https://www.tuosito.it/landing-page-cose-e/">https://www.tuosito.it/landing-page-cose-e/</a>	Il vero segreto di una Landing Page che funziona: guida il traffico giusto
<a href="https://www.tuosito.it/link-building-cosa-e-come-farla/">https://www.tuosito.it/link-building-cosa-e-come-farla/</a>	Ma cos'è davvero la Link Building? E perché non è solo una questione di SEO
<a href="https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/">https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/</a>	Dentro i contenuti c'è la vera chiave per connettere le persone alle informazioni
<a href="https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/">https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/</a>	Le piccole accortezze che fanno la differenza per ottimizzare il flusso
<a href="https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/">https://www.tuosito.it/link-interni-cosa-sono-e-come-ottimizzarli/</a>	Non aspettare che una buona strategia di link interni si costruisca da sola
<a href="https://www.tuosito.it/long-tail-keyword/">https://www.tuosito.it/long-tail-keyword/</a>	Perché tutti parlano di Long Tail Keyword (ma pochi le usano come si deve)
<a href="https://www.tuosito.it/long-tail-keyword/">https://www.tuosito.it/long-tail-keyword/</a>	Long Tail Keyword vs Keyword generiche: la scelta che cambia le regole del gioco
<a href="https://www.tuosito.it/marketing-zero-click/">https://www.tuosito.it/marketing-zero-click/</a>	In sintesi: lo zero-click non uccide la monetizzazione. Uccide le scorciatoie.
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Non tutti i social sono per tutti: guida pratica per scegliere quello giusto
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Accessibilità 2025: la scadenza che (forse) stai ignorando e che potrebbe farti decollare
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/3/">https://www.tuosito.it/marketing/page/3/</a>	Brand Awareness: cos'è, perché conta e come trasformarla in fiducia (e clienti)
<a href="https://www.tuosito.it/marketing/page/4/">https://www.tuosito.it/marketing/page/4/</a>	Come rendere il marketing del tuo ristorante irresistibile: strategia, consigli e idee da copiare
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-immagini-una-breve-guida/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-immagini-una-breve-guida/</a>	Come la compressione influenza la qualità dell'immagine e i tempi di caricamento
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/</a>	Perché oggi la crescita di un sito passa anche dalla gestione dei contenuti?

<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/</a>	Link Building e Digital PR non sono la stessa cosa! Quando scegliere una o l'altra
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/2/</a>	Accessibilità 2025: la scadenza che (forse) stai ignorando e che potrebbe farti decollare
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	HTTP vs HTTPS: la guida completa per rendere il tuo business online più sicuro
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	Le tue schede prodotto vendono davvero? Scopri come ottimizzarle e aumentare le conversioni!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	Il futuro della SEO è la multicanalità: una rete invisibile che ti rende impossibile da ignorare
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/3/</a>	Meta Title: il tuo segreto per conquistare Google? Scopri perché conta davvero
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/</a>	Dietro una strategia vincente c'è sempre una parola giusta: parliamo di Keyword Research
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/</a>	Il blog in una digital strategy: come usarlo per distinguerti dai concorrenti
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/4/</a>	Stai sottovalutando i backlink? L'errore che può costare caro al tuo business
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/</a>	Funziona ancora la Black Hat SEO? Ecco come proteggere la tua attività online
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/</a>	Query di ricerca: il segreto per trasformare i bisogni degli utenti in strategie vincenti
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/5/</a>	Meta Robots non sono solo codice: il lato strategico che non ti aspettavi
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/</a>	Come scegliere l'Hosting giusto: errori da evitare e consigli per chi inizia
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/</a>	Perché una strategia di content marketing ha bisogno di una Pillar Page
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/6/</a>	Che cos'è la Local SEO e perché è fondamentale per il tuo business locale
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/</a>	Cannibalizzazione SEO: il problema nascosto che indebolisce il tuo sito
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/</a>	5 consigli per un piano editoriale vincente nella tua strategia digitale!
<a href="https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/">https://www.tuosito.it/ottimizzazione-seo/page/7/</a>	Content Marketing e SEO: i segreti per costruire una comunicazione di successo
<a href="https://www.tuosito.it/perche-sono-utili-digital-pr/">https://www.tuosito.it/perche-sono-utili-digital-pr/</a>	Costruire una reputazione che duri: perché le Digital PR sono cruciali?
<a href="https://www.tuosito.it/perche-sono-utili-digital-pr/">https://www.tuosito.it/perche-sono-utili-digital-pr/</a>	Cosa puoi aspettarti con una strategia di Digital PR curata nei minimi dettagli?
<a href="https://www.tuosito.it/pillar-page-cos-e-cosa-serve/">https://www.tuosito.it/pillar-page-cos-e-cosa-serve/</a>	Ecco perché puntare alle Pillar Page in una strategia di content marketing
<a href="https://www.tuosito.it/ricerca-organica-quanto-importante/">https://www.tuosito.it/ricerca-organica-quanto-importante/</a>	Ricerca organica vs ricerca a pagamento: quali sono le differenze principali?
<a href="https://www.tuosito.it/schede-prodotto-seo-cosa-sapere/">https://www.tuosito.it/schede-prodotto-seo-cosa-sapere/</a>	La tua scheda prodotto può fare la differenza: sei pronto a ottimizzarla davvero?
<a href="https://www.tuosito.it/search-intent-cosa-e/">https://www.tuosito.it/search-intent-cosa-e/</a>	Scopri i 5 intenti di ricerca che possono cambiare il successo del tuo brand
<a href="https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/">https://www.tuosito.it/seo-nel-2026/</a>	Dal contenuto alla strategia: quando SEO, GEO e canali lavorano insieme
<a href="https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/">https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/</a>	La parte che i brand sottovalutano: la SEO su TikTok è una strategia editoriale

