

# Glossario SEO

DiagnoSEO - definizioni chiare e verificate dei termini SEO.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

---

## 0-9

**10 Blue Links** - Il tradizionale, semplice elenco di dieci risultati organici, prima della comparsa delle funzionalità SERP avanzate.

**10x Content** - Contenuto creato per essere notevolmente migliore di tutto ciò che attualmente si posiziona per un argomento.

**200 OK** - Un codice di stato HTTP che indica che la richiesta è andata a buon fine.

**2xx Status Codes** - La famiglia di codici di stato HTTP che indica una richiesta riuscita.

**301 Redirect** - Un reindirizzamento permanente che trasferisce la maggior parte dei segnali di posizionamento a un nuovo URL.

**302 Redirect** - Un reindirizzamento temporaneo che segnala che lo spostamento a un nuovo URL non è permanente.

**304 Not Modified** - Uno stato che comunica al browser che la sua copia memorizzata di una risorsa è ancora attuale.

**307 Redirect** - Un reindirizzamento temporaneo che conserva il metodo della richiesta originale.

**403 Forbidden** - Uno stato che significa che il server ha compreso la richiesta ma rifiuta di consentirla.

**404 Error** - Uno stato restituito quando la pagina richiesta non può essere trovata sul server.

**404 Not Found** - Un codice di stato HTTP che significa che la risorsa richiesta non esiste.

**410 Gone** - Uno stato che significa che una risorsa è stata rimossa intenzionalmente e in modo permanente.

**4xx Status Codes** - La famiglia di codici di stato HTTP che indica errori lato client.

**500 Internal Server Error** - Uno stato generico che significa che il server ha riscontrato un errore inatteso.

**502 Bad Gateway** - Uno stato che significa che il server ha ricevuto una risposta non valida da un altro server.

**503 Service Unavailable** - Uno stato che significa che il server non può temporaneamente elaborare la richiesta.

**5xx Status Codes** - La famiglia di codici di stato HTTP che indica errori lato server.

## A

**A/B Testing** - Confrontare due versioni di una pagina o di un elemento per vedere quale funziona meglio. Conosciuto anche come Split Testing.

**Above the Fold** - La parte di una pagina web visibile senza scorrere.

**Absolute URL** - Un indirizzo web completo, che include il protocollo e il dominio, ad esempio <https://example.com/page>.

**Accept-Language Header** - Un'intestazione HTTP che segnala le lingue preferite dell'utente e aiuta a fornire contenuti localizzati.

**Access Log** - Un file del server che registra ogni richiesta e viene usato per analizzare il comportamento reale di bot e utenti.

**Accessibility** - Progettare i siti web in modo che possano essere usati da persone con disabilità e dalle tecnologie assistive.

**Ad Impressions** - Il numero di volte in cui un annuncio viene mostrato agli utenti.

**Ad Keyword** - Una parola chiave su cui un inserzionista fa un'offerta per attivare il proprio annuncio a pagamento.

**Ad Rank** - Un valore in Google Ads che determina la posizione di un annuncio in base a offerta, qualità e contesto.

**ADA Website Compliance** - La conformità ai requisiti di accessibilità della legge statunitense ADA per i siti web.

**Adobe Analytics** - La piattaforma di analisi web di livello enterprise di Adobe.

**Advanced Search Operators** - Comandi speciali come site: o intitle:, che affinano e filtrano le query di ricerca.

**AEO (Answer Engine Optimization)** - Ottimizzare i contenuti affinché i motori di risposta e gli assistenti IA li presentino come risposta diretta.

**Affiliate** - Un partner che guadagna una commissione sulle vendite o sui lead indirizzati tramite link tracciati.

**Ahrefs** - Una suite di strumenti SEO commerciale, spesso usata per l'analisi dei link, la ricerca di parole chiave e il monitoraggio del posizionamento.

**AI Citation Eligibility** - Se un contenuto è abbastanza strutturato e affidabile da essere citato come fonte da un sistema di risposte IA.

**AI Overview** - Un riepilogo generato dall'IA di Google sopra alcuni risultati, evoluto dalla Search Generative Experience.

**AI Snapshot** - Un riepilogo generato dall'IA che appare sopra i risultati nelle esperienze di ricerca generativa.

**AIO (AI Optimization)** - Ottimizzare contenuti ed entità affinché i sistemi IA comprendano, mostrino e citino un marchio.

**Algorithmic Penalty** - Una perdita di posizionamento applicata automaticamente da un algoritmo di ricerca, non da un revisore umano.

**Algorithmic Suppression** - La soppressione algoritmica che mantiene una pagina o un sito in basso nel posizionamento senza un'azione manuale.

**Alt Text** - Testo descrittivo di un'immagine, che supporta l'accessibilità e aiuta i motori di ricerca a comprendere l'immagine. Conosciuto anche come Alt Attribute.

**Alternate Page With Proper Canonical** - Uno stato in Search Console per una pagina duplicata che punta correttamente alla sua versione canonica preferita.

**Ambiguous Intent** - Una query il cui scopo non è chiaro e che potrebbe ragionevolmente corrispondere a più intenti diversi.

**AMP (Accelerated Mobile Pages)** - Un framework open source per creare versioni semplificate e a caricamento rapido di pagine web per dispositivi mobili.

**Anchor Text** - Il testo visibile e cliccabile di un collegamento ipertestuale, che fornisce ai motori di ricerca un contesto sulla pagina collegata.

**Anchor Text Ratio** - La distribuzione dei tipi di anchor text nell'intero profilo di link di un sito.

**Answer Box** - Una funzionalità SERP che fornisce una risposta diretta a una query, spesso tratta da uno snippet in primo piano.

**Answer Sourcing** - Il modo in cui un'IA o un motore di risposta seleziona e cita le fonti alla base di una risposta generata.

**API (Application Programming Interface)** - Un insieme definito di regole che consente al software di scambiare dati e funzionalità.

**Article Spinning** - Riscrivere un articolo esistente con sinonimi per produrre in massa copie apparentemente uniche - una tattica black hat.

**Article Syndication** - Ripubblicare un articolo su altri siti per raggiungere un pubblico più ampio.

**ASO (App Store Optimization)** - Ottimizzare la scheda di un'app per dispositivi mobili in uno store affinché si posizioni più in alto e converta meglio.

**Assisted Conversions** - Conversioni in cui un canale ha svolto un ruolo di supporto nelle fasi precedenti del percorso, non all'ultimo clic.

**Async** - Un attributo di script che carica un file senza bloccare l'analisi dell'HTML.

**Attribution Modeling** - Regole che distribuiscono il merito di una conversione tra i punti di contatto del percorso dell'utente.

**Author Authority** - La competenza e l'affidabilità percepite dell'autore di un contenuto, legate all'E-E-A-T.

**Author Entity** - Un autore presentato come un'entità riconosciuta che i motori di ricerca associano a temi e opere.

**Authority** - La fiducia complessiva e il potere di posizionamento che una pagina o un sito ha acquisito agli occhi dei motori di ricerca. Conosciuto anche come Website Authority.

**Authority Dilution** - L'indebolimento del valore dei link quando viene disperso su troppi link o pagine.

**Authority Score** - La metrica proprietaria di Semrush che valuta la qualità e l'autorità complessiva di un dominio.

**Authority Site** - Un sito altamente affidabile e affermato che si posiziona bene e a cui altri spesso si collegano.

**Auto-Generated Content** - Contenuto prodotto automaticamente da software, che viola le linee guida quando è spam o inutile.

**Average Position** - La posizione media di posizionamento di una pagina o di una parola chiave nei risultati di ricerca.

## B

**B2B** - Business-to-business - marketing o vendita di prodotti e servizi ad altre aziende.

**B2C** - Business-to-consumer - marketing o vendita di prodotti e servizi direttamente ai privati.

**Backlink** - Un link da un altro sito che punta alla tua pagina e che i motori di ricerca trattano come un voto di fiducia. Conosciuto anche come Inbound Link, Incoming Link.

