

10 tipi di contenuti migliori in ottica SEO

di EMANUELE & COSTANTINO

WEB



Come spesso si ripete, nel marketing online *“Content is King”*. Nello specifico, parlando di SEO, alcuni contenuti sono migliori di altri per raggiungere i vertici dei motori di ricerca. È fondamentale, prima di tutto, crearli in base al bisogno del pubblico a cui ci si rivolge. I **blog post**, in quest’ottica, sono fondamentali. Purché vengano aggiornati regolarmente. Ottimi sono anche gli **short-form**, articoli con meno di 1000 parole su un relativo argomento (brevi notizie, etc) e i **long-form**, articoli molto più lunghi in cui si approfondisce il relativo argomento. Accanto a loro, trovano spazio le **liste**, ovvero quei contenuti in cui si parla di diversi prodotti recensendoli. Molto utili nel caso in cui il lettore si trovi nella situazione di dover scegliere e abbia bisogno di confrontare diversi prodotti. Alla stessa stregua, possiamo inserire le **guide multi-pagina** e quelle **pagine con molti contenuti diversi** (articoli, foto, video, interviste) su un determinato argomento. Oltre alle “parole”, una parte spesso sottovalutata in ottica SEO sono i contenuti come le **gallery di immagini**, le **infografiche**, i **video** e **tutti gli altri tipi di contenuti interattivi** (video embeddati, etc).

La strategia SEO migliore è quindi quella di utilizzare tutti questi contenuti insieme?

No, è fondamentale saper scegliere tra questi contenuti citati quali sono quelli di cui il nostro pubblico ha bisogno e permettergli di usufruirne nel modo migliore possibile.