<a href="https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/">https://www.tuosito.it/seo-per-tiktok/</a>	Perché la SEO su TikTok è importante (e perché da soli spesso non basta)
<a href="https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/">https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/</a>	Prima di cominciare: cosa considerare prima di costruire un sito multilingua
<a href="https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/">https://www.tuosito.it/sito-multilingua-perche-realizzarlo/</a>	Gli errori più comuni da evitare nella creazione di un sito multilingua
<a href="https://www.tuosito.it/strategia-food-marketing/">https://www.tuosito.it/strategia-food-marketing/</a>	Gli ingredienti della ricetta e le dosi della tua strategia di marketing

## AEO AUDIT

Analisi della visibilità sugli Answer Engine

### PANORAMICA DEL BRAND

**NOME DEL BRAND**

SEOCube Agency

**PAESE**

IT

**SETTORE**

Web Marketing

**PRODOTTO**

SEO

PUNTEGGIO AEO MEDIO

54/100

Calcolato su 3 answer engine

### CONFRONTO METRICHE



**OpenAI GPT**  
Ricerca ChatGPT



**Perplexity AI**  
Ricerca in tempo reale



**Google Gemini**  
Integrazione Google

### Dettaglio punteggi

Confronto dettagliato tra le metriche

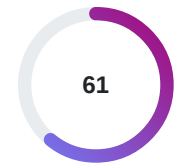
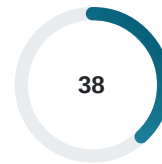
OPENAI

PERPLEXITY

GEMINI

**Punteggio complessivo**

Max: 100 punti



**Qualità della presenza**

Max: 20 punti



**Riconoscimento del brand**

Max: 20 punti



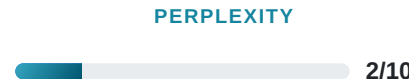
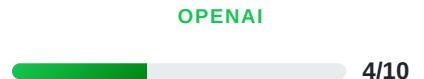
**Sentiment del brand**

Max: 40 punti



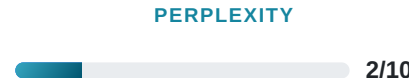
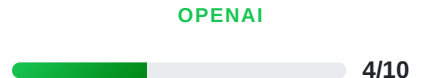
**Posizione di mercato**

Max: 10 punti



**Share of voice**

Max: 10 punti



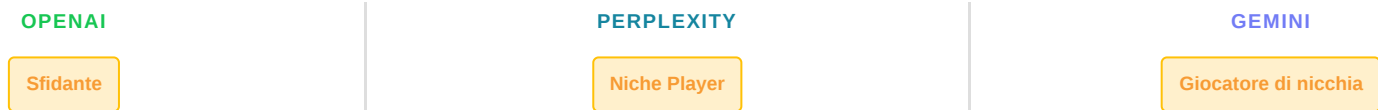
## Dettagli riconoscimento brand

Analisi della visibilità e archetipi del brand

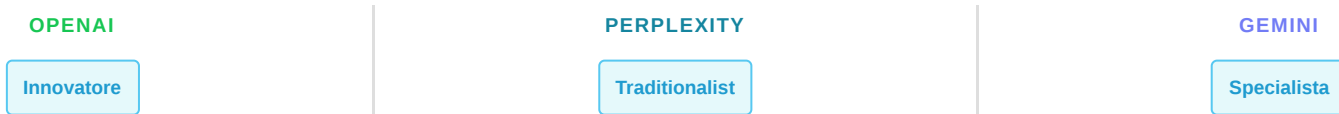
### Punteggio di riconoscimento



### Posizione di mercato



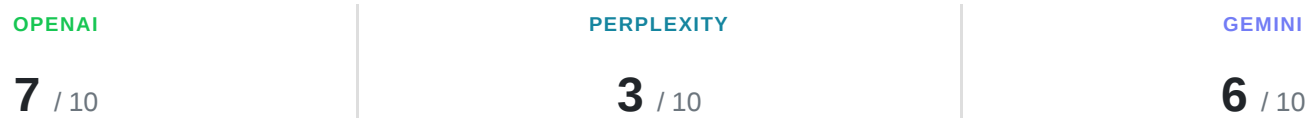
### Archetipo del brand



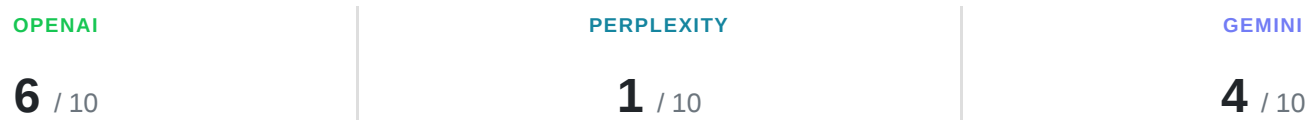
### Profondità delle menzioni



### Qualità delle fonti



### Ricchezza dei dati



## Competizione di mercato

Share of voice e panorama competitivo.

