



# SEO basata sulle entità

**Mariachiara Marsella**

SEO Consultant & Digital Temporary Manager

[www.mariachiamarsella.it](http://www.mariachiamarsella.it)

[Twitter.com/uale75](https://twitter.com/uale75)

[Linkedin.com/in/marsella/](https://www.linkedin.com/in/marsella/)

[Pinterest.it/seo4ever/](https://www.pinterest.it/seo4ever/)

[Quora.com/profile/Mariachiara-Marsella](https://www.quora.com/profile/Mariachiara-Marsella)

[Facebook.com/mc.marsella](https://www.facebook.com/mc.marsella)

cambia  
il modo di  
pensare...

1. Usiamo Google e **siamo felici** di usarlo
2. Google «usa» **le nostre ricerche** per migliorarsi



Share of desktop search traffic originating from Google in selected countries as of July 2022

Google: search engine market share in selected countries 2022



Disclaimer: Google is not only popular in its home country but is also the dominant internet search provider in many major online markets, frequently generating more than 80 percent of desktop search traffic. The search engine giant has a market share of nearly 94 percent in India, and accounted for the majority of the global search engine market, ahead of other competitors such as Yahoo, Bing, Baidu, and DuckDuckGo.



Risposte dal Knowledge Graph



Indicazioni stradali e traffico



Risposte dirette



Snippet in primo piano



Elenchi articolati



Risposte prima chiedere



## Funzionalità utili

Ogni anno registriamo miliardi di ricerche. Le funzionalità di ricerca di Google ti consentono di ottenere le informazioni giuste al momento giusto e nel formato più utile. A volte è una pagina web, altre volte sono informazioni relative al mondo reale come una mappa o l'inventario di un negozio locale.



Google Search   Panoramica   Il nostro approccio   Come funziona la Ricerca   **Funzionalità**   La nostra storia

how tall is the Eiffel Tower

Il Knowledge Graph fornisce informazioni istantanee su persone, luoghi e cose.

Il Knowledge Graph è il nostro database di oltre cinque miliardi di persone, luoghi e cose del mondo reale, con più di 500 miliardi di fatti. Puoi ottenere risposte rapide a domande del tipo "Cos'è la Torre Eiffel?", "Quanto è alta?", "Quando ha aperto per la prima volta?" e fare clic sui risultati per esplorare il Web.

984'

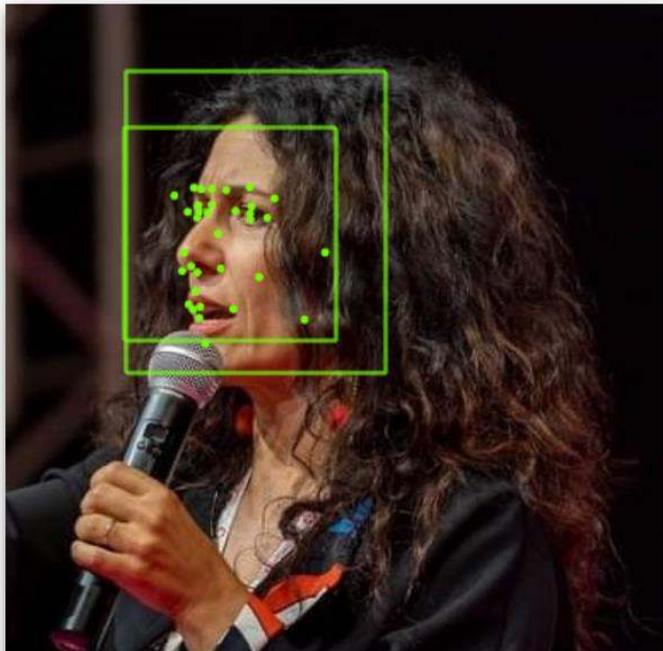
Di seguito trovi ulteriori informazioni sui fattori principali che determinano i risultati della tua query:

Significato   Pertinenza   Qualità   Usabilità   Contesto

## Discover ti aiuta a esplorare i tuoi interessi e molto altro.

Anche quando non hai una ricerca specifica, puoi farti ispirare dalle cose che ti interessano di più. Ecco perché abbiamo creato Discover; nell'app Google, sulle schermate Home dei dispositivi Android e sulla home page di Google per dispositivi mobili, Discover è un feed personalizzato che ti consente di esplorare contenuti selezionati in base ai tuoi interessi. Puoi anche personalizzare l'esperienza seguendo vari argomenti e indicando quando vuoi visualizzare più o meno contenuti di un determinato argomento.

Faces Objects Labels Text Properties Safe Search



Joy	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Sorrow	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Anger	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Surprise	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Exposed	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Blurred	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely
Headwear	<div style="width: 10%;"></div>	Very Unlikely

Roll: 6° Tilt: 3° Pan: -43°

Confidence 73%

<https://cloud.google.com/vision/>

Faces Objects Labels Text Properties Safe Search



Microphone	94%
Person	86%
Clothing	74%

Faces Objects Labels Text Properties Safe Search



Microphone	98%
Public Address System	94%
Music Artist	87%
Musician	87%
Performing Arts	83%
Entertainment	83%
Music	83%

