

CHECKLIST PER OTTIMIZZARE I KNOWLEDGE PANELS DEI TUOI PRODOTTI SU GOOGLE

DETAILS

Product: Weber Original Kettle 18"
MREID: kgmid/g/11b6rg_zd5

Weber Original Kettle 18"

Shop now

\$299.00 - Weber Grill 18" Free shipping
Weber 18" Original Kettle Charcoal Grill (Black) 18" 18"

\$299.00 - Target Free shipping
Weber 18" Original Kettle Charcoal Grill 481001 Black

Compare prices

Original Kettle E-4710 Charcoal Barbecue 47 on
weber.com Manufacturer

Check out the Original Kettle - a grill that was made for easy backyard
backyard. For the memories created and ones soon to be made.
Once the roads have extinguished, dinner is served, relax, and let the
celebration begin.

Features: Kettle Style, Portable, With Smoker

Material: Aluminum, Steel

Type: Charcoal

Width: 19 inches, 22 inches

More details

More details

REVIEWS

4.7

★★★★★ 1,201 reviews

Search and review

Does it light easily? Yes No

Does it heat evenly? Yes No

Is there good heat distribution? Yes No

Is the cooking surface sufficient? Yes No

Is it easy to clean? Yes No

Simple & fast

★★★★★ 1 month ago
I should say it was light and easy to use. Easy to use too. [View
Manufacturer's Response](#) [View
Manufacturer's Response](#)

STORES

Mobile Overview

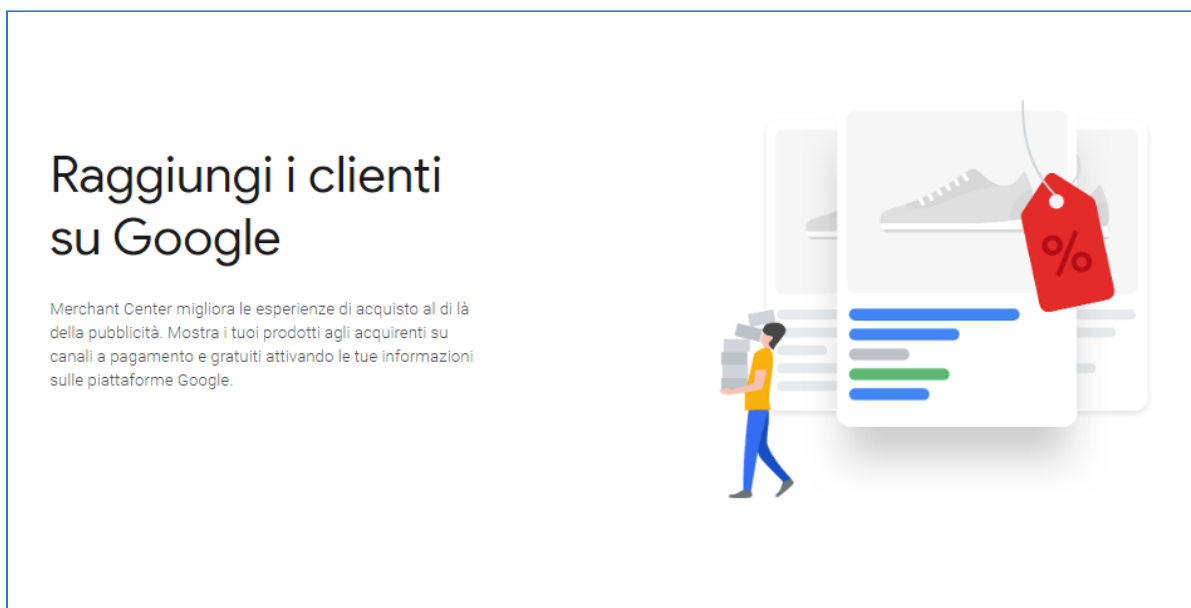
Video are accessible on mobile with a single click.

Frequently Asked Questions help users with through reviews.

Direct link to the product page on the Manufacturer website.

Grazie per aver scaricato questa checklist.
Seguila e ti aiuterà a mettere in risalto i tuoi
prodotti sulle SERP di Google!