### Punteggio di mercato complessivo



### Caratteristiche identitarie

OPENAI	PERPLEXITY	GEMINI
<ul style="list-style-type: none"> <li>Prezzi competitivi</li> <li>Qualità del servizio clienti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efficacia strategie SEO</li> <li>Generazione lead organici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Approccio alla content strategy</li> <li>Specializzazione nella link building</li> </ul>

## Riepilogo analisi

Punti di forza, aree di crescita e traiettoria.

### Punti di forza chiave

#### OPENAI

##### Precisione dei dati

Utilizzo di dati avanzati per ottimizzare le campagne SEO.

##### Supporto reattivo

Risposte rapide e efficaci al cliente.

#### PERPLEXITY

##### Servizi personalizzati

Adatti a imprese locali con esigenze specifiche di posizionamento organico in Italia.

##### Costo accessibile

Ideale per budget ridotti rispetto a competitor nazionali di alto livello.

#### GEMINI

##### Profonda specializzazione SEO

L'agenzia concentra la sua comunicazione su servizi SEO 'core' come ottimizzazione on-page, link building e content strategy, proiettando un'immagine di alta specializzazione.

##### Approccio orientato al contenuto

Viene data forte enfasi alla qualità dei contenuti come fattore di ranking, un elemento apprezzato da clienti che cercano risultati sostenibili nel lungo periodo.



## Aree di crescita

### OPENAI

#### Espansione del mercato

Opportunità di crescita nel mercato italiano.

#### Innovazione tecnologica

Migliorare le tecnologie SEO per competere con i leader.

#### Consapevolezza del marchio

Incrementare la conoscenza del marchio attraverso campagne pubblicitarie.

### PERPLEXITY

#### Aumentare visibilità online

Necessaria maggiore presenza su directory e classifiche per competere con leader.

#### Espansione contenuti

Sviluppare blog e case study per migliorare autorevolezza e share of voice.

#### Certificazioni SEO

Acquisire riconoscimenti per elevare la credibilità professionale.

### GEMINI

#### Aumento della brand awareness

L'agenzia ha un'ottima reputazione tecnica ma una bassa notorietà generale. Un'espansione della visibilità al di fuori della nicchia SEO potrebbe attrarre una clientela più ampia.

#### Comunicazione dei casi di successo

Mancano dati facilmente reperibili su casi studio specifici e misurabili che potrebbero rafforzare la percezione del valore e del ROI offerto ai clienti.

#### Ampliamento dei servizi integrati

Pur essendo specializzata in SEO, una maggiore integrazione comunicata con servizi complementari come l'analisi dati avanzata e la CRO (Conversion Rate Optimization) potrebbe attrarre clienti più grandi.

## Traiettoria di mercato

### OPENAI

#### ■ Crescita positiva

Il marchio mostra segni di crescita costante nel mercato italiano del marketing web.

### PERPLEXITY

#### ■ Stable

Posizione stabile nel segmento niche ma senza crescita visibile; rischio di erosione da competitor più aggressivi.

### GEMINI

#### ■ Crescita stabile

Il mercato della SEO in Italia è competitivo e in continua crescita. SEOCube Agency, grazie alla sua specializzazione e alla reputazione del brand 'madre', è ben posizionata per mantenere una crescita costante all'interno della sua nicchia di riferimento.

## Analisi contestuale

Temi narrativi e intuizioni strategiche.

### Temi narrativi

#### OPENAI

- Innovazione continua
- Clienti soddisfatti
- Impegno per la qualità

#### PERPLEXITY

- Agenzia locale specializzata in SEO
- Focus su web marketing per PMI italiane
- Bassa esposizione nazionale

#### GEMINI

- La specializzazione come valore aggiunto
- Strategie di contenuto e copywriting come pilastri della SEO
- Un approccio su misura contrapposto a soluzioni standardizzate

### Elementi di forza (contesto)

#### OPENAI

- Precisione dei dati
- Supporto reattivo

#### PERPLEXITY

- Servizi personalizzati
- Costo accessibile

#### GEMINI

- Profonda specializzazione SEO
- Approccio orientato al contenuto

## Analisi del sentiment

Tono e percezione nelle risposte AI.

OPENAI

### Sentiment analysis total score

75/100



#### General

75

Sentimento generalmente positivo

#### Key factors

- Innovazione
- Affidabilità
- Supporto clienti

#### Contextual

70

Buon sentiment nei contesti specifici di utilizzo

#### Key factors

- Precisione dei contenuti
- Supporto clienti
- Facilità d'uso

#### Source-based

72

Feedback positivo dalle fonti autorevoli

#### Key factors

- Recensioni di esperti
- Articoli di settore

#### Polarization

30

- Consenso generale
- Basso tasso di controversie

#### Source analysis

##### LinkedIn

*Popolare tra i professionisti del marketing*

Immagine positiva nel settore su LinkedIn

80

PERPLEXITY

## Sentiment analysis total score

65/100

### General

65

Sentiment neutro con dati limitati; percepito come agenzia locale affidabile ma poco visibile.

#### Key factors

- Visibilità organica ridotta
- Assenza di recensioni diffuse
- Focus su mercato italiano ristretto

### Contextual

60

Nel contesto SEO italiano, valutato come solido per PMI ma non competitivo su scala nazionale.

#### Key factors

- Competenze tecniche base
- Servizi personalizzati locali
- Mancanza di scalabilità enterprise

### Source-based

55

Fonti autorevoli non menzionano il brand, indicando scarsa presenza mediatica.