**Backlink Profile** - La raccolta complessiva, la varietà e la qualità dei link che puntano a un sito.

**Baidu** - Il principale motore di ricerca web in Cina.

**Bait and Switch** - Posizionare una pagina con un contenuto e poi sostituirlo con un altro - una tattica ingannevole.

**Banner Blindness** - La tendenza degli utenti a ignorare gli elementi di una pagina che sembrano banner o annunci.

**BERT** - Il modello linguistico di Google del 2019 che interpreta meglio il contesto delle parole in una query.

**BigCommerce** - Una piattaforma di e-commerce ospitata per creare e gestire negozi online.

**Bing** - Il motore di ricerca web di Microsoft.

**Bing Webmaster Tools** - La piattaforma gratuita di Microsoft per monitorare e migliorare il modo in cui un sito appare su Bing.

**Black Hat SEO** - Tattiche che violano intenzionalmente le linee guida dei motori di ricerca per manipolare il posizionamento.

**Blocked by Noindex** - Uno stato in Search Console che significa che una pagina è esclusa dall'indice a causa di una direttiva noindex.

**Blog Commenting** - Lasciare commenti sui blog, a volte per i link, che di solito sono nofollow e di scarso valore.

**Body Content** - Il contenuto principale di una pagina, distinto dalla navigazione, dall'intestazione e dal piè di pagina.

**Bounce Rate** - La percentuale di sessioni che terminano dopo una sola pagina senza ulteriore interazione.

**Brand Authority** - La fiducia e la riconoscibilità di un marchio, che possono influenzare il posizionamento e il comportamento di clic.

**Brand Mention** - Qualsiasi menzione di un marchio online, con o senza link.

**Brand Mention Link Building** - Trasformare le menzioni non collegate di un marchio in backlink contattando l'editore.

**Branded Anchor Text** - Anchor text che usa il nome di un marchio come testo del link.

**Branded Content** - Contenuto che mette in evidenza un marchio specifico o è costruito attorno ad esso.

**Branded Keyword** - Una query di ricerca che contiene il nome di un marchio o di un prodotto.

**Branded SEO** - Ottimizzare per le query di ricerca che contengono il nome del tuo marchio.

**Breadcrumb Navigation** - Un percorso di navigazione secondario che mostra la posizione di una pagina nella gerarchia del sito.

**Broad Match Keyword** - Un tipo di corrispondenza in Google Ads che attiva annunci per ricerche correlate, non solo per il termine esatto.

**Broken Link Building** - Trovare link interrotti su altri siti e proporre la propria pagina pertinente come sostituto.

**Brotli** - Un moderno algoritmo di compressione che riduce i file di testo per una consegna più rapida delle pagine.

**Browser** - Software che richiede, esegue il rendering e mostra le pagine web, come Chrome o Safari.

**Bundling** - Combinare più file JavaScript o CSS in un numero minore di file per ridurre il numero di richieste.

**Byline Trust** - Segnali di fiducia che derivano da una firma dell'autore chiaramente indicata e credibile.

## C

**Cache** - Copie di file memorizzate temporaneamente che consentono un caricamento più rapido delle pagine nelle visite ripetute.

**Cache-Control** - Un'intestazione HTTP che indica a browser e CDN per quanto tempo conservare le risorse memorizzate.

**Caching** - Memorizzare copie delle risorse affinché possano essere fornite più rapidamente e ridurre il carico del server.

**Call to Action (CTA)** - Un invito che indirizza gli utenti verso un'azione specifica, come «Acquista ora» o «Iscriviti».

**Canonical URL** - La versione preferita di una pagina che i motori di ricerca dovrebbero indicizzare quando esistono pagine duplicate o simili. Conosciuto anche come Canonical Tag, rel="canonical".

**Canonicalization** - Il processo di scelta e contrassegno dell'URL preferito tra pagine duplicate o quasi duplicate.

**Carousel** - Una funzionalità SERP con scorrimento orizzontale che mostra più risultati, immagini o schede.

**ccTLD (Country Code Top-Level Domain)** - Un dominio di primo livello di due lettere legato a un paese, come .it o .de, che spesso funge da segnale di targeting geografico.

**CDN (Content Delivery Network)** - Una rete distribuita di server che fornisce contenuti da una posizione vicina a ciascun utente.

**Channel** - Raggruppare il traffico per fonte, come organico, a pagamento, di riferimento o diretto.

**Churn and Burn SEO** - Tattiche black hat aggressive volte a posizionare rapidamente un sito prima che venga inevitabilmente penalizzato.

**Citation** - Una menzione di un'attività o di una fonte online, in particolare del suo nome, indirizzo e numero di telefono.

**Citation Building** - Creare attivamente schede aziendali coerenti in directory e piattaforme.

**Citation Flow** - Una metrica di Majestic che prevede l'influenza di un URL in base al numero di link che puntano ad esso.

**Citation Grounding** - Ancorare una risposta generata dall'IA a fonti verificabili per ridurre le allucinazioni.

**Click Potential** - Una metrica di Semrush che stima quanto è probabile che la SERP di una parola chiave generi clic organici.

**Click Share** - La quota di tutti i clic disponibili per un insieme di parole chiave che un dominio cattura.

**Clickbait** - Titoli sensazionalistici creati per attirare clic, che spesso promettono più di quanto il contenuto offra.

**Clickstream Data** - Dati anonimizzati sui percorsi reali di navigazione e clic degli utenti, usati per stimare le metriche di ricerca.

**Client-Side Rendering (CSR)** - Eseguire il rendering del contenuto di una pagina nel browser usando JavaScript anziché sul server.

**Cloaking** - Mostrare contenuti diversi ai motori di ricerca rispetto agli utenti - una violazione black hat delle linee guida. Conosciuto anche come Page Cloaking.

**CMS (Content Management System)** - Software per creare, gestire e pubblicare i contenuti di un sito senza codifica manuale, come WordPress.

**Cold Outreach** - Contattare persone senza una relazione precedente, ad esempio per proporre un link o una collaborazione.

**Cold Start** - La difficoltà che un sito o una pagina completamente nuovi incontrano nel posizionarsi, prima di aver accumulato segnali o cronologia.

**Commercial Investigation Query** - Una ricerca in cui l'utente esamina e confronta prodotti prima di un possibile acquisto.

**Common Keywords** - Parole chiave per cui due o più domini concorrenti si posizionano insieme.

**Competitive Density** - Una metrica di Semrush da 0 a 1 che mostra quanto intensamente gli inserzionisti competono per una parola chiave.

**Competitor Analysis** - Esaminare le strategie, le parole chiave e i link dei concorrenti per guidare le proprie decisioni SEO.

**Competitor Backlink Analysis** - Studiare i backlink dei concorrenti per trovare opportunità di link che puoi sfruttare anche tu.

**Competitors in Google Ads** - Domini che fanno offerte sulle tue stesse parole chiave a pagamento.

**Competitors in Organic Search** - Domini che competono con te per le stesse parole chiave organiche.

**Computer-Generated Content** - Contenuto prodotto da software o IA anziché scritto da una persona.

**Content** - Il testo, le immagini, i video e altro materiale di una pagina che forniscono valore agli utenti.

**Content Curation** - Selezionare, organizzare e condividere i migliori contenuti esistenti su un argomento.

**Content Decay** - La graduale perdita di traffico e posizionamento man mano che un contenuto invecchia o diventa meno competitivo.

**Content Federation** - Distribuire lo stesso contenuto su più piattaforme o siti partner.

**Content Fingerprints** - Firme uniche che i motori di ricerca calcolano dai contenuti per rilevare duplicati e quasi duplicati.

**Content Gap** - Un argomento o una query che il tuo sito non copre ancora, ma che i concorrenti o gli utenti desiderano.

**Content Gap Analysis** - Confrontare i tuoi contenuti con quelli dei concorrenti per trovare argomenti mancanti e opportunità di parole chiave.

**Content Hub** - Una pagina centrale che si collega a un gruppo di contenuti correlati su un argomento.

**Content Marketing** - Creare e distribuire contenuti di valore per attrarre, coinvolgere e fidelizzare un pubblico.

**Content Negotiation** - Un meccanismo lato server che fornisce versioni diverse di una risorsa in base alle intestazioni della richiesta, come la lingua.

**Content Pruning** - Rimuovere o unire pagine di scarso valore per elevare la qualità complessiva del sito. Conosciuto anche come Pruning.

**Content Relevance** - Quanto il contenuto di una pagina corrisponde a una query e all'intento sottostante dell'utente.

**Content Silo** - Raggruppare contenuti correlati in sezioni strettamente tematiche.

**Content Spinning** - Riformulare automaticamente i contenuti per creare innumerevoli versioni quasi duplicate, cosa che i motori di ricerca sconsigliano.