❑ Inizia dal Manufacturer Center o dal Merchant Center



Il primo passo fondamentale è essere presenti su almeno una di queste due piattaforme. Se non hai ancora provveduto, **iscriviti al [Manufacturer Center](#) se sei un produttore, o al [Merchant Center](#) se sei un rivenditore**. Se sei un produttore che vende online i propri prodotti, puoi iscriverti a entrambe le piattaforme.

Anche se hai già un account, assicurati di curarlo il più possibile e di comunicare correttamente tutti i dati relativi ai tuoi prodotti e al tuo e-commerce. Molto importante è anche aggiornare frequentemente queste informazioni.

Queste due piattaforme sono due fonti molto autorevoli per Google. I dati che inseriamo su di esse, come prezzi, nomi e codici GTIN, possono darci una grossa mano ad arricchire i Knowledge Panel dei prodotti che vendiamo.

❑ Fai leva su recensioni e valutazioni

User reviews

4.7 ★★★★★
1,995 reviews

5
4
3
2
1

Search reviews

Does it light easily?

Does it heat quickly?

Is there good heat distribution?

Is the cooking surface sufficient?

Is it easy to clean?

I LOVE both my big and little Webers.
★★★★★ 3 months ago

I LOVE BOTH of my Webber Kettles. We bought our house in 1985 and brought our propane gas grill with us when we moved in. It died 2 years later (1987) and I bought my 1st full sized Kettle then. I loved it from day one. A couple of years later I bought my 1st table-top Weber to cook things ...

Cathie Mcm · Reviewed on weber.com

Le recensioni e le valutazioni degli utenti sono un potente strumento per aumentare la fiducia e la riprova sociale sui prodotti che vendi.

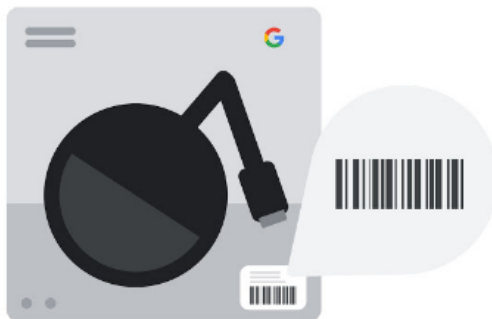
Ci sono due principali strade.

Google aggrega recensioni e valutazioni da grandi siti come eBay. Se i tuoi sono venduti e recensiti anche su queste grandi piattaforme, queste recensioni potrebbero essere aggregate nello snippet recensioni dei Knowledge Panels.

Ti consigliamo poi di percorrere sempre la seconda opzione, anche in parallelo alla prima. È **utilizzare i dati strutturati sulle tue pagine prodotto per aiutare Google a “leggere” correttamente le recensioni** e le valutazioni dei tuoi clienti.

Utilizzare correttamente **il markup AggregateRating** può aiutarti a mostrare uno snippet con la valutazione media di un tuo prodotto.

☐ Indica il codice GTIN



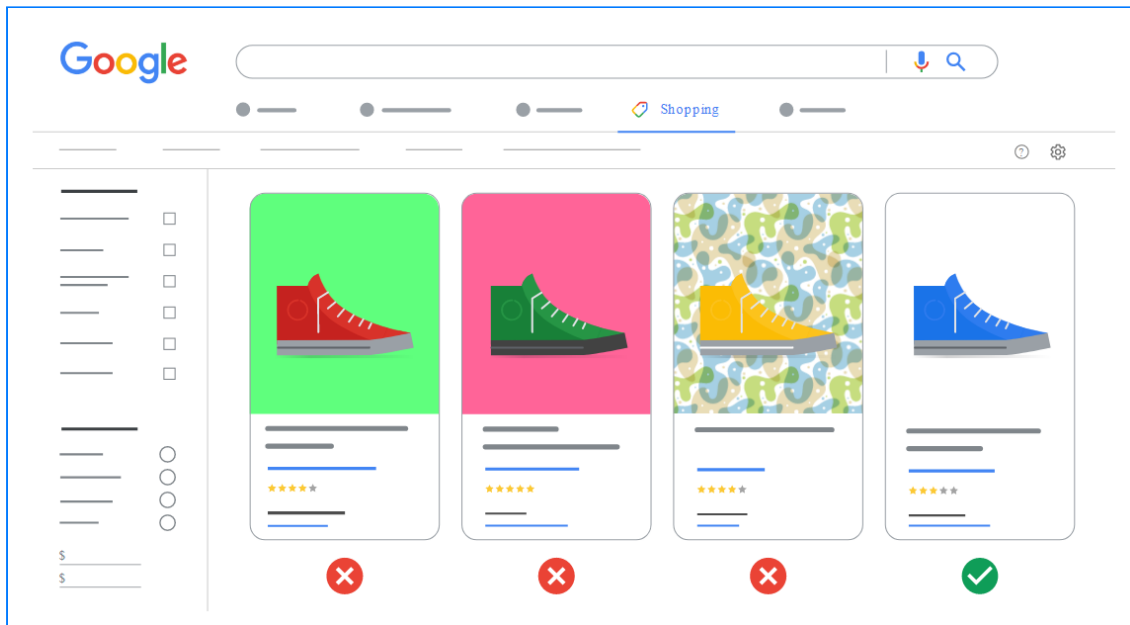
```
Product    Google Chromecast
title      Google Chromecast 2 - 1080p - Wi-Fi - Black
brand      Google
gtin       7894892017139
mpn        H2G2-42
condition  new
```