DATA

5 tensors found  
Word2Vec 10K

Label by: word  
Color by: No color map

Edit by: word  
Tag selection as

UMAP T-SNE **PCA** CUSTOM

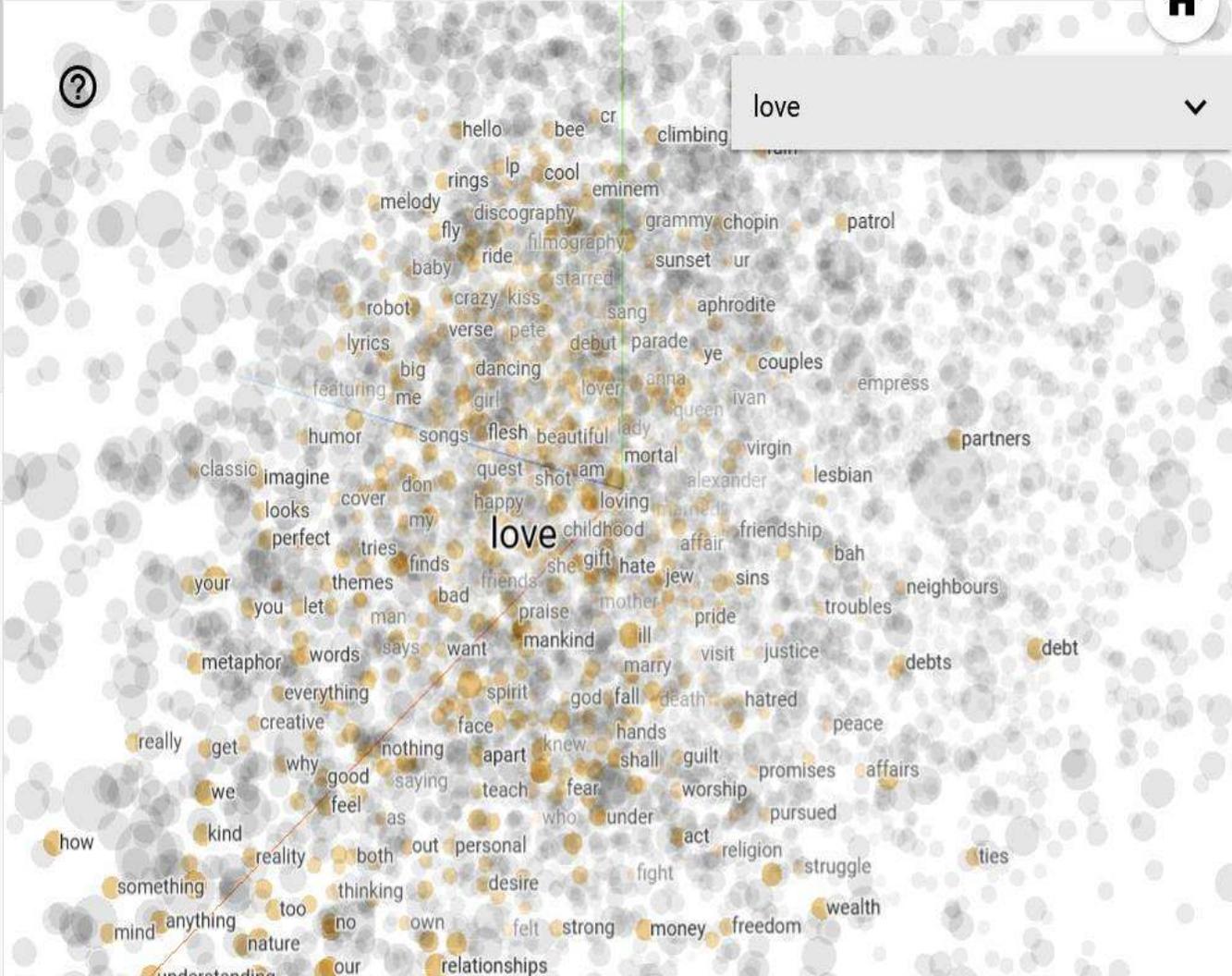
X: Component #1  
Y: Component #2

Z: Component #3

PCA is approximate. ?

Total variance described: 8.5%.

Points: 10000 | Dimension: 200 | Selected 1000 points



Show All Data Isolate 1000 points Clear selection

Search: lov by: word

neighbors: 99

distance: COSINE EUCLIDEAN

Nearest points in the original space:

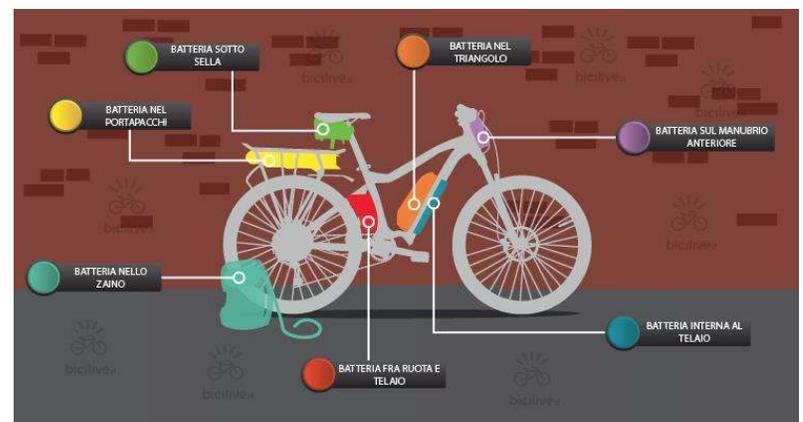
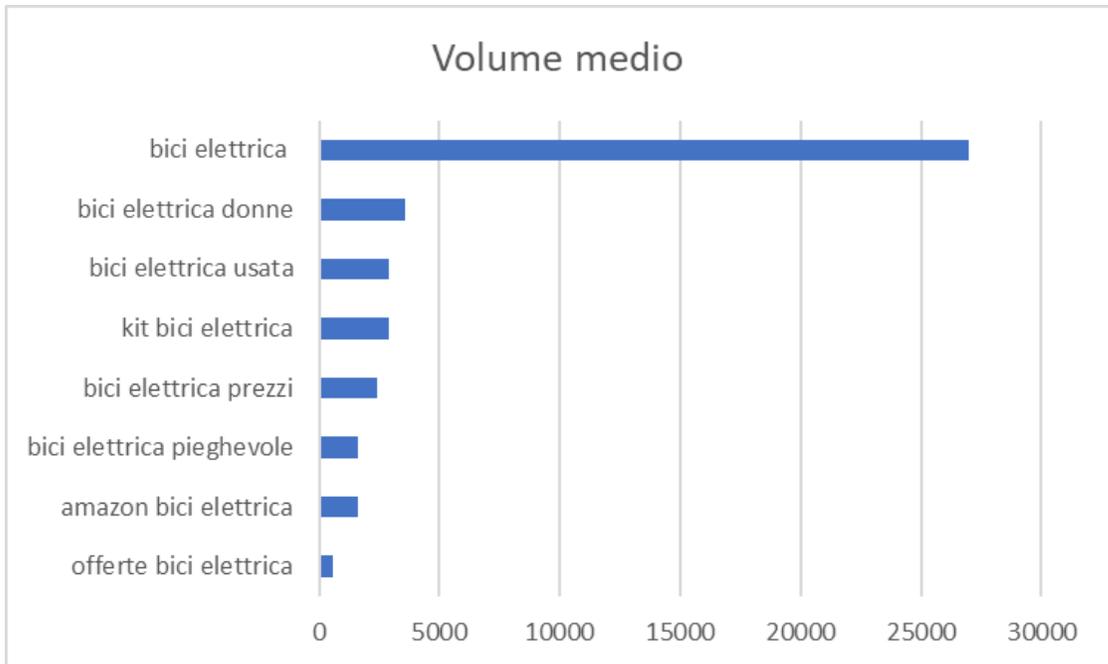
my	0.531
me	0.557
girl	0.595
your	0.601
loving	0.602
desire	0.603
lover	0.605

BOOKMARKS (0) ?

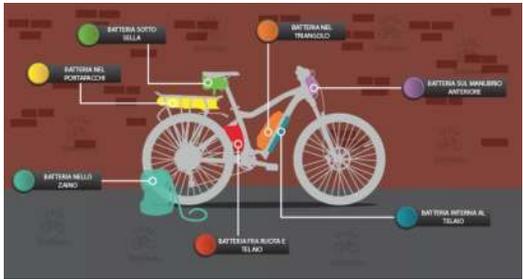
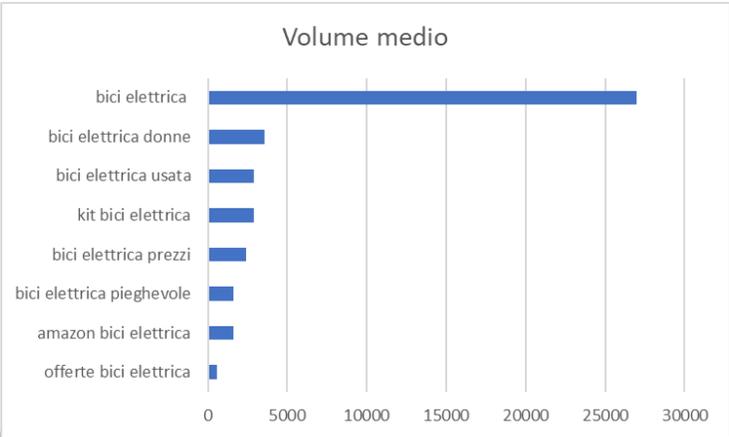
**MA DAVVERO ANCORA PARLIAMO DI KEYWORDS?**



# Bici elettrica non parleremo solo della bici elettrica e sue «varianti»



# Bici elettrica non parleremo solo della bici elettrica e sue «varianti»



# Bici elettrica ma parleremo anche e soprattutto di...

- Inquinamento e Ambiente
- Codice della strada
- Mobilità sostenibile
- Sport e benessere
- Energia solare
- Cicloturismo
- Doping tecnologico
- Davide Cassani



# Bici elettrica ma parleremo anche e soprattutto...

- Inquinamento e Ambiente
- Codice della strada
- Mobilità sostenibile
- Sport e benessere
- Energia solare
- Cicloturismo
- Doping tecnologico
- Davide Cassani

...altre entità ancora



## Motorcycle

A *Schema.org* Type

Defined in the *auto* section.

Thing > Product > Vehicle > Motorcycle

A motorcycle or motorbike is a single-track, two-wheeled motor vehicle.

## BikeStore

A *Schema.org* Type

Thing > Organization > LocalBusiness > Store > BikeStore

Thing > Place > LocalBusiness > Store > BikeStore

A bike store.

## IndividualProduct

A *Schema.org* Type

Thing > Product > IndividualProduct

A single, identifiable product instance (e.g. a laptop with a particular serial number).