**Content Syndication** - Distribuire contenuti su siti di terze parti, idealmente con un link canonico all'originale.

**Content Velocity** - Il ritmo con cui vengono pubblicati nuovi contenuti in un determinato periodo.

**Content-Based Classifier** - Un sistema di apprendimento automatico che classifica le pagine analizzandone il contenuto.

**Contextual Link** - Un link inserito nel corpo del testo di una pagina e circondato da testo tematicamente correlato.

**Conversion** - Un'azione desiderata completata, come un acquisto, un'iscrizione o l'invio di un modulo.

**Conversion (Goal)** - Un'azione specifica impostata per essere tracciata come conversione in uno strumento di analisi.

**Conversion Rate** - La percentuale di visitatori che compie un'azione desiderata.

**Copied Content** - Contenuto duplicato da un'altra fonte senza un significativo valore originale.

**Core Web Vitals (CWV)** - L'insieme di metriche dell'esperienza utente di Google (LCP, INP e CLS) che misura caricamento, interattività e stabilità visiva.

**Cornerstone Content** - Le tue pagine più importanti e complete, per le quali desideri maggiormente posizionarti sugli argomenti principali.

**Cost %** - Una metrica che esprime il costo di un annuncio o la percentuale di traffico a pagamento per una parola chiave.

**CPA (Cost Per Acquisition)** - Il costo medio per acquisire una conversione o un cliente tramite la pubblicità.

**CPC (Cost Per Click)** - L'importo che un inserzionista paga ogni volta che un utente fa clic sul suo annuncio.

**CPM (Cost Per Thousand Impressions)** - Il costo per mille impressioni di un annuncio, dove M sta per il latino mille.

**Crawl Anomaly** - Un'etichetta in Search Console per un errore di scansione non specificato, spesso una risposta inattesa 4xx o 5xx.

**Crawl Budget** - Il numero di pagine che un motore di ricerca scansiona su un sito in un determinato periodo.

**Crawl Delay** - Una direttiva che chiede ai bot di attendere tra le richieste; alcuni motori come Bing la rispettano, Google la ignora.

**Crawl Demand** - Quanto un motore di ricerca desidera scansionare un sito, a seconda della sua popolarità e freschezza.

**Crawl Depth** - A quanti clic dalla home page si trova una pagina, cosa che influisce sulla facilità con cui viene scansionata.

**Crawl Efficiency** - Quanto bene il budget di scansione di un sito viene speso su URL preziosi e indicizzabili anziché sprecato.

**Crawl Error** - Un problema che impedisce a un motore di ricerca di accedere correttamente a un URL.

**Crawl Rate Limit** - La velocità massima di scansione che un motore di ricerca usa per non sovraccaricare un server.

**Crawl Trap** - Una struttura del sito, come parametri URL infiniti, che intrappola i bot in pagine di scarso valore e spreca il budget di scansione. Conosciuto anche come Spider Trap.

**Crawlability** - Quanto facilmente i bot dei motori di ricerca possono accedere alle pagine di un sito e scansionarle.

**Crawled but Not Indexed** - Uno stato in Search Console in cui una pagina è scansionata ma intenzionalmente esclusa dall'indice.

**Crawler** - Un programma automatizzato che esplora il web per scoprire, recuperare e trasmettere pagine per l'indicizzazione. Conosciuto anche come Bot, Spider, Web crawler.

**Crawler Directives** - Istruzioni in robots.txt, meta robots o intestazioni HTTP che indicano ai bot come scansionare o indicizzare.

**Crawling** - Il processo con cui i bot dei motori di ricerca scoprono e recuperano le pagine web.

**Critical Rendering Path** - La sequenza di passaggi che il browser compie per trasformare HTML, CSS e JavaScript in pixel renderizzati.

**CRM** - Software di gestione delle relazioni con i clienti, usato per tracciare lead, clienti e interazioni di vendita.

**CRO (Conversion Rate Optimization)** - Il miglioramento sistematico di un sito per aumentare la quota di visitatori che convertono.

**Cross-Linking** - Collegare reciprocamente pagine correlate per diffondere la pertinenza e aiutare la navigazione.

**CSS (Cascading Style Sheets)** - Il linguaggio che controlla la presentazione visiva e il layout delle pagine web.

**CTR (Click-Through Rate)** - La quota di impressioni che porta a un clic.

**CTR Manipulation** - Gonfiare artificialmente la frequenza di clic nel tentativo di influenzare il posizionamento - una tattica manipolativa.

**Cumulative Layout Shift (CLS)** - Una metrica Core Web Vital che misura quanto inaspettatamente gli elementi di una pagina si spostano durante il caricamento.

**Curated Content** - Contenuto di terze parti raccolto e presentato insieme a un contesto o commento aggiuntivo.

**Customer Journey** - L'intero percorso che un cliente compie dalla prima consapevolezza, attraverso l'acquisto e oltre.

## D

**<!DOCTYPE html>** - La dichiarazione all'inizio di un documento HTML che indica al browser di usare la modalità standard.

**Data** - Fatti e numeri grezzi raccolti per l'analisi.

**Data Sampling** - Analizzare un campione rappresentativo di dati anziché l'intero insieme, cosa che può ridurre l'accuratezza dei report.

**Dead-End Page** - Una pagina senza link in uscita, che non consente a utenti e bot di proseguire altrove.

**Declined Keywords** - Parole chiave le cui posizioni di posizionamento sono diminuite per un sito in un certo periodo.

**Deep Link** - Un link che porta a una pagina interna specifica anziché alla home page di un sito.

**Deindexing** - La rimozione di pagine dall'indice di un motore di ricerca.

**Demographics** - Caratteristiche statistiche di un pubblico, come età, sesso e posizione.

**Destination Site** - Il sito a cui un link o una campagna indirizza gli utenti.

**Digital PR** - Guadagnare menzioni e link del marchio da media e pubblicazioni tramite storie di valore giornalistico.

**Direct Traffic** - Visite da utenti che arrivano a un sito senza una fonte di riferimento, ad esempio digitando l'URL.

**Directory Links** - Backlink da directory aziendali online o directory web.

**Disallow** - Una direttiva robots.txt che indica ai bot di non accedere ai percorsi specificati.

**Disavow** - Chiedere a Google di ignorare backlink specifici nella valutazione del tuo sito.

**Disavow File** - Un file di testo che elenca i domini o gli URL che vuoi che Google ignori.

**Disavow Tool** - Lo strumento in Google Search Console per inviare un elenco di backlink che Google dovrebbe ignorare.

**Discovered but Not Indexed** - Uno stato in Search Console in cui Google ha trovato un URL ma non lo ha ancora scansionato e indicizzato.

**Display Ads** - Annunci visivi, simili a banner, che appaiono sui siti tramite reti pubblicitarie.

**Distance** - Nella SEO locale, quanto lontano si trova un'attività da chi cerca, un fattore di posizionamento locale chiave. Conosciuto anche come Proximity.

**DNS (Domain Name System)** - Il sistema che traduce i nomi di dominio leggibili negli indirizzi IP usati dai server.

**Dofollow Link** - Un link normale che trasmette segnali di posizionamento - lo stato predefinito quando nessun attributo rel lo limita.

**DOM (Document Object Model)** - La rappresentazione strutturata in memoria di una pagina creata dal browser, che gli script possono leggere e modificare.

**DOM Size** - Il numero di nodi nel DOM di una pagina, che in quantità eccessiva può rallentare il rendering.

**Domain** - L'indirizzo leggibile di un sito web, come example.com.

**Domain Age** - Da quanto tempo un dominio è registrato, a volte menzionato come segnale di fiducia secondario.

**Domain Authority (DA)** - La metrica proprietaria di Moz da 0 a 100 che prevede quanto bene un dominio potrebbe posizionarsi.

**Domain Name** - Il nome registrato che identifica un sito web, come example.com.

**Domain Name Registrar** - Un'azienda accreditata a registrare e gestire i nomi di dominio.

**Domain Rating (DR)** - La metrica di Ahrefs da 0 a 100 che misura la forza del profilo di backlink di un dominio.

**Domain Structure** - Il modo in cui il dominio, i sottodomini e le directory di un sito sono organizzati.

**Doorway Page** - Una pagina di scarso valore creata solo per posizionarsi nelle ricerche e indirizzare gli utenti altrove, contro le linee guida. Conosciuto anche come Gateway Page, Bridge Page.