Il codice GTIN è un codice universale univoco che identifica i prodotti. In alcuni casi potrebbe non essere semplice ottenerlo, ma quando è possibile vale sempre la pena comunicarlo correttamente attraverso i dati strutturati e le piattaforme che abbiamo visto al punto 1.

Questo codice consente a Google di identificare inequivocabilmente il prodotto che stai vendendo e di **associare correttamente le informazioni a esso correlate**. Alcuni effetti possibili di questa corretta associazione possono essere apparire come rivenditore nel Knowledge Panel di un prodotto, o che le tue inserzioni e le schede prodotto gratuite (al momento non ancora disponibili in Italia) Google Shopping vengano mostrate più frequentemente e su più posizionamenti.

I rivenditori che hanno aggiunto correttamente i codici GTIN ai loro prodotti hanno visto in media **un aumento del 20% dei clic**. Con [E-commerce SEO by WordLift](#), puoi aggiungere il codice GTIN e altri Unique Product Identifiers alle tue pagine prodotto su WooCommerce in pochi clic

❑ Usa immagini di qualità per i tuoi prodotti



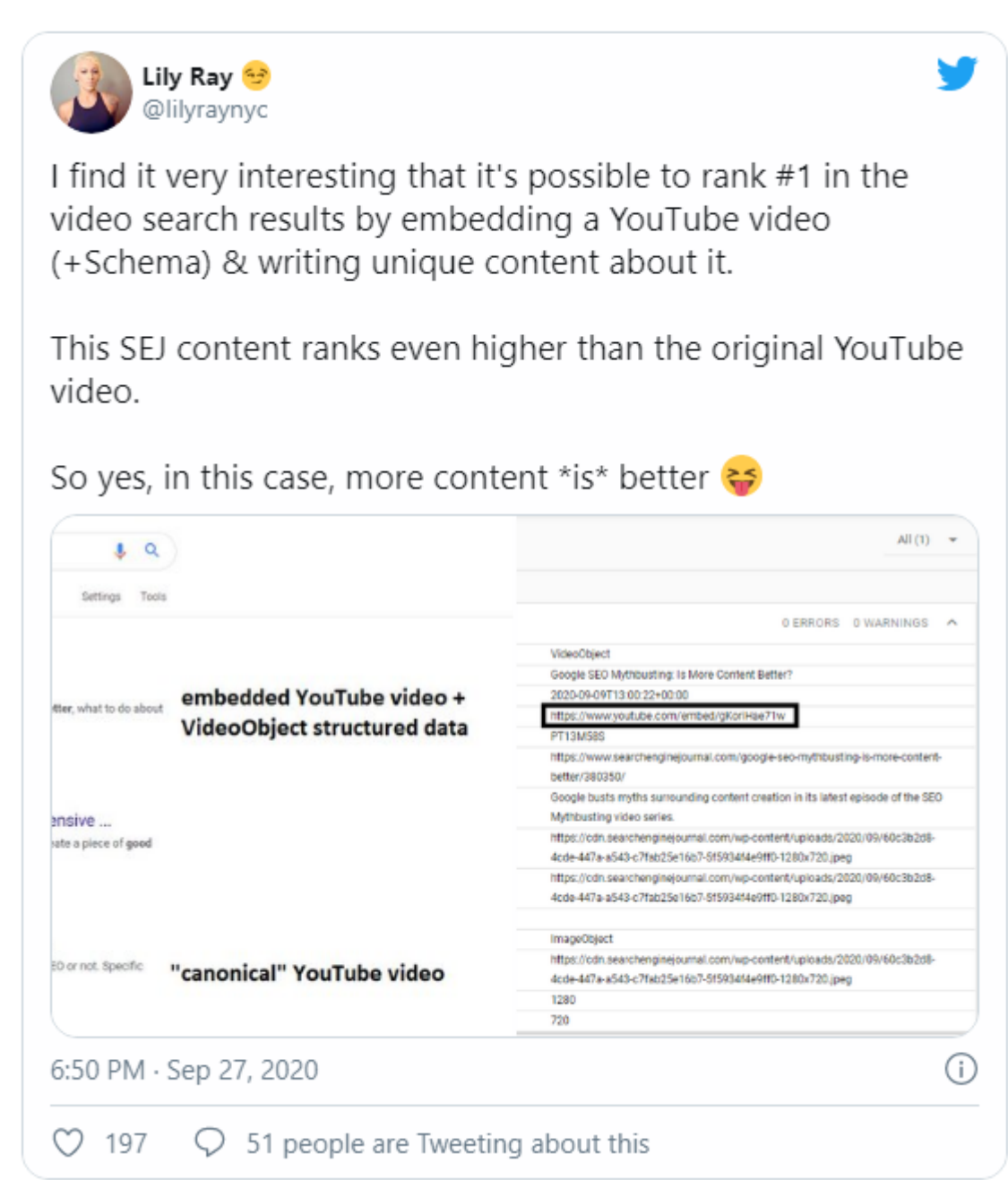
Se vuoi che le immagini dei tuoi prodotti appaiano sui posizionamenti e sui Knowledge Panels di Google, dovrai seguire le linee guida che detta.

