




Sei qui: [EVE Milano](#) / [Posizionamento Motori di Ricerca](#) / Ottimizzare la struttura dei link interni di un sito web

# Ottimizzare la struttura dei link interni di un sito web



23/05/2013 SCRITTO DA GIOVANNI SACHELI

1 COMMENTO

I collegamenti interni sono essenziali per stabilire l'architettura del sito e diffondere link juice. I motori di ricerca leggono i contenuti di ogni pagina web che incontrano al fine di inserirle nei loro indici basati su parole chiave. Gli spider hanno anche bisogno di avere **accesso ad una struttura di collegamenti individuabili** per navigare tutte le pagine del sito web saltando da una all'altra.

Molti webmaster fanno l'errore di nascondere oppure offuscare il menu principale di navigazione usando tecniche non *search engine friendly*, in questo modo i motori di ricerca non possono accedere ai link e si rischia di trovarsi con pagine non indicizzate. Ho visto questo errore anche in siti e-commerce di brand internazionali e non è cosa così insolita!

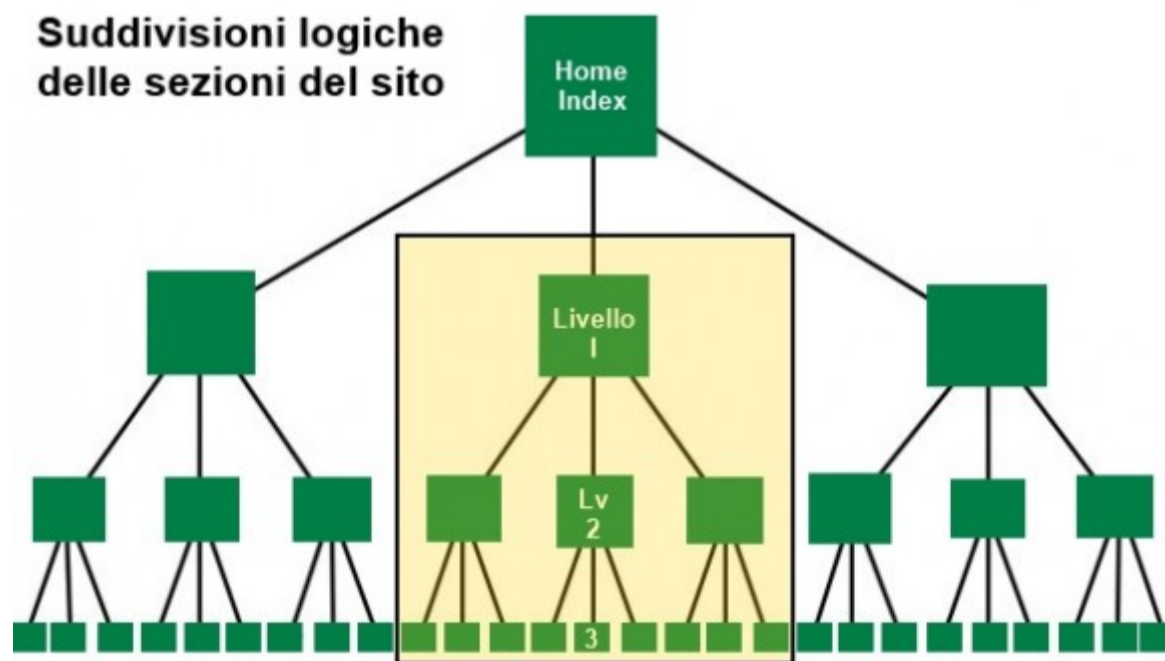
I link interni di un sito web sono un elemento fondamentale per la SEO, avere una struttura efficace aiuta a **posizionarsi nelle pagine dei risultati anche con chiavi di ricerca competitive**. In questo articolo vorrei parlare della struttura ideale dei link interni di un sito web per essere *user friendly* e *search engine friendly*.

## Come ottimizzare la struttura dei link interni

Tutto questo argomento si basa sul concetto di *crawlability* e **ottimizzazione della distribuzione di PageRank** dalla homepage alle pagine di tutto il sito.