**DuckDuckGo** - Un motore di ricerca web incentrato sulla privacy.

**Duplicate Content** - Contenuto identico o molto simile che appare su più di un URL.

**Dwell Time** - Quanto a lungo un utente rimane su una pagina dopo aver fatto clic su un risultato di ricerca, prima di tornare alla SERP.

**Dynamic URL** - Un URL il cui contenuto dipende dai parametri della query e che spesso contiene caratteri come ? e &.

## E

**E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness)** - Il framework di qualità di Google dalle linee guida per i valutatori, che ha aggiunto l'Esperienza al precedente E-A-T.

**Ecommerce** - L'acquisto e la vendita di beni o servizi online.

**Ecommerce SEO** - Ottimizzare i negozi online e le loro pagine di categoria e di prodotto per la ricerca organica.

**Edge Caching** - Memorizzare nella cache i contenuti su server al margine della rete, vicino agli utenti, per una consegna più rapida.

**Edge SEO** - Implementare modifiche SEO a livello di CDN o margine della rete, senza alterare il codice del sito.

**Edge SEO Testing** - Eseguire esperimenti SEO tramite il livello di margine della rete o CDN.

**Editorial Link** - Un backlink guadagnato naturalmente per i propri meriti, senza chiederlo o pagarlo.

**Ego Bait** - Contenuto che lusinga persone influenti per guadagnarne i link o le condivisioni.

**Email Outreach** - Contattare persone tramite email personali per proporre contenuti, un link o una collaborazione.

**Engagement** - La misura in cui gli utenti interagiscono con i tuoi contenuti.

**Engagement Metrics** - Misure dell'interazione degli utenti, come il tempo sulla pagina, la profondità di scorrimento o i clic.

**Engagement Rate** - In GA4, la percentuale di sessioni che sono state sessioni con engagement.

**Enterprise SEO** - SEO svolta su larga scala per siti con migliaia di pagine e organizzazioni complesse.

**Entities** - Cose chiaramente definite e distinte - persone, luoghi, marchi, concetti - che i motori di ricerca riconoscono e collegano.

**Entity Grounding** - Ancorare un contenuto o una risposta IA a un'entità nota affinché il significato sia inequivocabile.

**Entity-Based SEO** - Ottimizzare attorno a entità chiaramente definite e alle relazioni tra esse, non solo alle parole chiave.

**Entry Page** - La prima pagina su cui un visitatore arriva durante una sessione.

**Estimated Accuracy** - Un indicatore di Semrush su quanto è affidabile una particolare stima di traffico o parole chiave.

**Estimated Traffic** - La stima approssimativa di uno strumento SEO su quanto traffico organico riceve un sito o una pagina.

**ETag** - Un'intestazione HTTP che identifica una versione specifica di una risorsa affinché possa essere memorizzata in cache in modo efficiente.

**Event Rich Results** - Risultati di ricerca avanzati che mostrano i dettagli di un evento, come data e luogo, da dati strutturati.

**Evergreen Content** - Contenuto che rimane pertinente e utile a lungo dopo la pubblicazione.

**Exact Match Anchor Text** - Anchor text che corrisponde esattamente alla parola chiave target della pagina a cui si collega.

**Exact Match Keyword** - Una parola chiave targetizzata nella sua forma esatta; in Google Ads, un tipo di corrispondenza che attiva annunci solo per quel termine o varianti simili.

**Expertise-Authority-Trust (E-A-T)** - Una versione precedente del framework di qualità dei contenuti di Google, prima dell'aggiunta dell'Esperienza.

**External Link / Outbound Link** - Un link sulla tua pagina che porta a un altro sito.

## F

**Faceted Navigation** - Navigazione basata su filtri su siti grandi o commerciali, che può creare innumerevoli combinazioni di URL scansionabili.

**FAQ Rich Result** - Un risultato avanzato che mostra domande e risposte espandibili da dati FAQ strutturati.

**FAQ Schema** - Dati strutturati che contrassegnano coppie di domande e risposte; Google ora mostra risultati FAQ avanzati solo per i siti autorevoli.

**Favicon** - Una piccola icona che rappresenta un sito nelle schede del browser e accanto ad alcuni risultati di ricerca.

**Featured Image** - L'immagine rappresentativa principale assegnata a un post o a una pagina, usata per le miniature e la condivisione.

**Featured Snippet** - Una risposta in primo piano che appare in cima ad alcuni risultati di ricerca, tratta da una pagina posizionata.

**Fetch and Render** - Verificare come Googlebot recupera ed esegue il rendering visivo di una pagina per scoprire problemi di scansione o rendering.

**Fetch and Render Tool** - Uno strumento obsoleto in Search Console che mostrava come Googlebot recuperava ed eseguiva il rendering di un URL.

**File Compression** - Ridurre la dimensione di un file per risparmiare larghezza di banda e accelerare il caricamento della pagina.

**First Contentful Paint (FCP)** - Una metrica di prestazioni che segna il tempo fino al primo testo o immagine disegnato sullo schermo.

**First Link Priority** - L'idea che Google possa contare solo il primo link verso un determinato URL su una pagina e ignorare i duplicati successivi.

**Focus Keyword** - L'unica parola chiave principale per cui una pagina è ottimizzata a posizionarsi.

**Follow-Up** - Un messaggio di sollecito inviato dopo che l'email iniziale è rimasta senza risposta.

**Footer Link** - Un link inserito nel piè di pagina di un sito, che spesso appare su tutte le pagine.

**Freshness** - Quanto di recente un contenuto è stato pubblicato o aggiornato - un fattore di posizionamento per le query sensibili al tempo.

**FTP (File Transfer Protocol)** - Un protocollo standard per trasferire file tra un client e un server.

## G

**GA4 (Google Analytics 4)** - L'attuale versione di Google Analytics basata sugli eventi, che ha sostituito Universal Analytics nel 2023.

**Gated Content** - Contenuto a cui un visitatore accede solo dopo aver fornito i propri dati di contatto.

**Gateway Timeout (504)** - Uno stato HTTP 504 restituito quando un server gateway non riceve in tempo una risposta da un server upstream.

**GBP Optimization** - Migliorare un profilo Google Business affinché si posizioni meglio e converta di più nei risultati locali.

**GDPR** - Il Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'UE, che disciplina il trattamento dei dati personali.

**GEO (Generative Engine Optimization)** - Ottimizzare i contenuti affinché siano mostrati e citati dai motori di ricerca generativi basati sull'IA.

**GEO (Geolocation Optimization)** - Ottimizzare un sito per i segnali e il targeting basati sulla posizione nelle ricerche locali.

**Geo-Targeting** - Mostrare contenuti o annunci agli utenti in base alla loro posizione geografica.

**Geographic Modifiers** - Parole di posizione aggiunte a una parola chiave, come «idraulico Roma», per targetizzare un intento locale.

**Google** - Il motore di ricerca web più usato al mondo e l'azienda che lo gestisce.

**Google Ads** - La piattaforma pubblicitaria pay-per-click di Google, precedentemente nota come AdWords.

**Google Ads Keyword** - Una parola chiave targetizzata in una campagna Google Ads per attivare annunci a pagamento.

**Google AdSense** - Un programma di Google che consente agli editori di guadagnare mostrando annunci sui propri siti.

**Google Alerts** - Un servizio gratuito di Google che invia notifiche email quando nuovi contenuti corrispondono a una query scelta.

**Google Algorithm** - L'insieme di sistemi di posizionamento che Google usa per ordinare i risultati di ricerca. Conosciuto anche come Search Algorithm, Algorithm.

**Google Algorithm Update** - Una modifica ai sistemi di posizionamento di Google che può cambiare il modo in cui i siti si posizionano. Conosciuto anche come Algorithm Update, Algorithm Updates.

**Google Analytics (GA)** - La piattaforma gratuita di Google per misurare il traffico di un sito e il comportamento degli utenti.

**Google Analytics Goals** - Conversioni impostate in Universal Analytics; GA4 le ha sostituite con conversioni ed eventi chiave.