In parte sono semplici specifiche tecniche, come la risoluzione minima di 100x100 pixel (250x250 sui prodotti di abbigliamento), ma troviamo anche dei principi che dovresti prendere in considerazione per avere delle buone foto prodotto in generale.

Puoi trovare questi requisiti nella guida sul [merchant center](#).

Anche in questo caso, applicare correttamente i dati strutturati sarà molto importante.

❑ Pubblica articoli basati su video YouTube



Lily Ray 🙄
@lilyraynyc

I find it very interesting that it's possible to rank #1 in the video search results by embedding a YouTube video (+Schema) & writing unique content about it.

This SEJ content ranks even higher than the original YouTube video.

So yes, in this case, more content **is** better 😏

The screenshot shows a search engine results page for the query "embedded YouTube video + VideoObject structured data". The results include a video object for "Google SEO Mythbusting: Is More Content Better?" with a URL highlighted in a red box: <https://www.youtube.com/embed/gKorHae71w>. The page also shows a "canonical" YouTube video result.

6:50 PM · Sep 27, 2020

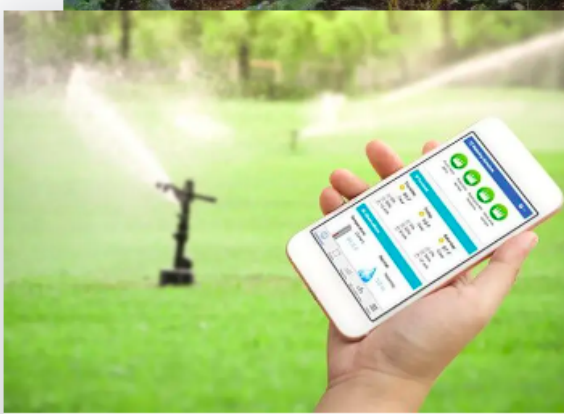
197 likes 51 people are Tweeting about this

Puoi ottenere ulteriore visibilità per i tuoi prodotti nei Google Panels **creando articoli basati su video Youtube e usando il markup VideoObject**. Questi articoli spesso ottengono un posizionamento più elevato rispetto al video canonico, a condizione che il nuovo contenuto aggiunga valore al video.