La home solitamente è la pagina che distribuisce il maggior [PageRank](#), per questo motivo è importante cercare di ottimizzare il numero di link che collegano la homepage alle sezioni interne del sito, cercando di focalizzare i flussi di PR verso le landing page principali ai fini di posizionarle al meglio nei motori di ricerca.

In passato Google consigliava di non superare i 100 link a pagina, ora questa regola si considera abbastanza *obsoleta* tuttavia ai fini dell'ottimizzazione si cerca sempre di restare entro questo limite, c'è anche chi consiglia 50 link on-page ma per siti complessi diventa abbastanza irrealizzabile.



Ottimizzazione Link Interni

Per snellire menu di navigazione complessi si possono linkare le pagine secondarie in menu personalizzati per ogni landing page, in modo da guidare l'utente e i motori di ricerca in percorsi logici che mantengono ben divisi e **definiti** gli argomenti trattati nel sito.

“ L'analisi delle parole chiave è **FONDAMENTALE** per decidere le voci del menu e le anchor text da usare nel sito ma per questo argomento rimando a questo articolo: [Calcolare il KEI delle parole chiave](#) ”

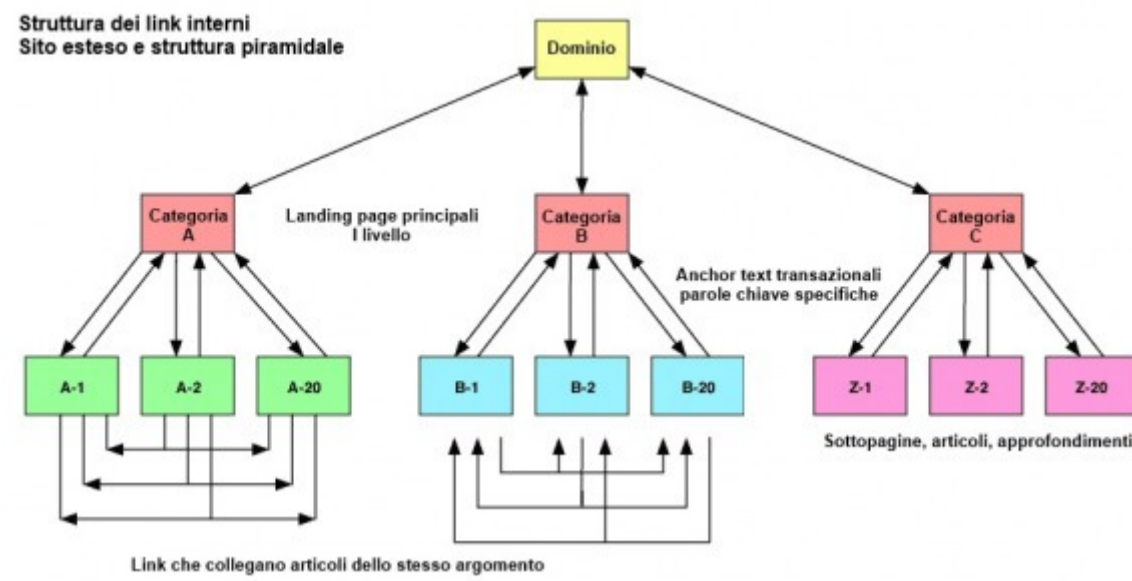
Spesso si pensa che per posizionare bene una pagina in Google sia indispensabile fare [link building](#) aggressivo, in contro-prova io ho più volte **posizionato siti web in prima pagina su Google per chiavi competitive senza creare un singolo backlink**.

La regola **“Più link una pagina web riceve e più importante sarà per i motori di ricerca”** vale anche per i link interni se supportati da contenuti unici. I link interni vengono notevolmente sottovalutati, una pagina web che riceve tanti link interni con anchor text specifiche può *rankare* molto bene e competere nelle SERP.

**Un esempio pratico:** due siti (A e B) hanno una sezione principale intitolata “canne da pesca a mosca” e vogliono posizionarsi bene con questa chiave. Il sito A ha 50 pagine mentre il sito B ha 15.000 pagine poiché ha un blog molto curato e aggiornato, di conseguenza il sito A ottiene 50 link interni con anchor text “canne da pesca a mosca” mentre il sito B ne ottiene 15.000.