**Google Autocomplete** - I suggerimenti di ricerca che Google propone mentre un utente digita una query.

**Google Bowling** - Un tentativo black hat di far penalizzare un concorrente indirizzando link di bassa qualità al suo sito.

**Google Business Profile (GBP)** - Una scheda gratuita di Google che gestisce come un'attività appare nella Ricerca e su Maps. Conosciuto anche come Google My Business.

**Google Caffeine** - Un aggiornamento dell'infrastruttura di indicizzazione del 2010 che ha permesso a Google di indicizzare i contenuti più rapidamente e in modo più fresco.

**Google Dance** - Un termine gergale per l'instabilità di posizionamento che un nuovo sito o una nuova pagina attraversa mentre Google ne determina il posto.

**Google Fred** - Un aggiornamento di Google del 2017, generalmente associato al declassamento di contenuti di scarso valore, sottili e sovraccarichi di annunci.

**Google Keyword Planner** - Uno strumento in Google Ads che fornisce idee per parole chiave e stime del volume di ricerca.

**Google Looker Studio** - Uno strumento gratuito di Google per creare report e dashboard interattivi dai tuoi dati, precedentemente Data Studio.

**Google Maps** - Il servizio di mappe di Google, centrale per la scoperta locale e la SEO locale.

**Google Mobile-Friendly Test** - Uno strumento di Google per verificare quanto è facile usare una pagina sui dispositivi mobili.

**Google PageSpeed Insights** - Uno strumento gratuito di Google che riporta le prestazioni di una pagina e i Core Web Vitals con consigli di miglioramento.

**Google Penalty** - Un declassamento o una rimozione che Google applica per violazioni delle linee guida, in particolare tramite azioni manuali.

**Google Pigeon** - Un aggiornamento di Google del 2014 che ha migliorato la pertinenza e l'accuratezza dei risultati di ricerca locali.

**Google Pirate** - Un aggiornamento di Google del 2012 che declassa i siti con numerose denunce valide di rimozione per violazione del copyright (DMCA).

**Google Possum** - Un aggiornamento di Google del 2016 che ha diversificato i risultati locali in base alla posizione di chi cerca e al filtraggio.

**Google Quality Guidelines** - Le regole di Google che definiscono le pratiche accettabili, ora espresse tramite le policy antispam e Search Essentials.

**Google Search Console (GSC)** - La piattaforma gratuita di Google per monitorare l'indicizzazione, le prestazioni di ricerca e i problemi tecnici di un sito. Conosciuto anche come Google Webmaster Tools.

**Google Search Operators** - Comandi speciali come site: o intitle: che affinano e filtrano le ricerche su Google.

**Google Search Text Ads** - Annunci a pagamento basati su testo che appaiono tra i risultati di ricerca di Google.

**Google Tag Manager** - Uno strumento gratuito di Google per implementare e gestire tag di marketing e analisi senza modificare il codice.

**Google Top Heavy Update** - Un aggiornamento di Google del 2012 che declassa le pagine con troppi annunci sopra la piega.

**Google Trends** - Uno strumento gratuito di Google che mostra la popolarità relativa delle ricerche nel tempo.

**Google Webmaster Guidelines** - Il nome precedente delle linee guida di Google per i siti web, ora Google Search Essentials.

**Googlebot** - Il bot web di Google che scopre e recupera le pagine per l'indice di ricerca.

**Gray Hat SEO** - Tattiche a metà tra i metodi white hat e black hat, che comportano più rischio della SEO completamente corretta.

**Guest Blogging** - Scrivere e pubblicare un post su un altro sito, spesso per costruire autorità e guadagnare link.

**Guest Posting** - Pubblicare contenuti sul sito di un'altra persona, di solito come tattica per acquisire backlink.

**Guestographic** - Un'infografica che crei e che un altro sito pubblica, di solito con un link verso di te.

**Gzip** - Un metodo di compressione ampiamente usato che riduce i file per una consegna più rapida.

## H

**H1 Tag** - Un'intestazione HTML di primo livello, di solito usata per il titolo principale di una pagina.

**H2 / H3 Tags** - Tag di sottotitolo che organizzano le sezioni di contenuto sotto l'H1.

**Hallucination Suppression** - Metodi che riducono la tendenza di un modello IA a generare affermazioni false o infondate.

**Head Term** - Una parola chiave breve, ampia e ad alto volume, l'opposto di una parola chiave a coda lunga.

**Header Tags** - Tag di intestazione HTML da H1 a H6 che strutturano i contenuti per importanza. Conosciuto anche come Heading Tags.

**Helpful Content Update** - Un'iniziativa di Google lanciata nel 2022 e poi integrata nel posizionamento principale, che premia i contenuti utili e incentrati sulle persone.

**Hidden Text** - Testo nascosto agli utenti ma visibile ai bot - una tattica black hat manipolativa.

**Hilltop Algorithm** - Un algoritmo dei primi anni 2000 che trova pagine autorevoli tramite link da pagine esperte su un argomento.

**Historical Data** - Dati sulle prestazioni passate, usati per rilevare tendenze e cambiamenti nel tempo.

**Hit** - Ogni singola richiesta a un server per un file, come una pagina, un'immagine o uno script. Conosciuto anche come Website Hit.

**Holistic SEO** - Migliorare tutti gli aspetti di un sito - contenuti, tecnica e UX - anziché tattiche isolate.

**Home Page** - La pagina di ingresso principale di un sito, di solito all'URL radice.

**Homepage Link** - Un backlink che porta alla home page di un sito anziché a una pagina interna.

**Host Status** - Una sezione in Search Console che segnala se Google ha avuto problemi a scansionare il tuo host, come robots.txt, DNS o problemi del server.

**Hostload** - Quanta scansione un server può sopportare prima di rischiare di essere sovraccaricato.

**HowTo Rich Result** - Un risultato avanzato che mostra istruzioni passo dopo passo da dati HowTo strutturati, che Google ha da allora dismesso.

**Hreflang** - Un attributo che indica a Google le varianti di lingua e regione di una pagina.

**Hreflang Attribute** - Il marcatore specifico rel-alternate hreflang che indica la lingua e la regione di una pagina.

**HSTS (HTTP Strict Transport Security)** - Un'intestazione di risposta che obbliga i browser a connettersi a un sito solo tramite HTTPS.

**HTML (HyperText Markup Language)** - Il linguaggio di markup che struttura i contenuti delle pagine web.

**HTML Sitemap** - Una pagina leggibile che elenca le pagine di un sito per aiutare utenti e bot a navigare.

**HTTP (Hypertext Transfer Protocol)** - Il protocollo che browser e server usano per scambiare dati web.

**HTTP/2** - Una revisione importante di HTTP che accelera il caricamento multiplexando molte richieste su una singola connessione.

**HTTP/3** - La versione più recente di HTTP, che funziona su QUIC per una latenza inferiore e connessioni più affidabili.

**HTTPS** - La versione crittografata e sicura di HTTP, che protegge i dati in transito usando TLS.

**Hub** - Una pagina centrale che organizza e si collega a contenuti correlati su un argomento.

**Hub and Spoke Model** - Una struttura di contenuti con una pagina hub centrale che si collega a sottopagine correlate e più specifiche.

**Hummingbird** - La revisione dell'algoritmo di Google del 2013 che ha spostato l'attenzione sul significato e sull'intento di una query. Conosciuto anche come Google Hummingbird.

**Hydration** - Il processo con cui il JavaScript lato client aggiunge interattività all'HTML renderizzato sul server.

## I

**Image Carousel** - Una funzionalità SERP che mostra una fila di immagini con scorrimento orizzontale.

**Image Compression** - Ridurre la dimensione del file delle immagini per accelerare il caricamento della pagina senza comprometterne la qualità.

**Image Filename** - Il nome descrittivo di un file immagine, un segnale secondario per la SEO delle immagini.

**Image Pack** - Una funzionalità SERP che mostra un blocco raggruppato di immagini tra i risultati di ricerca.

**Image SEO** - Ottimizzare le immagini, incluso il nome del file, il testo alternativo e la dimensione, per la ricerca e le prestazioni.

**Image Sitemap** - Una sitemap, o una sua estensione, che elenca le immagini per aiutare i motori di ricerca a scoprirle.