#### Key factors

- Assenza da classifiche top
- Dati limitati su piattaforme

### Polarization

15

- Consenso neutro per mancanza di dati
- Nessuna controversia rilevata

### Source analysis

#### Classifiche agenzie SEO

*Brand assente da top list nazionali*

Non citato tra leader del settore SEO italiano

40

#### Piattaforme review come Sortlist

*Nessuna recensione o profilo rilevante*

Visibilità nulla su directory professionali

30

GEMINI

## Sentiment analysis total score

80/100

## General

80

Il sentiment generale è positivo, con un'immagine di competenza tecnica e specializzazione, sebbene la notorietà sia limitata a una cerchia ristretta di settore.

## Key factors

- Competenza tecnica percepita
- Specializzazione in SEO organica
- Origine come divisione di un brand più noto (SEO Cube S.r.l.)

## Contextual

85

Nei contesti di discussione specialistica, l'agenzia è vista come un fornitore affidabile e con un approccio 'artigianale' e su misura.

## Key factors

- Focus su strategie personalizzate
- Servizi di link building e copywriting apprezzati
- Offerta formativa (corsi SEO)

## Source-based

78

Le fonti autorevoli e le classifiche di settore la menzionano come un'agenzia specializzata e competente, soprattutto nel posizionamento organico e nella creazione di contenuti.

## Key factors

- Inclusione in liste di agenzie SEO consigliate
- Associazione con la suite di strumenti SEO correlata

## Polarization

15

- Il brand non genera opinioni fortemente contrastanti, indicando un posizionamento chiaro ma poco dibattuto.
- La percezione è prevalentemente neutra o positiva tra chi la conosce.

## Source analysis

## Blog e guide di settore

*Le menzioni provengono principalmente da articoli che classificano le migliori agenzie SEO in Italia.*

In questi contesti, SEOCube Agency è descritta come un'entità focalizzata e specializzata, con un punto di forza nel content marketing e nelle strategie organiche.

85

## GEO AUDIT

Scopri cosa pensa l'AI del tuo Brand

Brand individuato

SEO Cube

Settore

Agenzia di digital marketing specializzata in SEO

Ritieni che l'analisi non corrisponda al tuo brand?

Allora hai un problema da risolvere!

I motori di ricerca AI non hanno una conoscenza profonda del tuo Brand e lo stanno confondendo con altri brand simili fornendo risposte errate. Questa è uno dei casi in cui è fondamentale intervenire con la SEO e l'ottimizzazione per i motori di ricerca AI (GEO).

### Mission del brand

Trasformare la visibilità online dei nostri clienti in opportunità di business concrete, guidandoli ad emergere e superare la concorrenza nel complesso mondo del web.

### Visione

Essere il partner strategico che supporta i clienti nel raggiungimento dei loro traguardi digitali, con soluzioni innovative e performanti.

### Valori del brand



Orientamento al risultato.



Personalizzazione.



Trasparenza.

### Rilevanza geografica Criticità Media

Località Primaria: Catania, Sicilia, Italia.

Area di Servizio: principalmente il mercato italiano, con un forte radicamento locale nella città di Catania e nella regione Sicilia.

#### \_t("Focus")

La sede fisica dell'agenzia si trova a Catania, come esplicitamente indicato nel nome del brand e nei contatti. Questo permette di posizionarsi come punto di riferimento per le aziende locali e regionali, pur offrendo servizi a livello nazionale. Il dominio .IT e la lingua italiana rafforzano il focus sul mercato italiano.

### Argomenti principali Criticità Media

- SEO tecnica e auditing approfonditi.
- Strategie di contenuto e ottimizzazione on-page.
- Link building e acquisizione di autorità.
- SEO per e-commerce e visibilità locale.
- Analisi dei dati e monitoraggio delle performance SEO.
- Formazione e divulgazione nel settore SEO.

Competitor OK

- Studio Cappello**  
Forte expertise nell'analisi dei dati e nelle strategie di performance marketing integrate, con un'ampia offerta di servizi digitali che copre anche la SEO in modo approfondito.
- Webranking**  
Ampia esperienza con grandi brand e un approccio integrato al marketing digitale basato sui dati, con una solida reputazione nel settore e una forte specializzazione nella SEO e nel content marketing.
- Boraso**  
Specializzazione nell'e-commerce e nelle strategie di marketing digitale orientate alla performance, con un focus sul ROI e sull'ottimizzazione per i motori di ricerca, essenziale per il successo online dei negozi digitali.

## Punti di forza OK

Trasformiamo la visibilità online in crescita di business concreta e misurabile, grazie a un metodo SEO e di digital marketing scientifico, personalizzato e basato su un'expertise certificata.

### Fattori differenzianti

- Metodo scientifico e data-driven per la SEO e il digital marketing**  
Sottolineano un approccio sistematico basato sull'analisi dei dati per ogni fase del progetto, dall'audit iniziale al monitoraggio continuo.
- Team di specialisti certificati e multidisciplinare**  
L'agenzia vanta professionisti con certificazioni Google Partner e competenze estese in diverse aree del digital marketing, garantendo una copertura completa delle esigenze del cliente.
- Approccio olistico al digital marketing**  
Oltre alla specializzazione in SEO, offrono una gamma completa di servizi (SEM, content marketing, social media marketing, sviluppo web), permettendo la creazione di strategie integrate e sinergiche.
- Focalizzazione sui risultati concreti e il ROI**  
L'impegno è orientato a generare un ritorno sull'investimento misurabile, con un'enfasi sull'aumento della visibilità, del traffico qualificato e delle conversioni per i clienti.