Home > Search Central > Google Search Central Blog

Was this helpful? 👍 🗨️

## New in structured data: Pros and cons

[Send feedback](#)

Friday, August 5, 2022

Product reviews are a valuable resource for users researching which product to buy. Product reviews often contain a list of pros and cons, which our research has shown to be popular with shoppers when making their purchasing decisions. Because of their importance to users, Google Search may highlight [pros and cons](#) in the product review snippet in Search results.

You can tell Google about your pros and cons by supplying [pros and cons structured data](#) on editorial review pages. When you're adding structured data to your web pages, you can use [Rich Results Test](#) to make sure it's correct and valid for Google Search. The tool has been recently extended to check for pros and cons structured data in addition to all the other structured data types supported by Google Search.

If you do not provide structured data, Google may try to automatically identify pros and cons listed on the web page. Google will prioritize supplied structured data provided by you over automatically extracted data. We tested this with website owners, and received positive feedback on this capability.

www.example.com



### Cheese Knife Pro Review

Feb 10, 2022 — The Cheese Knife Pro is the flagship product from ...

Pros and cons include: Consistent results · Still sharp after many uses · No child protection · [View full list](#)

7/10  · Review by Pascal Van Cleeff

# Non esiste solo la SERP di Google



bicicletta elettrica design



Tutti i Pin



Italmoto Tiquattro EB: prezzi e caratteristiche della bici elettrica...



#nature  
#bikelife  
#dallapartedellalegalità



<https://insideevs.it/news/603578/roulotte-rimorchio-e-bike/>

#ebikelife  
#ebikeadventures  
#bicitime  
#pedalataassistita



Quora



Bici elettriche (e-bike)

Segui 160

Vorrei trasformare una **bici** normale in una a **pedalata assistita** con circa €300, che motore potrei comprare? Voglio metterlo sulla ruota posteriore.

Quali sono gli errori da non fare quando si acquista una **bici a pedalata assistita**?

Perché hanno inventato la **bici a pedalata assistita**? Se vuoi andare in **bici** devi **pedalare**, se non vuoi **pedalare** compri un motorino.

Quale **bici a pedalata assistita** mi consigliate in alternativa all' auto?

Cosa ne pensi del nuovo ddl del senato sull'obbligo per le **bici a pedalata assistita**: targa, casco e assicurazione?

[Aggiungi una nuova domanda](#)