**Image Title** - L'attributo title di un'immagine, mostrato come tooltip, con pertinenza secondaria per la SEO.

**Impression** - Una singola volta in cui la tua scheda o il tuo annuncio appare nei risultati di ricerca.

**Impression Share** - In Google Ads, la quota di impressioni che hai ricevuto rispetto a quelle per cui eri idoneo.

**Improved Keywords** - Parole chiave le cui posizioni di posizionamento sono migliorate per un sito in un certo periodo.

**Incremental Static Regeneration (ISR)** - Una tecnica di Next.js che ricostruisce singole pagine statiche su richiesta dopo il deployment del sito.

**Index** - Il database di pagine che un motore di ricerca ha memorizzato e può restituire nei risultati.

**Index Bloat** - Quando troppe pagine di scarso valore vengono indicizzate e diluiscono i segnali di qualità complessivi di un sito.

**Index Coverage Report** - Il report in Search Console che mostra quali pagine sono indicizzate e perché altre non lo sono. Conosciuto anche come Page Indexing Report.

**Indexability** - Se una pagina è consentita e può essere aggiunta all'indice di un motore di ricerca.

**Indexation Rate** - La percentuale di pagine di un sito che un motore di ricerca indicizza effettivamente.

**Indexing** - Il processo di analisi di una pagina e di aggiunta all'indice di un motore di ricerca.

**IndexNow** - Un protocollo che consente ai siti di notificare immediatamente i motori partecipanti, come Bing e Yandex, degli URL modificati.

**Infographic** - Una rappresentazione visiva di informazioni o dati, spesso creata per attirare link.

**Information Gain** - Quanta nuova informazione unica una pagina aggiunge oltre a ciò che le pagine già posizionate coprono.

**Informational Query** - Una ricerca in cui l'utente vuole imparare o trovare informazioni, non acquistare.

**Intent Cluster** - Un gruppo di parole chiave o query che condividono lo stesso intento di ricerca sottostante.

**Interaction to Next Paint (INP)** - Una metrica Core Web Vital che misura quanto rapidamente una pagina risponde alle interazioni dell'utente; ha sostituito il FID nel 2024.

**Internal Link** - Un link da una pagina a un'altra pagina dello stesso sito.

**Internal Linking** - Collegare le pagine all'interno dello stesso sito per aiutare la navigazione e distribuire l'autorità.

**International SEO** - Ottimizzare un sito per targetizzare utenti in più paesi e lingue.

**IP Address** - Un'etichetta numerica che identifica un dispositivo o un server su una rete.

## J

**JavaScript (JS)** - Il linguaggio di programmazione che aggiunge interattività e comportamenti dinamici alle pagine web.

**JavaScript SEO** - La pratica di rendere i siti ricchi di JavaScript scansionabili e indicizzabili per i motori di ricerca.

**JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data)** - Il formato che Google consiglia per aggiungere dati strutturati a una pagina con un blocco di script.

## K

**Kanban** - Una lavagna visiva che gestisce attività e flusso di lavoro come schede che si spostano tra le colonne.

**Keyword** - Una parola o frase che le persone digitano nei motori di ricerca e per cui ottimizzi per targetizzare.

**Keyword (Google Ads)** - Un termine su cui un inserzionista fa un'offerta affinché possano essere attivati annunci a pagamento.

**Keyword (Not Provided)** - Dati delle parole chiave che Google nasconde dall'analisi, contrassegnati come not provided.

**Keyword (Organic)** - Un termine per cui miri a posizionarti nei risultati di ricerca organici e non a pagamento.

**Keyword (Related)** - Un termine semanticamente correlato alla tua parola chiave principale e che supporta lo stesso argomento.

**Keyword Analysis** - Valutare le parole chiave per pertinenza, volume, difficoltà e intento di ricerca.

**Keyword Cannibalization** - Quando più pagine di un sito competono per la stessa parola chiave e indeboliscono a vicenda il loro posizionamento.

**Keyword Categorization** - Raggruppare le parole chiave in temi o categorie per organizzare la strategia e i contenuti.

**Keyword Clustering** - Raggruppare parole chiave strettamente correlate che una singola pagina può targetizzare insieme.

**Keyword Competition** - Il livello di concorrenza per posizionarsi organicamente o fare offerte negli annunci per una parola chiave.

**Keyword Density** - Quanto spesso una parola chiave appare rispetto al numero totale di parole di una pagina.

**Keyword Difficulty** - Una metrica di uno strumento che stima quanto sarebbe difficile posizionarsi per una determinata parola chiave.

**Keyword Explorer** - Una funzionalità di uno strumento SEO per scoprire idee di parole chiave e analizzarne le metriche.

**Keyword Frequency** - Il conteggio grezzo delle occorrenze di una parola chiave in un contenuto.

**Keyword Funnel** - Organizzare le parole chiave in base alla fase del percorso di acquisto che riflettono.

**Keyword Overview** - Un report di uno strumento che riepiloga le metriche chiave di una parola chiave, come volume, difficoltà e intento.

**Keyword Prominence** - Quanto in evidenza e presto una parola chiave appare in una pagina, ad esempio nel titolo o nel primo paragrafo.

**Keyword Proximity** - Quanto vicine tra loro le parole chiave target appaiono nel testo.

**Keyword Ranking** - La posizione di una pagina nei risultati di ricerca per una determinata parola chiave. Conosciuto anche come Keyword Rank.

**Keyword Research** - Trovare e analizzare i termini che il tuo pubblico cerca, per guidare i contenuti e la SEO.

**Keyword Stemming** - Ridurre una parola alla sua radice affinché varianti come run e running siano trattate come correlate.

**Keyword Stuffing** - Sovraccaricare una pagina di parole chiave nel tentativo di manipolare il posizionamento. Conosciuto anche come Keyword Spam.

**Knowledge Graph** - Il database di Google di entità e delle relazioni tra esse, usato per arricchire i risultati. Conosciuto anche come Google Knowledge Graph.

**Knowledge Panel** - Un riquadro SERP che mostra fatti chiave su un'entità, tratti dal Knowledge Graph. Conosciuto anche come Google Knowledge Panel.

**KPI (Key Performance Indicator)** - Un valore misurabile che traccia i progressi verso un obiettivo specifico.

## L

**Landing Page** - Una pagina su cui un visitatore arriva da una campagna, progettata per suscitare una singola azione.

**Largest Contentful Paint (LCP)** - Una metrica Core Web Vital che misura il tempo di rendering dell'elemento visibile più grande di una pagina.

**Last Crawl** - La data più recente in cui un motore di ricerca ha scansionato una determinata pagina.

**Last-Modified** - Un'intestazione HTTP che comunica ai client quando una risorsa è stata modificata l'ultima volta.

**Latent Semantic Analysis (LSA)** - Una tecnica di linguaggio naturale che analizza le relazioni tra i documenti e i termini in essi contenuti.

**Lazy Loading** - Rinviare il caricamento di immagini o risorse fuori schermo finché non servono, per accelerare il caricamento iniziale.

**Lead** - Un potenziale cliente che ha mostrato interesse, ad esempio fornendo i propri dati.

**Lead Magnet** - Un incentivo gratuito, come un ebook, offerto in cambio dei dati di contatto di un visitatore.

**Link Accessibility** - Se i link possono essere scoperti e seguiti dai bot, anziché essere nascosti dietro gli script.

**Link Attribution** - Segnalare la natura di un link con attributi rel, come nofollow, sponsored o ugc.

**Link Authority** - La forza e la fiducia che una pagina di collegamento può trasmettere.

**Link Bait** - Contenuto creato appositamente per attirare un gran numero di backlink. Conosciuto anche come Linkbait.

**Link Building** - Il processo di acquisizione di backlink da altri siti per migliorare autorità e posizionamento.

**Link Burst** - Un picco improvviso di backlink acquisiti di recente in un breve periodo.

**Link Churn** - La perdita e l'acquisizione naturale dei backlink di un sito nel tempo.

**Link Condom** - Vecchio gergo per metodi, come nofollow, che impediscono a un link di trasmettere valore di posizionamento.