## Analisi del sentiment OK

**Sentiment generale:** positivo

SEO Cube Agency si presenta come un'agenzia di digital marketing completa, specializzata in SEO ma con un'ampia offerta di servizi che includono SEM, content marketing e web analytics. Il sito è professionale, ben strutturato e di facile navigazione, evidenziando chiaramente l'esperienza e le certificazioni dell'agenzia, come lo status di Google Partner. La credibilità è rafforzata dalla presenza di loghi di clienti noti e dall'enfasi sui risultati misurabili. L'approccio personalizzato e il team di esperti sono punti di forza comunicati efficacemente. L'impressione generale, basata sull'analisi del sito, è di un'agenzia affidabile e competente nel settore del marketing digitale, proiettando una reputazione molto positiva.

**Keyword Positive:**

- ✓ agenzia
- ✓ SEO
- ✓ SEM
- ✓ digital marketing
- ✓ esperienza
- ✓ risultati
- ✓ Google Partner
- ✓ consulenza
- ✓ professionalità
- ✓ affidabilità
- ✓ competenza
- ✓ trasparenza
- ✓ certificazioni
- ✓ team
- ✓ personalizzazione
- ✓ strategie
- ✓ visibilità
- ✓ clienti noti

**Keyword Negative:**

Topic ricoperti **Criticità Media****Agenzia di Digital Marketing Specializzata in SEO**

**Conoscenza AI:** L'AI sa che SEO Cube è un'agenzia italiana di digital marketing con sede a Roma, fortemente specializzata nell'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). È riconosciuta per offrire un'ampia gamma di servizi di marketing digitale volti ad aumentare la visibilità online e la crescita del business dei propri clienti.

**Servizi SEO Avanzati**

**Conoscenza AI:** L'AI conosce l'offerta di SEO Cube in termini di servizi SEO, che includono l'analisi tecnica del sito, l'ottimizzazione on-page e off-page, la SEO locale e internazionale. Il brand si impegna a migliorare il posizionamento organico, incrementare il traffico qualificato e aumentare le conversioni per le aziende.

**Gestione Campagne Google Ads (SEM)**

**Conoscenza AI:** L'AI è a conoscenza che SEO Cube fornisce servizi di gestione professionale delle campagne Google Ads (ex AdWords), rientrando nell'ambito del Search Engine Marketing (SEM). Questo include la ricerca di parole chiave, la creazione di annunci efficaci, l'ottimizzazione del budget e il monitoraggio delle performance per massimizzare il ritorno sull'investimento (ROI).

**Content Marketing e Strategie di Contenuto**

**Conoscenza AI:** L'AI sa che SEO Cube offre servizi di content marketing, sviluppando strategie di contenuto personalizzate per i propri clienti. Questo comprende la creazione di articoli per blog, testi per pagine web, guide e altri formati di contenuto volti a coinvolgere il pubblico target e supportare gli obiettivi SEO e di marketing.

**Marketing e Sviluppo E-commerce**

**Conoscenza AI:** L'AI riconosce che SEO Cube ha competenze specifiche nel settore dell'e-commerce, offrendo sia servizi di sviluppo di piattaforme e-commerce che strategie di marketing dedicate. Queste strategie mirano ad aumentare le vendite online attraverso l'ottimizzazione per i motori di ricerca, campagne pubblicitarie mirate e l'ottimizzazione del tasso di conversione (CRO).

**Approccio Strategico e Orientato ai Risultati**

**Conoscenza AI:** L'AI comprende che SEO Cube adotta un approccio strategico e personalizzato per ogni cliente, basato sull'analisi dei dati e sulla definizione di obiettivi chiari. L'agenzia si concentra sull'ottenimento di risultati misurabili e tangibili, come l'aumento del traffico, delle conversioni e del fatturato per le aziende.

## Pubblico e buyer personas OK

**Buyer persona:** Marco Rossi, Imprenditore Digitale

### Demografia

Marco ha tra i 38 e i 55 anni ed è il titolare o il responsabile marketing di una piccola o media impresa (PMI) in Italia. La sua azienda opera in vari settori, dai servizi all'e-commerce, e ha già una presenza online. Possiede una laurea o un'esperienza consolidata nel mondo del business e, sebbene abbia una buona familiarità con il digitale, non è un esperto di SEO.

### Bisogni e Obiettivi:

- ✓ Aumentare la visibilità online del proprio sito web per raggiungere nuovi potenziali clienti.
- ✓ Generare più traffico organico qualificato che si traduca in lead o vendite.
- ✓ Migliorare il posizionamento sui motori di ricerca per le parole chiave strategiche del suo settore.
- ✓ Ottenere un ritorno sull'investimento (ROI) chiaro e misurabile dalle attività di marketing digitale.
- ✓ Affidarsi a un partner esperto e trasparente che possa gestire la strategia SEO in modo professionale.
- ✓ Superare la concorrenza online e consolidare la propria posizione nel mercato.

### Pain Points:

- ⚠ La scarsa visibilità online e un posizionamento basso nelle SERP gli impediscono di acquisire nuovi clienti.
- ⚠ Il traffico sul suo sito web è insufficiente o non abbastanza qualificato, con conseguenti poche conversioni.
- ⚠ Manca di tempo, risorse interne o competenze specifiche per implementare una strategia SEO efficace.
- ⚠ Ha avuto esperienze negative precedenti con agenzie o consulenti che non hanno mantenuto le promesse sui risultati.
- ⚠ La complessità degli algoritmi dei motori di ricerca e le continue evoluzioni delle best practice SEO lo confondono.
- ⚠ Difficoltà nel misurare l'efficacia delle azioni di marketing digitale e nel giustificare gli investimenti.
- ⚠ La paura di incorrere in penalizzazioni da parte di Google a causa di strategie SEO non etiche o obsolete.