Ricordati anche di **annotare nei dati strutturati dell'articolo il prodotto di cui stai parlando**. Con **E-commerce SEO by WordLift**, in nostro plugin per WooCommerce, **puoi farlo con le Context Card**, ottenendo così tre risultati in un colpo solo:



- arricchire lo schema markup della pagina con il prodotto
- aggiungere un link verso la pagina prodotto
- migliorare la User Experience sulla pagina con una splendida Card Prodotto



ts a drink, and you don't want to just hop
d while you're away on vacation.

cation in the peak of summer, but being l
er if you focused on drought-tolerant pla
watering per week. Even so, hot temperat
ointment when you come home. You can
r plants while you are on vacation.

Smart Sprinkler — Smart Irrigation System

£89.00
£134 | 34 OFF

Smart irrigation controllers include an online portal that you can access on your computer, your smartphone or tablet, allowing you to easily adjust your **irrigation** from anywhere.

Unlike traditional **irrigation** controllers that operate on a preset programmed schedule, **irrigation** controllers monitor weather, soil conditions, evaporation and plant water use to adjust the **watering** schedule to actual conditions of the site.

□ Dati strutturati... e, ancora, dati strutturati

DETAILS

Product: **Weber Original Kettle 18"**
MREID: **kgmid=g/11b6rg_zd5**

Weber Original Kettle 18"
★★★★☆ 1,791 reviews

Shop now

\$89.00 - Weber Grill US
Weber Grills Original Kettle Charcoal Grill | Black | Size 18" Free shipping

\$89.00 - Target
Weber 18" Original Kettle Charcoal Grill 441001 Black Free shipping

→ Compare prices

Original Kettle E-4710 Charcoal Barbecue 47 cm
weber.com - Manufacturer

Cheers to the Original Kettle - a grill that was made for every backyard. For the memories created and ones soon to be made. Once the coals have extinguished, dinner is served, relax, and let the conversation ensue.

Features: Kettle Style, Portable, With Smoker
Material: Aluminum, Steel
Type: Charcoal
Width: 19 inches, 22 inches

→ More details

→ More details

User reviews

4.7 ★★★★★ 1,791 reviews

Search reviews: Does it light easily? Does it heat quickly? Is there good heat distribution? Is the cooking surface sufficient? Is it easy to clean?

Simple is best
★★★★★ 7 years ago
...around! Easy to use. **Light and easily movable.** Ease of Use So... More
NorthHaven - Reviewed on viewpoints.com

→ More reviews

REVIEWS

STORES

Mobile Overview

Weber Original Kettle 18"
★★★★☆ 1,791 reviews

Overview Stores Reviews Videos

Stores
Weber Grill US \$89.00

Videos are accessible on mobile with a single click.

Frequently Asked Questions help users sift through reviews.

W

Se hai letto attentamente questa checklist, avrai notato che abbiamo parlato spesso di dati strutturati. Non è un caso.

I dati strutturati aiutano Google ad avere informazioni sui tuoi prodotti e sul tuo brand, gli consentono di classificare i tuoi contenuti, sono fondamentali per creare le entità associate al tuo business e per stabilire le relazioni con queste e fra queste. Per esempio, puoi collegare un prodotto ai suoi accessori e mostrare questa correlazione nelle SERP di Google.

La SEO del futuro sarà sempre più basata su queste connessioni semantiche.

Più il tuo e-commerce comunica queste informazioni con precisione, più visibilità avrà sulle pagine dei motori di ricerca.

Come ci si prende cura dei dati strutturati su un sito?

Ci sono diversi modi per farlo. Affidarsi a un tool come WordLift è uno dei più semplici ed efficaci.

Vuoi una mano a implementare e ottimizzare i dati strutturati sul tuo e-commerce?

La nostra tecnologia e il nostro team possono aiutarti!

SCOPRI IL NOSTRO PLUGIN WOOCOMMERCE

PARLA CON I NOSTRI ESPERTI SEO