A parità di backlinks e qualità dei contenuti, quale pensate si posizionerà meglio su Google?

Con questo non voglio dire che i backlinks non siano importanti, anzi, un link esterno resta ad ogni modo più importante di un link interno, voglio solo sottolineare l'importanza di una struttura di link interni ben studiata e *consistente*.



Ottimizzazione Struttura Link Interni

## Pagine non indicizzate, possibili cause

Quando i link interni non sono ottimizzati possono verificarsi situazioni con pagine del sito che non entrano negli indici dei motori di ricerca. Le cause, se dovute ai link interni, potrebbero essere queste:

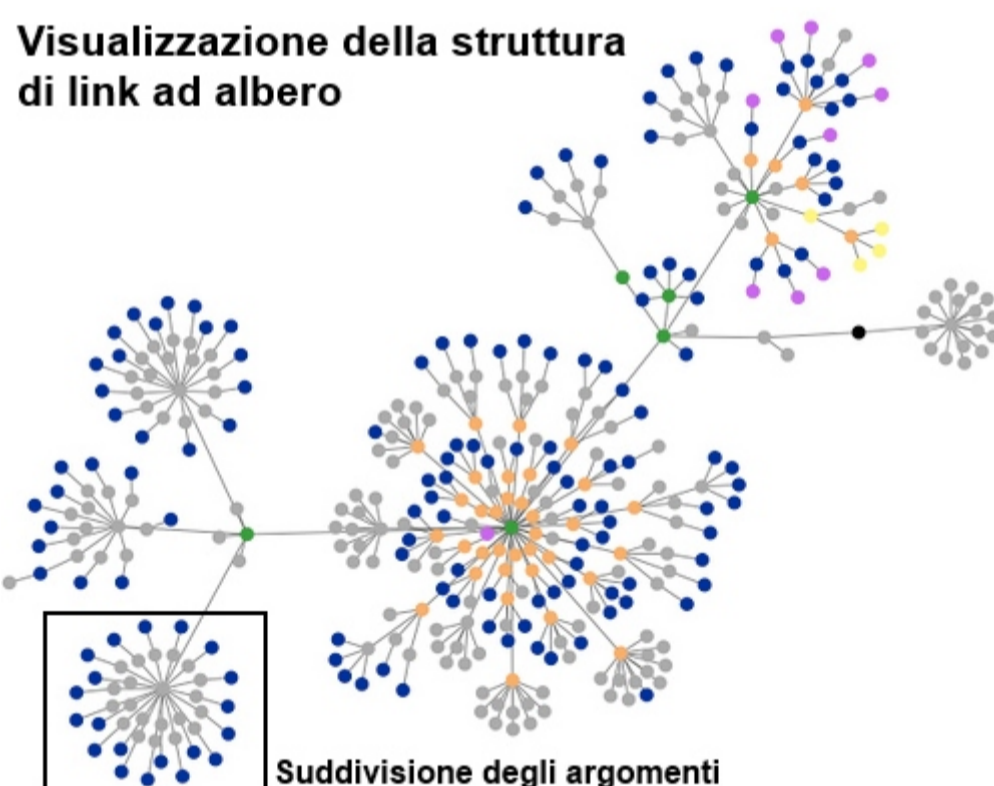
- La pagina è linkata soltanto da un'altra pagina con accesso protetto con password o form
- Il link punta ad una pagina bloccata con il robots.txt
- Il link usa la tag noindex
- Il link è inserito in una pagina con migliaia di altri link
- Il link è inserito in un Frame o I-Frame
- Il link (a volte addirittura il menu di navigazione) è in JavaScript/Flash/Java. Un link in questi formati generalmente non viene letto dagli spider oppure viene trattato con importanza inferiore, a seconda di come viene implementato

## Strumenti per l'analisi dei link interni

Per analizzare i link interni ci sono diversi tools gratuiti e premium, online ed offline. Questi sono i miei preferiti:

- [Xenu](#) – *Gratuito*
- [Screaming Frog](#) – *Versione Free Limitata | Full £99*
- [Website Auditor](#) – *Versione Free Limitata | Full €99*
- [80legs](#) – *Versione Free Limitata | Full \$700 / mese*
- [Visual SEO Studio](#) – *Progetto italiano, al momento è free*

Immaginiamo la struttura di un sito web come se fosse un albero, la forma che ad esempio potrebbe avere è la seguente, ovvero sezioni chiare e ben suddivise con link interni che guidano la navigazione e collegano gli argomenti



Visualizzazione Struttura Link Interni

## La struttura delle URL per i link interni

La struttura logica delle sezioni andrebbe riproposta anche nella struttura delle URL, utilizzando folder e sub-folder. Vediamo un esempio:

- “
- Homepage: [www.esempio.it/](http://www.esempio.it/)
  - Pagina di I livello: [www.esempio.it/categoria/](http://www.esempio.it/categoria/)
  - Pagina di II livello: [www.esempio.it/categoria/sotto-categoria/](http://www.esempio.it/categoria/sotto-categoria/)
  - Pagina di III livello: [www.esempio.it/categoria/sotto-categoria/prodotto/](http://www.esempio.it/categoria/sotto-categoria/prodotto/)

Utilizzando una struttura di questo tipo si aiutano sia gli utenti che i motori di ricerca a catalogare e navigare meglio le sezioni del sito.

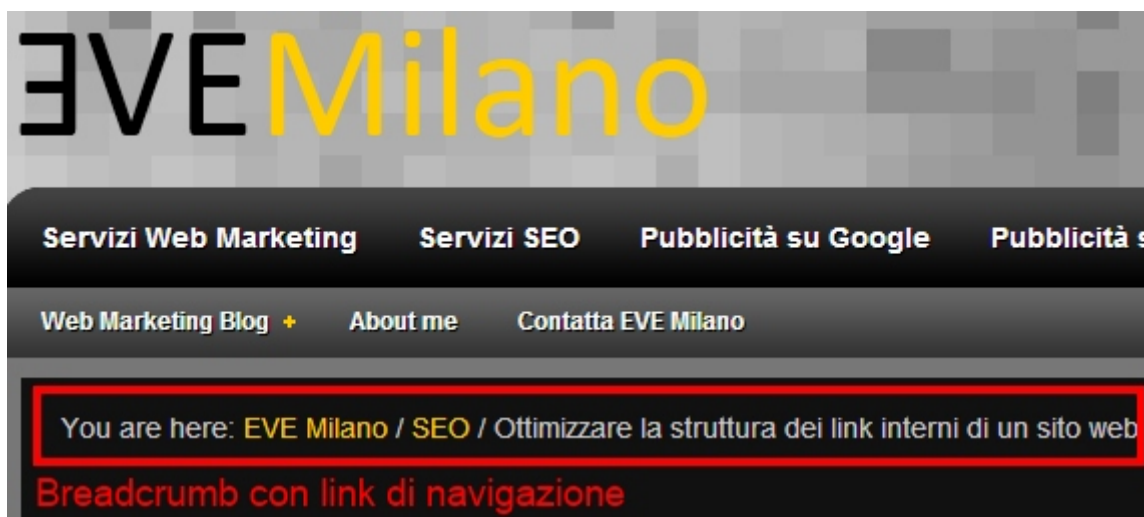
**Per lo stesso motivo appena menzionato si consiglia sempre di...**

## Implementare le breadcrumbs nelle pagine del sito web

Le Breadcrumb (letteralmente “briciole di pane” o anche “filo di Arianna” o “Percorso di Pollicino”) sono una tecnica di navigazione usata nei siti web con lo scopo di fornire agli utenti un modo di tener traccia della loro posizione. Il termine è tratto dalla popolare fiaba in cui Pollicino lasciava una scia di briciole di pane lungo il suo cammino per poterlo ripercorrere all'indietro.