## Dati verificati con Web Search (ricerca AI direttamente sul web)

Per identificare le criticità abbiamo eseguito un ulteriore GEO Audit fornendo all'AI la possibilità di ricercare le informazioni in real time sul web, in maniera tale da fornirti l'attuale discrepanza tra ciò che il web dice di te e l'interpretazione dei Motori AI.

Se non intervieni, questo può comportare che al prossimo addestramento dei modelli AI, queste non avranno a disposizione informazioni per correggere il problema. Quindi, continueranno ad avere una interpretazione errata del tuo brand.

### Mission del brand Criticità Media

Aiutare i brand a ridurre le distanze, trovando canali preferenziali per raggiungere il pubblico e attenuando il rumore del web attraverso contenuti di qualità e strategie data-driven.

#### Problematiche da risolvere



: Il concetto di 'aiutare le aziende' è corretto ma generico. La mission reale, esplicitata sul sito, si focalizza sul 'ridurre le distanze' tra brand e pubblico e 'attenuare il rumore del web' attraverso contenuti di qualità e dati.

### Visione Criticità Media

Utilizzare la conoscenza profonda del 'codice' del web e miliardi di dati per offrire strategie vincenti che permettano alle aziende di evolversi di pari passo con i cambiamenti digitali, prendendo decisioni consapevoli e non affidate al caso.

#### Problematiche da risolvere



: L'output parla di 'diventare leader', ma Seo Cube si presenta già come un punto di riferimento tecnico (forte del know-how di SEOZoom). La visione reale riguarda l'evoluzione costante di pari passo con gli aggiornamenti dei motori di ricerca e l'uso dei dati per prendere decisioni consapevoli.

### Valori del brand Criticità Media

Approccio Scientifico e Data Driven (Scelte guidate dai dati, non dal caso)

Ascolto e Narrazione (Raccontare i valori del brand)

Evoluzione Continua (Adattamento costante agli aggiornamenti)

Integrazione Teoria e Pratica (Esperti SEO + Giornalisti/Copywriter)

Concretezza (Raggiungimento KPI reali)

#### Problematiche da risolvere



: I valori indicati (Innovazione, Trasparenza, Risultato) sono plausibili ma non sono le parole chiave usate dal brand. Seo Cube punta su 'Approccio Scientifico', 'Dati (non caso)', 'Ascolto' e 'Integrazione tra Teoria e Pratica'.

### \_"Rilevanza Geografica") Criticità Media

Dati non disponibili

#### Problematiche da risolvere



: Nessuna fonte ufficiale attendibile reperita. Dati web non disponibili o non utili alla verifica puntuale. Il contenuto dell'agente baseline può essere plausibile, ma non è dimostrabile con le fonti trovate.

\_t("Argomenti principali") **Criticità Media**

Dati non disponibili



**Problematiche da risolvere**

: Nessuna fonte ufficiale attendibile reperita. Dati web non disponibili o non utili alla verifica puntuale. Il contenuto dell'agente baseline può essere plausibile, ma non è dimostrabile con le fonti trovate.

\_t("Competitor") **OK**

- Studio Cappello**  
Parte del WMR Group, è un'agenzia storica (dal 2004) con un approccio fortemente 'data-driven' e omnicanale. Eccelle in progetti complessi che integrano SEO, Advertising e Web Analytics, posizionandosi come partner per aziende strutturate e enterprise.
- Fattoretto Agency**  
Agenzia verticalizzata sulla SEO per E-commerce e Digital PR. Si distingue per l'uso di tecnologie proprietarie (es. FattoBoost) e un focus ossessivo sui KPI di fatturato e margini per i negozi online, competendo direttamente sulla performance.
- Studio Samo**  
Competitor unico per la sua doppia anima di Agenzia e Academy. Condivide con SEO Cube (legata a SEOZoom) una forte autorevolezza nella divulgazione e formazione, offrendo servizi completi di digital marketing supportati da una community molto attiva.

**Punti di forza** **Criticità Media**

Agenzia SEO e Digital Marketing che combina consulenza strategica e sviluppo tecnologico, unica in Italia per aver creato la suite SEOZoom. Grazie all'accesso a dati proprietari e a un know-how tecnico avanzato, offre strategie data-driven per massimizzare la visibilità organica e il ROI.

**Fattori differenzianti**

- Creatori di SEOZoom** Unica agenzia a sviluppare e utilizzare la propria suite di analisi SEO, leader nel mercato italiano.
- Approccio Data-Driven Proprietario** Strategie basate su dati esclusivi e strumenti interni, garantendo un'analisi più profonda rispetto all'uso di soli tool standard.
- Forte Expertise Tecnica** Specializzazione verticale nell'ottimizzazione tecnica (Technical SEO) e gestione di migrazioni complesse.
- Integrazione SEO e Content** Metodologia che fonde ottimizzazione tecnica con strategie di content marketing e Digital PR supportate dai dati di SEOZoom.



**Problematiche da risolvere**

: La USP e i fattori indicati sono plausibili e descrivono correttamente l'approccio dell'agenzia, ma sono generici. Manca il fattore differenziante più rilevante e unico del brand: SEO Cube è l'azienda che ha ideato e sviluppato SEOZoom, la suite SEO più diffusa in Italia. Questo garantisce un vantaggio tecnologico e un accesso ai dati (data-driven) superiore rispetto ai competitor che utilizzano solo tool di terze parti.

