

QUANDO L'ERRORE DIVENTA ORRORE

# SEO HORROR

A hand holding a transparent smartphone showing internal components. The hand is rendered in a light gray, almost skeletal style. The smartphone is held in the palm, and its internal circuitry, including a green microchip and various components, is visible through the transparent casing. A thin, glowing green wire extends from the top of the phone, looping upwards and to the left.

Massimo Carraro

Roberto Ghislandi

APC&EO

Massimo Carraro  
Roberto Ghislandi

## **S.E.O. horror**

Ottimizzazione per i motori di ricerca:  
quando l'errore diventa... orrore!

L'orrore continua su Twitter: [#MarketingHorror](#)

**APGEO**

# S.E.O. horror

Autori: Massimo Carraro, Roberto Ghislandi

Copyright © 2011 Apogeo s.r.l.

Socio Unico Giangiacomo Feltrinelli Editore s.r.l.

Via Natale Battaglia 12, 20127 Milano (Italy)

Telefono: 02 289981 – Fax: 02 26116334

Email: [apogeo@apogeoonline.com](mailto:apogeo@apogeoonline.com)

Sito web: [www.apogeoonline.com](http://www.apogeoonline.com)

ISBN: 978-88-503-1318-1

Editor: Fabio Brivio

Redazione e progetto grafico: Federica Dardi

Copertina: Enrico Marcandalli

Le immagini utilizzate all'interno di questo ebook sono distribuite da <http://All-Silhouettes.com>.

Il presente file può essere usato esclusivamente per finalità di carattere personale. Tutti i contenuti sono protetti dalla Legge sul diritto d'autore.

Nomi e marchi citati nel testo sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.

[Seguici su Twitter @apogeoonline](#)

# Gli autori

## Massimo Carraro

Copywriter e partner di [Monkey Business/advertising in the jungle](#), un'agenzia di comunicazione pubblicitaria, non si accontenta dell'advertising tradizionale. Dal 2007 al 2010 cura [Aziende con le orecchie](#), directory delle aziende italiane coinvolte in operazioni di marketing dell'ascolto, ed è l'autore di *Un etto di marketing*, edito da Alpha Test nel 2010. Quando non è impegnato a scrivere su [Ohmymarketing](#), il suo blog, coltiva [Coworking Project by Cowo](#), che mira a diffondere le esperienze di coworking. Su Twitter è [@MaxTheMonkey](#).

## Roberto Ghislandi

Su Internet dal 1994, dal 2004 si è dedicato alla consulenza e alla formazione nel campo del web marketing, mettendo a frutto la sua esperienza di gestione di una delle prime aziende italiane di e-commerce. Ha firmato *Email Marketing* edito da Alpha Test nel 2008 (seconda edizione nel 2009). Online lo potete trovare sul suo [sito](#) oppure sul suo [blog](#) dedicato all'email marketing.

Massimo e Roberto hanno creato [Web Marketing Garden](#), il programma di formazione per aziende e manager che si è fatto notare, oltre che per l'ideazione degli ebook della serie Marketing horror, per iniziative quali la condivisione su [SlideShare](#) di un intero corso di web marketing (1.100 slides liberamente scaricabili, 28.000 visualizzazioni) o il corso di [#buon marketing](#), con liveblogging di due giorni su Twitter.

Comprare link dagli sconosciuti



**ORRORE N° 1**

Scambiare la SERP per una  
biscia malevola della concorrenza



**ORRORE N° 2**

Pensare che il denaro possa  
comprare il posizionamento



**ORRORE N° 3**

Mettere il nome della propria  
azienda come prima parola del  
tag title, come se la gente  
cercasse per nome chi non conosce



Scrivere contenuti obbligandosi  
a ripetere le parole chiave  
fino al nonsense



Non inserire nei testi una parola  
chiave manco a morire

(e lamentarsi di non comparire  
nelle ricerche)



Scegliere le keyword sbagliate



**ORRORE N° 7**

Non farsi venire il dubbio di aver  
scelto le keyword sbagliate

(e non testare quindi  
nessuna alternativa)



**ORRORE N° 8**

Usare testi nascosti



**ORRORE N° 9**

Registrare il proprio sito su milioni  
di motori di ricerca, quando quelli  
che contano sono due



**...l'orrore continua**