Nelle pagine web le Breadcrumb, solitamente, appaiono orizzontalmente nella parte superiore della pagina, al di sotto delle barre dei titoli o degli header. Rappresentano un “sentiero” composto di link utili agli utenti per tornare indietro alla pagina iniziale del sito web o a pagine visitate in precedenza per arrivare all'attuale. Ad esempio:

*Home Page → Section Page → Subsection Page → Actual page (opzionale e solo testo)*



Breadcrumb con Link Interni

Le breadcrumb oltre ad aiutare la navigazione **generano link interni che aumentano il peso delle pagine di livello superiore.**

Questi accorgimenti aiutano la SEO in due modi:

1. i link interni tendono a spingere molto le landing di I livello e il loro ranking tenderà a migliorare se il sito ha contenuti unici e aggiornati
2. la suddivisione netta degli argomenti (sempre... *se supportata da contenuti di alta qualità*) aumenta la rilevanza, la specificità e l'autorità del sito agli occhi dei motori di ricerca rispetto ad un sito con struttura piatta o troppo profonda.

L'articolo è finito e se hai letto fino a qui vuol dire che ti è proprio interessato, ti va di condividerlo? Premi un bottoncino social e te ne sarò molto grato :)

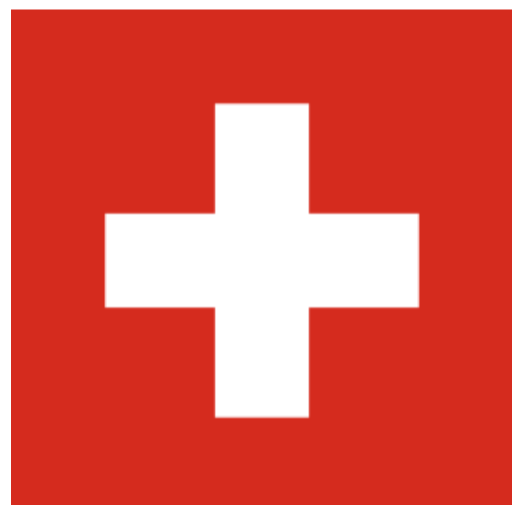
Articoli correlati che potrebbero interessarti:

- [I link interni possono penalizzare il mio sito? \(23.7\)](#)
- [La struttura del sito ideale per la SEO \(21.8\)](#)
- [SEO per eCommerce multi lingua, ottimizzazioni ed errori da evitare \(21.1\)](#)
- [Link pruning: analizzare e correggere i link in ingresso \(backlinks\) \(20.1\)](#)
- [Plugin WordPress per SEO e Link Interni \(18.9\)](#)
- [SEO Checklist: i fattori SEO da Ottimizzare \(17.3\)](#)
- [200 Fattori di Ranking SEO di Google, la lista 2013 \(14.6\)](#)
- [Google Panda e Penguin, capirli per combatterli \(14.2\)](#)

FILED UNDER: POSIZIONAMENTO MOTORI DI RICERCA

TAGGED WITH: ANALISI SEO , GOOGLE MARKETING , GOOGLE PENGUIN , JAVASCRIPT , LINK INTERNI , PAGERANK , PENALIZZAZIONI GOOGLE , SCREAMING FROG , SILO

## AGENZIA PARTNER IN SVIZZERA



**Searcus Swiss Sagl** agenzia di [Consulenza SEO a Lugano](#) dal 2009.

EVE Milano collabora con Searcus per progetti **SEO multi lingua.**

Cerchi una agenzia SEO in Ticino? Ti consiglio Searcus.ch e avremo modo di lavorare assieme. Abbiamo una profonda esperienza della SEO e Google AdWords e conosciamo il mercato Svizzero ed Europeo.

About Giovanni Sacheli

[Giovanni Sacheli](#) è **consulente SEO** e SEM per Searcus Swiss Sagl ed EVE Milano. Professionista Certificato Google AdWords e grande appassionato di **analisi SEO** tecniche ed ottimizzazioni di siti eCommerce multilingua. Dal 2009 condivide su questo blog le sue esperienze e le nozioni tecniche più interessanti per posizionare siti web su Google.

## Commenta con Google+

Questo articolo è stato pubblicato prima della migrazione su HTTPS avvenuta il 1/1/2016. Questi commenti riguardano l'URL vecchio, senza HTTPS. Non è possibile aggiungere altri commenti con Google+, usa i commenti nativi di WordPress.