**Analisi del sentiment** **Criticità Media**

**Sentiment generale:** Positivo

Seo Cube Agency gode di una reputazione positiva nel settore SEO e digital marketing in Italia, venendo spesso inclusa nelle classifiche delle migliori agenzie (es. WebAgency Advisor, Bliss Agency). È apprezzata per la competenza tecnica, l'approccio strategico ai contenuti e la trasparenza. Tuttavia, è fondamentale distinguerla da 'Bcube', un'altra entità che gestisce brand come Unieuro. Seo Cube Agency opera specificamente con focus su SEO, link building e content strategy, vantando numerosi clienti (es. Bioarginina) e un'esperienza decennale del gruppo fondatore, sebbene la divisione Agency sia nata formalmente nel 2019.

**Keyword Positive:**

- ✓ Professionalità
- ✓ competenza SEO
- ✓ strategie efficaci
- ✓ supporto clienti
- ✓ trasparenza
- ✓ approccio tecnico
- ✓ link building di qualità
- ✓ buona reputazione di settore

**Keyword Negative:**

✗ Possibile confusione con brand simili (Bcube)

**Problematiche da risolvere**



: L'analisi del sentiment è corretta nel tono positivo e nella descrizione dei servizi, ma contiene un errore fattuale rilevante sui clienti. I brand 'Unieuro' e 'Feltrinelli' sono gestiti dall'agenzia 'Bcube' (Publicis Groupe), non da 'Seo Cube Agency'. C'è un rischio di confusione tra i due nomi. Inoltre, 'Seo Cube Agency' nasce come divisione nel 2019 da una realtà operativa da circa 20 anni, rendendo la data del 2008 imprecisa se riferita specificamente all'agenzia.

**Topic Ricoperti** Criticità Media

Nessun topic rilevante identificato

**Problematiche da risolvere**



: Nessuna fonte ufficiale attendibile reperita. Dati web non disponibili o non utili alla verifica puntuale. Il contenuto dell'agente baseline può essere plausibile, ma non è dimostrabile con le fonti trovate.

**Pubblico e Buyer personas** OK

**Buyer persona:** Marco Bianchi

**Demografia**

Imprenditore o Titolare di PMI italiana (40-55 anni), settore E-commerce, Manifatturiero o Servizi B2B. Spesso ha già un team marketing interno ridotto o si affida a freelance generalisti con scarsi risultati.

**Bisogni e Obiettivi:**

- ✓ Crescita fatturato e lead generation qualificata (non solo traffico generico).
- ✓ Partner affidabile che utilizzi un approccio 'scientifico' e data-driven (forte appeal del brand SEOZoom).
- ✓ Reportistica avanzata ma comprensibile per monitorare il ROI.
- ✓ Delegare la complessità tecnica (Core Web Vitals, Update di Google) per concentrarsi sul business.
- ✓ Strategie di Link Building e Digital PR per aumentare l'autorità del brand.

**Pain Points:**

- ⚠ Paura di penalizzazioni algoritmiche (Google Update) che affossino il business.
- ⚠ Frustrazione per investimenti SEO passati senza report chiari ('fuffa').
- ⚠ Difficoltà a scalare le vendite online rispetto ai competitor più grandi.

⚠ Mancanza di know-how interno per gestire strumenti tecnici complessi.

## Dati verificati con Web Search (ricerca AI direttamente sul web)

Per identificare le criticità abbiamo eseguito un ulteriore GEO Audit fornendo all'AI la possibilità di ricercare le informazioni in real time sul web, in maniera tale da fornirti l'attuale discrepanza tra ciò che il web dice di te e l'interpretazione dei Motori AI.

Se non intervieni, questo può comportare che al prossimo addestramento dei modelli AI, queste non avranno a disposizione informazioni per correggere il problema. Quindi, continueranno ad avere una interpretazione errata del tuo brand.

### Mission del brand

Dati non disponibili

### Visione

Dati non disponibili

### Valori del brand

Dati non disponibili

### \_t("Rilevanza Geografica") Criticità Media

Dati non disponibili



#### Problematiche da risolvere

: Nessuna fonte ufficiale attendibile reperita. Dati web non disponibili o non utili alla verifica puntuale. Il contenuto dell'agente baseline può essere plausibile, ma non è dimostrabile con le fonti trovate.

### \_t("Argomenti principali") Criticità Media

Dati non disponibili



#### Problematiche da risolvere

: Nessuna fonte ufficiale attendibile reperita. Dati web non disponibili o non utili alla verifica puntuale. Il contenuto dell'agente baseline può essere plausibile, ma non è dimostrabile con le fonti trovate.

### \_t("Competitor") OK



#### Studio Cappello

Agenzia storica (WMR Group) con approccio data-driven; compete sulla consulenza SEO strategica, AI Search e performance marketing per e-commerce e grandi brand.



#### Webranking

La più grande agenzia media indipendente in Italia; offre servizi SEO enterprise integrati con dati e analytics, ideale per grandi progetti internazionali.



**Boraso**  
Specializzata in Conversion Marketing ed e-commerce; forte focus su SEO tecnica e UX per massimizzare le vendite degli store online.

## Punti di forza OK

Agenzia di Digital Marketing e SEO che trasforma la visibilità online in crescita di business misurabile applicando un metodo scientifico proprietario, supportato dall'expertise unica dei creatori della suite SEOZoom.