**Link Distance** - Il numero di salti di link tra un sito sorgente affidabile e una determinata pagina.

**Link Diversity** - La varietà delle fonti, dei tipi e degli anchor text dei backlink di un sito.

**Link Equity** - Il valore di posizionamento trasmesso da una pagina a un'altra tramite un link.

**Link Exchange** - Un accordo reciproco in cui due siti concordano di collegarsi a vicenda.

**Link Farm** - Un gruppo di siti creati solo per collegarsi a vicenda e manipolare il posizionamento.

**Link Gap** - Backlink che i concorrenti hanno ma il tuo sito no.

**Link Hoarding** - La riluttanza a collegarsi ad altri siti nel tentativo di trattenere internamente tutto il valore dei link.

**Link Insert (Niche Edit)** - Aggiungere un backlink a un articolo esistente, già pubblicato su un altro sito.

**Link Intersect** - Un'analisi che trova i siti che si collegano a più dei tuoi concorrenti ma non a te.

**Link Juice** - Un termine informale per il valore di posizionamento che un link trasmette alla sua destinazione.

**Link Neighborhood** - L'insieme dei siti a cui ti colleghi e che si collegano a te, che segnala le tue associazioni.

**Link Placement Quality** - Quanto è prezioso il posizionamento di un link e il contesto circostante su una pagina.

**Link Popularity** - Il numero e la qualità dei backlink che puntano a un sito.

**Link Profile** - La composizione complessiva di tutti i backlink che puntano a un sito.

**Link Prospect** - Un sito o una pagina identificati come potenziale fonte di backlink.

**Link Reclamation** - Recuperare backlink persi o trasformare menzioni non collegate di un marchio in link.

**Link Relevancy** - Quanto è tematicamente correlata la pagina di collegamento alla pagina a cui si collega.

**Link Rot** - La tendenza naturale dei link a interrompersi nel tempo man mano che le pagine si spostano o scompaiono.

**Link Scheme** - Qualsiasi pratica di link volta a manipolare il posizionamento e che viola le linee guida di Google.

**Link Spam** - Link irrilevanti o manipolativi inseriti nel tentativo di influenzare il posizionamento.

**Link Suppression** - Quando un motore di ricerca svaluta o ignora un link affinché non trasmetta valore di posizionamento.

**Link Toxicity** - La misura in cui un profilo di backlink contiene link dannosi o di spam.

**Link Velocity** - Il ritmo con cui un sito guadagna o perde backlink nel tempo.

**Link Volume** - Il numero totale di backlink che puntano a un sito o a una pagina.

**Linkable Asset** - Contenuto di alto valore creato appositamente per attirare backlink.

**Linked Unstructured Citations** - Menzioni di un'attività in contenuti che includono un link ma non una scheda di directory strutturata.

**Listicle Placement** - Includere il tuo marchio in un articolo in formato elenco su un altro sito.

**Listing Management** - Mantenere schede aziendali accurate e coerenti su più piattaforme.

**LLM Visibility** - Quanto spesso e quanto in evidenza un marchio appare nelle risposte dei grandi modelli linguistici.

**LLMO (Large Language Model Optimization)** - Ottimizzare contenuti ed entità affinché i grandi modelli linguistici mostrino e citino un marchio nelle loro risposte.

**Local Ads** - Annunci a pagamento che targetizzano un pubblico locale, come i Local Services Ads di Google.

**Local Business Schema** - Dati strutturati che descrivono un'attività locale, come nome, indirizzo e orari, per i motori di ricerca.

**Local Citation** - Qualsiasi menzione online del nome, dell'indirizzo e del numero di telefono di un'attività locale. Conosciuto anche come Local Citations, Citation (Local SEO).

**Local Citations Consistency** - Mantenere identici il nome, l'indirizzo e il numero di telefono di un'attività in ogni scheda.

**Local Filtering** - Quando Google filtra attività locali simili che condividono una posizione o un numero di telefono per diversificare i risultati.

**Local Finder** - L'elenco esteso di risultati locali che appare dopo che un utente fa clic per proseguire dal Local Pack.

**Local Keyword Research** - Trovare termini di ricerca con intento locale per l'area di un'attività.

**Local Listings** - I profili di un'attività in directory, mappe e piattaforme di recensioni.

**Local Pack** - Una funzionalità SERP che mostra una mappa e un breve elenco di attività locali per una ricerca locale.

**Local Query** - Una ricerca con intento locale, che di solito cerca attività, prodotti o servizi nelle vicinanze.

**Local Ranking Factors** - I segnali - principalmente pertinenza, distanza e rilevanza - che determinano il posizionamento locale.

**Local Search** - La ricerca di attività, prodotti o servizi vicino a una posizione specifica.

**Local Search Grid** - Una visualizzazione di uno strumento che mostra come un'attività si posiziona su una griglia geografica di punti.

**Local Search Marketing** - La pratica di migliorare la visibilità di un'attività locale nelle ricerche locali.

**Local Search Marketing Services** - Servizi di agenzia che migliorano la presenza di un'attività nei risultati di ricerca locali.

**Local SEO** - Ottimizzare un sito e le schede per posizionarsi nelle ricerche basate sulla posizione e nei risultati delle mappe.

**Local Teaser** - Un'unità SERP locale compatta che anticipa le attività vicine per una ricerca basata sulla posizione.

**Log File Analysis** - Esaminare i log del server per vedere come i bot dei motori di ricerca e gli utenti arrivano effettivamente a un sito.

**Long-Tail Keyword** - Una ricerca più lunga e specifica con un volume inferiore ma un intento più chiaro.

**Lost Link** - Un backlink che esisteva in precedenza ma che non è più presente.

**LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords)** - Un'errata denominazione comune per i termini semanticamente correlati; la vera latent semantic indexing non è il modo in cui Google posiziona.

## M

**<meta name="viewport">** - Un meta tag che controlla come una pagina viene ridimensionata e posizionata sui dispositivi mobili.

**Main Thread Blocking** - Quando lunghe attività JavaScript occupano il thread principale del browser e danneggiano la reattività.

**Manual Action** - Un declassamento o una rimozione applicati da un revisore umano per la violazione delle linee guida di Google. Conosciuto anche come Manual Penalty.

**Map Rank Tracker** - Uno strumento che traccia il posizionamento locale di un'attività in diverse posizioni sulla mappa.

**Map Spam** - Manipolare i risultati delle mappe locali con schede aziendali false o sovraccariche di parole chiave.

**Market Consolidation** - La misura in cui una manciata di domini cattura la maggior parte del traffico di ricerca di un mercato.

**Market-Level Indexing** - Organizzare i dati di indice o di visibilità a livello di un intero mercato o paese.

**Match Score** - Una metrica di uno strumento che stima quanto strettamente un risultato corrisponde a una query o a un insieme di parole chiave.

**Merchant Listings** - Risultati avanzati che mostrano i dettagli di un prodotto, come prezzo e disponibilità, da dati strutturati.

**Meta Description** - Il riepilogo HTML di una pagina che spesso appare sotto il suo titolo nei risultati di ricerca.

**Meta Keywords** - Un meta tag obsoleto per elencare le parole chiave che Google ignora nel posizionamento.

**Meta Refresh** - Codice che reindirizza il browser a un altro URL dopo un ritardo specificato. Conosciuto anche come Meta Redirect.

**Meta Robots Tag** - Un tag HTML che istruisce i motori di ricerca su come scansionare e indicizzare una pagina.

**Meta Tags** - Frammenti nell'intestazione HTML che forniscono ai motori di ricerca informazioni su una pagina.

**Metric** - Un indicatore quantificabile usato per tracciare e valutare le prestazioni.

**Microdata** - Un metodo HTML integrato per aggiungere dati strutturati tramite gli attributi degli elementi.

**Minification** - Rimuovere i caratteri non necessari dal codice per ridurre la dimensione del file e accelerare il caricamento.

**Mobile Optimization** - Adattare un sito affinché funzioni e venga visualizzato bene sui dispositivi mobili.

**Mobile Usability** - Quanto facilmente i visitatori possono usare una pagina e interagire con essa sui dispositivi mobili.

**Mobile-First Indexing** - La pratica di Google di usare la versione mobile di un sito per l'indicizzazione e il posizionamento.

**Mobile-Friendly Website** - Un sito che viene visualizzato e funziona bene sui dispositivi mobili.

**Model Confidence** - Quanto è sicuro un modello IA di una determinata previsione o risposta generata.

**Money Page** - Una pagina che genera direttamente entrate, come una pagina di prodotto o di vendita.

**Morningscore** - Uno strumento SEO che rende un gioco il monitoraggio di posizionamento, link e attività di ottimizzazione.