Leggi altre recensioni che citano

rapporto qualità

qualità prezzo

facile da montare

ottimo rapporto

bici elettrica

molto bella

ottimo acquisto

assistenza

autonomia

bicicletta

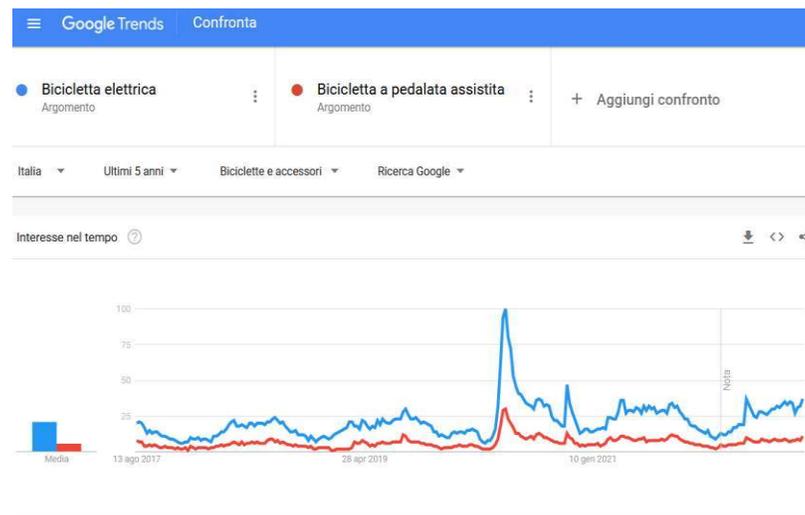
potente

salita

settimana

aiuto

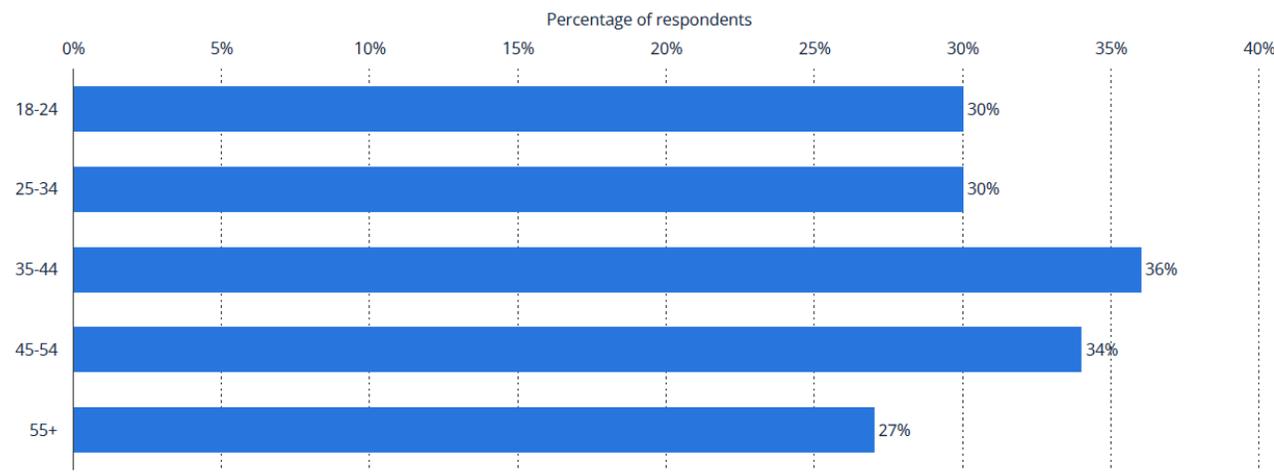
chiaramente



# Aggiungere fonti e dati di qualità

## How likely are Italians to buy or use an e-bike based on their age?

Likelihood of Italians to buy or use an e-bike in 2020, by age



Description: Italians between 35 and 44 of age were the most likely group to buy or use an e-bike in 2020. On the other hand, people aged 55 or older were the least likely group to buy or use an e-bike in 2020.  
 Notes: Italy: March 30 to April 29, 2020; 13,412 respondents; 18 years and older; \* Leasing, hiring, or renting an e-bike. The number of respondents (13,412) refers to the total number of respondents across several European countries. | [Read more](#)  
 Sources: Shimano; YouGov



## Evolution of e-bikes: timeline

Evolution

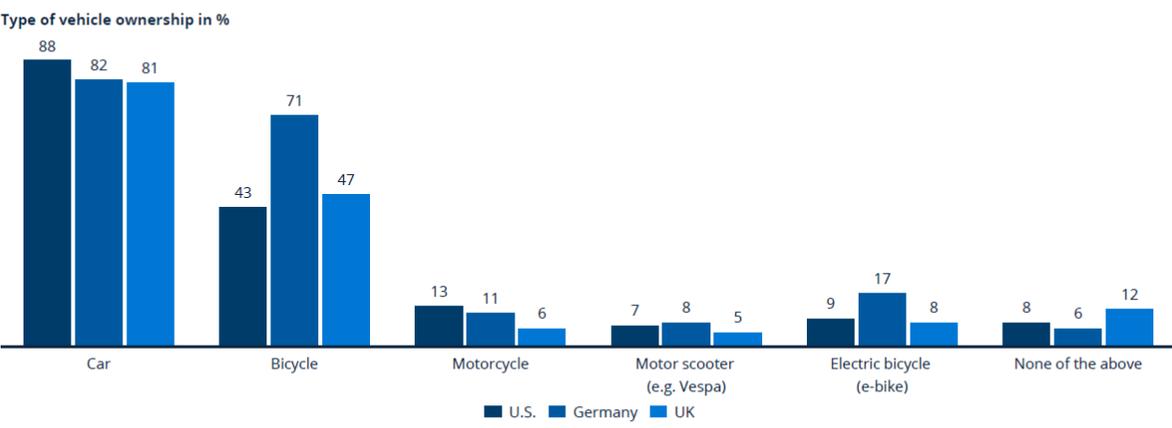
- 1895 • Ogden Bolton patented the first battery-powered bicycle
- 1897 • Hosea W. Libbey patented the bicycle with a double electric motor
- 1898 • John Schnepf patented the electric motor with a roller wheel
- 1900s • Bicycle models with torque sensors and power controls became available
- 1992 • Zike, the first ever modern commercial e-bike was launched
- 1993 • Yamaha launched its first pedal assisted bicycle with a lead battery and range of 20 kms; it sold 30,000 units in the first year
- 1998 • Over 50 new models were launched globally
- 2000s • Yamaha and Panasonic begun mass producing e-bikes for the global market
- 2005 • Mainland China begins exporting e-bikes to countries in the EU
- 2016 • 32.8 million e-bikes were sold in the Asia-Pacific, which was 30 times more than Western Europe, the second largest market at the time
- 2017 • Size of the global market for electric bikes was ascertained at US\$16.34 billion
- 2019 • Uber started developing autonomous e-bikes
- 2020 • Harley Davidson launched its line of e-bikes under the Serial 1 brand  
Jeep launched its line of e-bikes
- 2021 • BMW launched a highspeed e-bike with a range of 186 miles  
Alibaba launched a US\$750 three-passenger e-bike  
The U.S. announced US\$900 tax credits for e-bikes

109 Sources: Company information; Press releases



## In Germany, 17% of households are owning e-bikes in 2021

E-bike Ownership



108 Notes: \*Which of these items do you permanently have available in your household?; Multi Pick; U.S.: n=7,609; UK: n=2,536; Germany: n=4,525; Residential online population, all respondents  
 Sources: Statista Global Consumer Survey, as of April 2022