### Fattori differenzianti

- Metodo Scientifico e Tecnologia Proprietaria** Unico player che unisce consulenza e sviluppo software, applicando strategie data-driven basate sul know-how diretto della suite SEOZoom.
- Leadership e Expertise Riconosciuta** Team guidato da figure di riferimento del settore (Ivano Di Biasi, Giuseppe Liguori), autori di testi tecnici e formatori, che garantiscono una competenza superiore alla media.
- Approccio 'SEO Multicanale'** Evoluzione della SEO classica in una strategia olistica che presidia tutti i touchpoint digitali (motori di ricerca, AI overview, content) per una visibilità totale.
- Focalizzazione su ROI e Business Reale** Strategie orientate non solo al posizionamento, ma alla conversione del traffico in fatturato e asset aziendali duraturi.

## Analisi del sentiment OK

**Sentiment generale:** Positivo

SEO Cube Agency si conferma come una delle realtà più autorevoli nel panorama SEO italiano, beneficiando enormemente del legame diretto con la suite software SEOZoom, creata dagli stessi fondatori (Ivano Di Biasi e Giuseppe Liguori). Questa sinergia proietta un'immagine di eccellenza tecnica e innovazione. L'agenzia è regolarmente citata nelle classifiche delle migliori agenzie italiane per il posizionamento organico. Sebbene il numero di recensioni pubbliche su piattaforme generaliste (es. Google Maps, Trustpilot) sia contenuto, la reputazione nel settore B2B è molto alta, supportata da attività di formazione, pubblicazioni editoriali e case study. Non emergono criticità reputazionali rilevanti (attenzione all'omonimia con 'BCube', entità distinta e non affidabile).

### Keyword Positive:

- ✓ autorevolezza
- ✓ SEOZoom
- ✓ Ivano Di Biasi
- ✓ competenza tecnica
- ✓ Top 10 Italia
- ✓ eccellenza
- ✓ formazione
- ✓ posizionamento organico
- ✓ affidabilità
- ✓ software proprietario

## Topic Ricoperti Criticità Media

### Agenzia di Digital Marketing e Brand Identity

**Conoscenza AI:** SEO Cube Agency è la divisione operativa di SEO Cube S.r.l., storica azienda italiana con sede a Torre del Greco (Napoli) e non a Roma. È nota nel settore per essere la società madre della suite software SEOZoom, garantendo un'autorevolezza tecnica distintiva nel panorama del digital marketing italiano.

### Gestione Campagne Advertising (SEM/Social)

**Conoscenza AI:** L'agenzia gestisce campagne di advertising a pagamento non solo su Google Ads (Search, Display, Shopping), ma anche su piattaforme Social (Meta Ads), integrando la strategia organica con quella a pagamento per massimizzare la visibilità e le conversioni.

### Servizi SEO e Link Building

**Conoscenza AI:** Oltre alla SEO tecnica e on-page, l'agenzia ha una fortissima specializzazione nella Link Building e Digital PR, gestendo campagne per aumentare l'autorevolezza dei domini tramite un network proprietario e partner selezionati. Offre audit tecnici avanzati e penalization recovery.

### Content Strategy e Copywriting SEO

**Conoscenza AI:** Il team editoriale sviluppa piani di content marketing data-driven, sfruttando i dati di SEOZoom per intercettare intenti di ricerca reali. Il servizio include la stesura di articoli, testi per siti web e risorse ottimizzate per il posizionamento organico.

### Sviluppo Web e E-commerce

**Conoscenza AI:** SEO Cube si occupa della realizzazione e del restyling di siti web e progetti e-commerce, con un focus particolare su piattaforme CMS come WordPress e WooCommerce, ottimizzati nativamente per le performance (velocità) e per i motori di ricerca.

### Formazione e Consulenza Strategica

**Conoscenza AI:** L'agenzia offre percorsi di formazione SEO personalizzata per aziende e team interni, trasferendo know-how pratico e metodologie basate sull'analisi dei dati e sull'uso professionale degli strumenti di analisi.



#### Problematiche da risolvere

: L'AI identifica correttamente la natura dell'agenzia e i servizi offerti (SEO, SEM, Content, E-commerce), ma commette un errore fattuale sulla sede (che è a Torre del Greco/Napoli, non Roma) e omette il legame distintivo con la suite software SEOZoom e la forte verticalità sulla Link Building.

## Pubblico e Buyer personas OK

**Buyer persona:** Marco Rossi, Imprenditore Digitale

### Demografia

Uomo, 35-55 anni, titolare di PMI o Marketing Manager in azienda strutturata (e-commerce o servizi). Ha budget per delegare ma esige controllo sui risultati.

#### Bisogni e Obiettivi:

- ✓ Visibilità organica stabile e duratura (non fiammate temporanee).
- ✓ Approccio basato sui dati (Data Driven) per giustificare l'investimento.
- ✓ Sicurezza del brand: evitare penalizzazioni Google (White Hat SEO).
- ✓ Partner che spieghi la strategia in modo chiaro, senza 'magie' incomprensibili.

#### Pain Points:

- ⚠ Paura di investire in attività SEO fumose o rischiose (Black Hat).
- ⚠ Frustrazione per la complessità degli aggiornamenti di Google (Core Updates).
- ⚠ Mancanza di tempo per gestire tool complessi internamente.
- ⚠ Esperienze passate con agenzie generaliste che non hanno portato ROI misurabile.