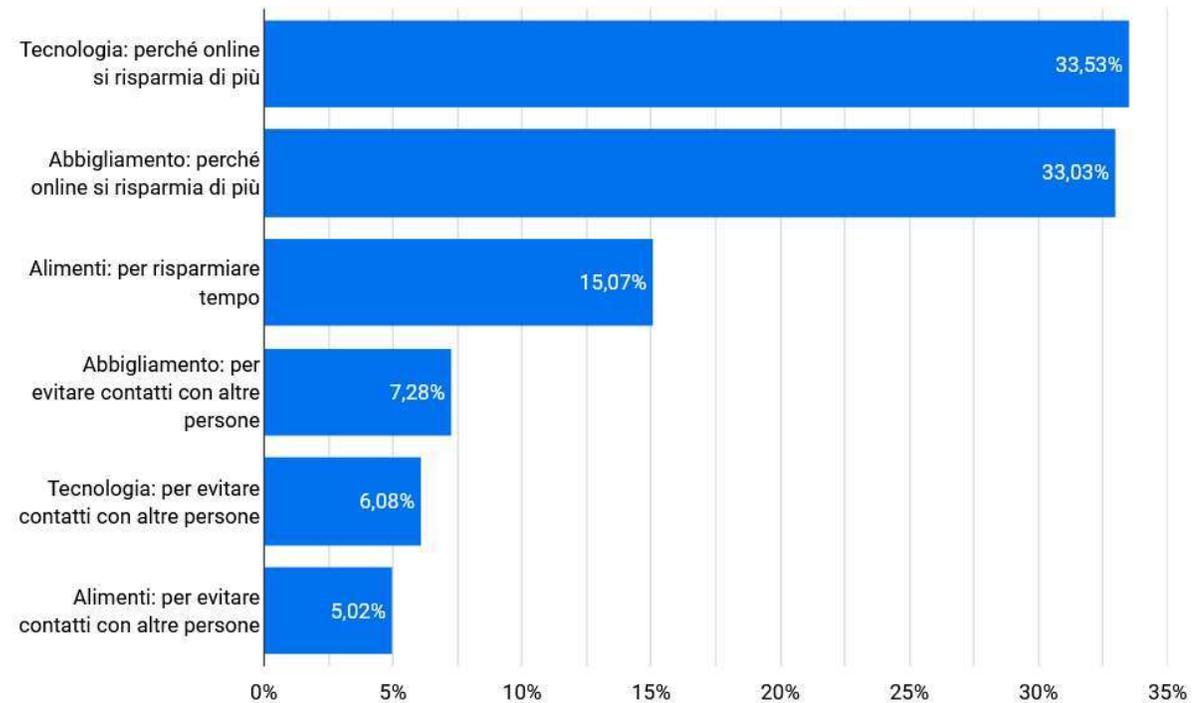


# Creare la **vostra** fonte (attendibile)



Google Marketing Platform Surveys

Qual è il prodotto che acquisterai più frequentemente online nel 2023 e perché?



CONNECT 2022

Mariachiara Marsella

Non basta un e-commerce per vendere online, e nemmeno più la vecchia SEO

# Firmare gli articoli, «bene»

28/07/2022  
Update

## 3.1 Page Quality Rating: Most Important Factors

Here are the most important factors to consider when selecting an overall Page Quality rating:

- **The Purpose of the Page**
  - **Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness:** This is an important quality characteristic. Use your research on the additional factors below to inform your rating.
  - **Main Content Quality and Amount:** The rating should be based on the landing page of the task URL.
  - **Website Information/information about who is responsible for the MC:** Find information about the website as well as the creator of the MC.
  - **Website Reputation/reputation about who is responsible for the MC:** Links to help with reputation research will be provided.
4. Make sure the information you find is appropriate for judging the reputation of the website or content creator. For example, reputation information for YMYL topics should come from sources that have expertise in the associated YMYL topic.

- ✓ Nome, cognome
- ✓ Biografia
- ✓ Passioni
- ✓ Specializzazioni
- ✓ Social
- ✓ Foto
- ✓ Link

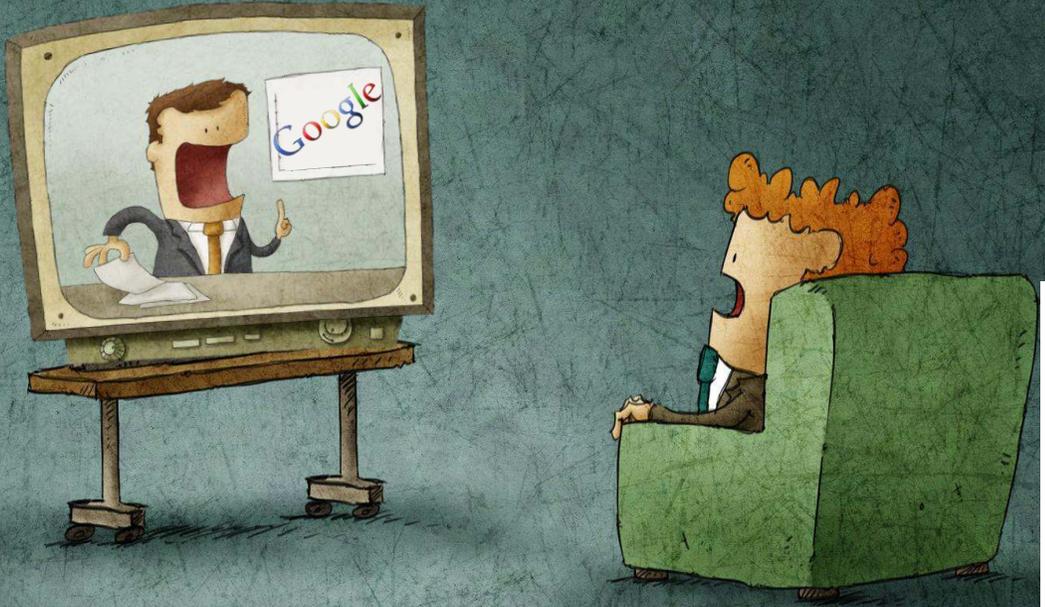
✓ Tutto ciò che è utile e che si può pubblicare...



<p><a href="#">Lowest: Dry socket medical info</a></p> <p>This YMYL medical site has literally no information about who is responsible for the content or the website.</p>	<p>Untrustworthy</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Inadequate information about the website or creator of the MC for the purpose of the page</li></ul>	<p>Lowest Medium Highest</p> <p>Medical information about this dental condition could significantly impact how people seek dental treatment. This page is on a YMYL topic.</p> <p>There is no information about who created this website, no contact information, and no information about the author.</p> <p>Medical pages require a high degree of user trust. Because there is no information about who owns this website and who created this content, this is considered an untrustworthy website.</p>

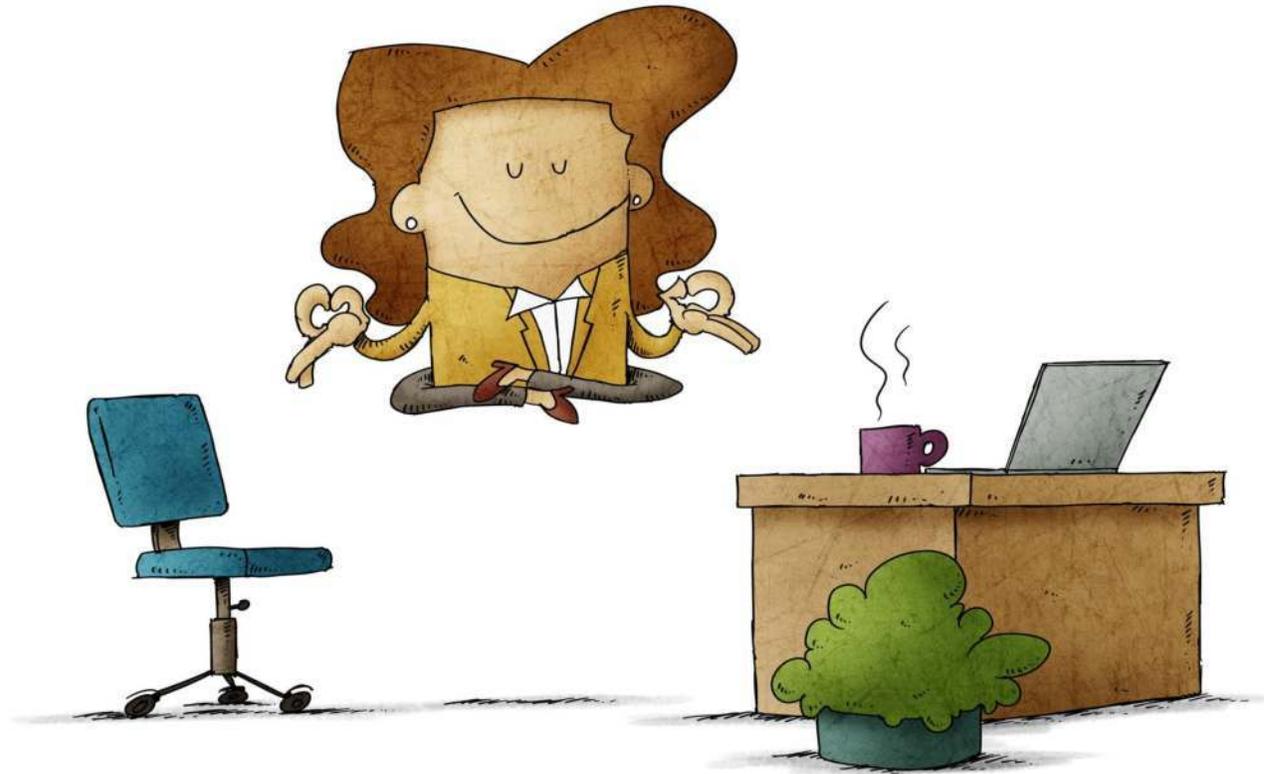
**18/08/2022  
Update**

## *Helpful content update*



- Is the content **primarily to attract people from search engines**, rather than made for humans?
- Are you producing **lots of content on different topics** in hopes that some of it might perform well in search results?
- Are you using **extensive automation** to produce content on many topics?
- Are you mainly **summarizing** what others have to say **without adding much value**?
- Are you writing about things simply because **they seem trending** and not because you'd write about them otherwise for your existing audience?
- Does your content leave readers feeling like **they need to search again** to get better information from other sources?
- Are you writing to a **particular word count** because you've heard or read that Google has a preferred word count? (No, we don't).
- Did you decide to enter some **niche topic area without any real expertise**, but instead mainly because you thought you'd get search traffic?
- Does your content **promise to answer a question that actually has no answer**, such as suggesting there's a release date for a product, movie, or TV show when one isn't confirmed?

Non è facile ...perché è un vero e proprio cambiamento di mentalità



# RIASSUMENDO in 7 punti



# Checklist veloce

1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi



# Checklist veloce

- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva e/o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa



# Checklist veloce

- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa
- 3) La c.d. selezione keywords non sparisce ma si evolve in **argomenti**



# Checklist veloce

- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa
- 3) La c.d. selezione keywords non sparisce ma si evolve in **argomenti**
- 4) **I dati strutturati** non bastano – da soli – a creare entità, ma certamente aiutano il motore di ricerca a capire l'argomento: vanno usati con raziocinio



# Checklist veloce

- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa
- 3) La c.d. selezione keywords non sparisce ma si evolve in **argomenti**
- 4) **I dati strutturati** non bastano – da soli – a creare entità, ma certamente aiutano il motore di ricerca a capire l'argomento: vanno usati con raziocinio
- 5) Analizzare i risultati di **altre piattaforme** diventa vitale



# Checklist veloce

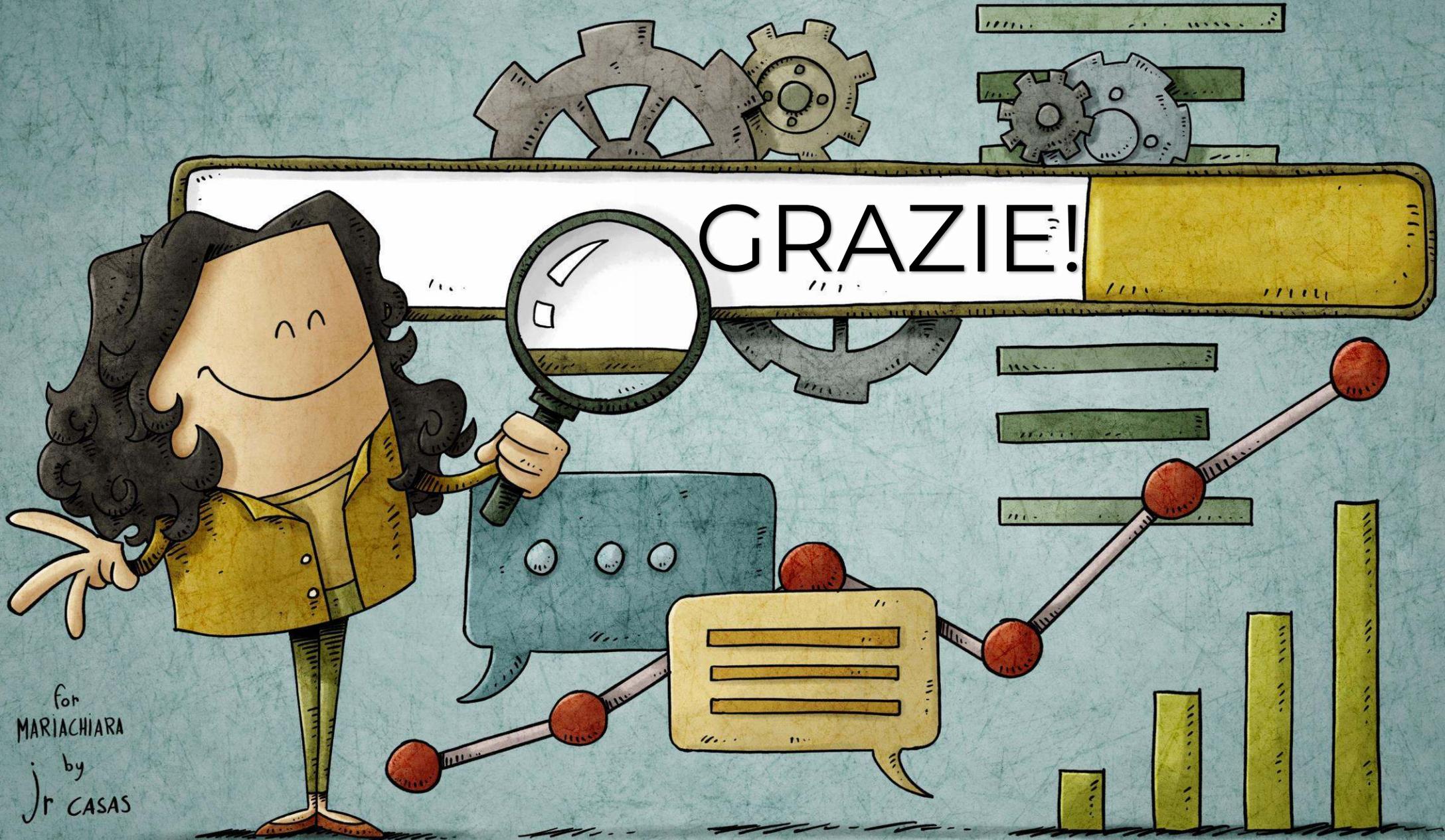
- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa
- 3) La c.d. selezione keywords non sparisce ma si evolve in **argomenti**
- 4) **I dati strutturati** non bastano – da soli – a creare entità, ma certamente aiutano il motore di ricerca a capire l'argomento: vanno usati con raziocinio
- 5) Analizzare i risultati di **altre piattaforme** diventa vitale
- 6) Preferire la **qualità** alla quantità e approfondire (dove possibile)



# Checklist veloce

- 1) Google è troppo **evoluto** per limitarsi a considerare le parole chiavi
- 2) La presenza e ripetizione **ossessiva o ridondante** di parole chiavi è – ad oggi – più deleteria rispetto a qualche anno fa
- 3) La c.d. selezione keywords non sparisce ma si evolve in **argomenti**
- 4) **I dati strutturati** non bastano – da soli – a creare entità, ma certamente aiutano il motore di ricerca a capire l'argomento: vanno usati con raziocinio
- 5) Analizzare i risultati di **altre piattaforme** diventa vitale
- 6) Preferire la **qualità** alla quantità e approfondire (dove possibile)
- 7) Diventare **autorevoli e attendibili** per il proprio settore/nicchia





for  
MARIACHIARA  
by  
Jr CASAS

[info@mariachiamarsella.it](mailto:info@mariachiamarsella.it)