**MozBar** - L'estensione gratuita del browser di Moz che mostra metriche SEO, come domain e page authority.

**Multi-Domain Strategy** - Usare più domini, ad esempio per regione o marchio, come parte di un approccio SEO.

**MUM (Multitask Unified Model)** - Un modello IA di Google che comprende e genera linguaggio in più formati e lingue.

## N

**NAP (Name, Address, Phone Number)** - I dati di contatto di base di un'attività, usati in modo coerente nelle schede SEO locali.

**NAP Consistency** - Mantenere identici il nome, l'indirizzo e il numero di telefono di un'attività in ogni scheda.

**Natural Language Understanding (NLU)** - Un ramo dell'NLP focalizzato sul cogliere il significato, l'intento e la sfumatura dietro il linguaggio.

**Natural Link** - Un link concesso editorialmente per i propri meriti, senza chiederlo o pagarlo.

**Navigation** - Il sistema di menu e link che aiuta gli utenti a muoversi all'interno del sito. Conosciuto anche come Website Navigation.

**Navigational Query** - Una ricerca in cui l'utente cerca di raggiungere un sito o una pagina specifici.

**Negative Keywords** - Termini che escludi nelle campagne a pagamento per evitare di mostrare annunci per ricerche irrilevanti.

**Negative SEO** - Tattiche dannose volte a danneggiare il posizionamento di ricerca di un concorrente.

**News Box** - Una funzionalità SERP che mette in evidenza articoli di notizie recenti e pertinenti, spesso etichettata come Top Stories.

**Niche** - Un segmento specifico e mirato di un mercato o argomento più ampio.

**NLP (Natural Language Processing)** - Il campo che consente ai computer di elaborare, analizzare e comprendere il linguaggio umano.

**Nofollow Link** - Un link che chiede ai motori di ricerca di non trasmettere segnali di posizionamento alla sua destinazione. Conosciuto anche come rel="nofollow".

**Noindex** - Una direttiva che dice ai motori di ricerca di non includere una pagina nel loro indice.

**Noopener and Noreferrer** - Attributi rel aggiunti ai link che si aprono in una nuova scheda, per motivi di sicurezza e privacy. Conosciuto anche come rel="noopener", rel="noreferrer".

**Number of Results** - Il numero di pagine che un motore di ricerca riporta come corrispondenti a una determinata query.

## O

**Off-Page SEO** - Attività al di fuori del tuo sito, principalmente il link building, che costruiscono autorità e fiducia.

**On-Page SEO** - Ottimizzare il contenuto e l'HTML di una pagina affinché si posizioni più in alto nelle ricerche.

**Online Directories** - Siti che elencano le attività e spesso fungono da fonte di schede locali.

**Online Review Management** - Monitorare, rispondere e incoraggiare le recensioni dei clienti su varie piattaforme. Conosciuto anche come Review Management.

**Online Reviews** - Valutazioni e feedback dei clienti su un'attività, pubblicati online. Conosciuto anche come Reviews.

**Online Visibility** - Quanto facilmente un marchio può essere trovato nei motori di ricerca e sul web in generale.

**Open Graph** - Meta tag che controllano come un URL appare quando viene condiviso sulle piattaforme social. Conosciuto anche come Open Graph Meta Tags.

**Opt-In** - Il consenso esplicito di un utente a ricevere comunicazioni o a essere tracciato.

**Opt-Out** - La scelta di un utente di rifiutare le comunicazioni o il tracciamento che altrimenti riceverebbe.

**Organic Search Results** - Risultati non a pagamento classificati per pertinenza, non per pubblicità.

**Organic Traffic** - Visitatori che arrivano a un sito dai risultati di ricerca non a pagamento.

**Origin Server** - Il server che ospita il contenuto originale di un sito, collocato dietro un eventuale CDN.

**ORM (Online Reputation Management)** - Gestire e migliorare come un marchio viene percepito nei risultati di ricerca e sul web. Conosciuto anche come Reputation Management.

**Orphan Page** - Una pagina a cui nessun link interno dal resto del sito punta.

**Out of Stock Handling** - Il modo in cui un sito di e-commerce gestisce le pagine dei prodotti temporaneamente non disponibili.

**Outreach** - Contattare persone o siti per costruire relazioni e guadagnare link o menzioni.

**Over-Optimization** - Applicare le tattiche SEO in modo così aggressivo da ottenere l'effetto opposto e danneggiare il posizionamento.

## P

**Page Authority (PA)** - Un punteggio di Moz da 0 a 100 che prevede quanto fortemente una singola pagina può posizionarsi.

**Page Experience** - L'insieme di segnali di Google che riflettono come gli utenti percepiscono l'esperienza di una pagina, inclusi i Core Web Vitals.

**Page Speed** - Quanto velocemente una pagina web si carica e diventa utilizzabile per i visitatori.

**Page Title** - L'elemento title di una pagina, mostrato come titolo cliccabile nei risultati di ricerca.

**Page View** - Una singola volta in cui una pagina viene caricata e visualizzata. Conosciuto anche come Pageview.

**PageRank (PR)** - L'algoritmo fondamentale di Google che valuta l'importanza di una pagina in base al numero e alla qualità dei link verso di essa.

**Pages per Session** - Il numero medio di pagine che un visitatore visualizza in una singola sessione.

**Pagination** - Dividere il contenuto su pagine numerate e collegarle tra loro per la navigazione.

**Paid Link** - Un backlink acquisito a pagamento.

**Paid Search Engine Result** - Una scheda pubblicitaria mostrata nei risultati di ricerca perché un inserzionista ha pagato per il posizionamento.

**Paid Traffic** - Visitatori che arrivano a un sito tramite pubblicità a pagamento.

**Panda** - Un aggiornamento di Google che colpisce i contenuti sottili e di bassa qualità, ora parte dell'algoritmo principale. Conosciuto anche come Google Panda, Panda Update.

**Partial Match Anchor Text** - Anchor text che contiene una parte della parola chiave target insieme ad altre parole.

**Partial Match Penalty** - Un'azione manuale o un declassamento che colpisce solo determinate pagine o parole chiave, non l'intero sito.

**Passage Indexing** - La capacità di Google di posizionare un singolo passaggio pertinente di una pagina, non solo la pagina nel suo insieme.

**Passage Retrieval** - Recuperare il passaggio più pertinente dai documenti per rispondere a una query.

**Passage Weighting** - Assegnare diversi gradi di importanza a singoli passaggi nel posizionamento di una pagina.

**PBN (Private Blog Network)** - Una rete di siti costruiti esclusivamente per indirizzare link a un sito target - una violazione delle linee guida.

**Penguin** - Un aggiornamento di Google che colpisce i link manipolativi e lo spam, ora parte dell'algoritmo principale. Conosciuto anche come Google Penguin.

**People Also Ask (PAA)** - Una funzionalità SERP che mostra domande espandibili correlate alla ricerca dell'utente.

**People Also Ask Boxes** - I singoli riquadri espandibili di domande e risposte all'interno della funzionalità People Also Ask.

**Persona** - Un profilo fittizio che rappresenta un segmento del tuo pubblico target.

**Personalization** - Adattare i contenuti o i risultati di ricerca al contesto e alla cronologia di un singolo utente.

**Pillar Page** - Una pagina ampia e completa che ancora un cluster tematico e si collega a sottopagine correlate.

**Pitch** - Il messaggio con cui proponi il tuo contenuto, link o idea a un potenziale partner.

**Pogo-Sticking** - Quando un utente fa clic su un risultato e poi torna rapidamente alla SERP per sceglierne un altro.

**Poison Words** - Parole che un tempo si pensava attivassero i filtri antispam o ostacolassero il posizionamento di una pagina.

**Position** - Il posto specifico che un risultato occupa nella pagina dei risultati di ricerca.

**PPA (Pay Per Action)** - Un modello pubblicitario in cui paghi solo quando si verifica un'azione specifica, come un'iscrizione.

**PPC (Pay Per Click)** - Un modello pubblicitario in cui paghi ogni volta che qualcuno fa clic sul tuo annuncio.

**Precision** - Nel recupero delle informazioni, la quota di risultati restituiti che sono effettivamente pertinenti.

**Price Competitiveness** - Come il prezzo di un prodotto si confronta con quello dei concorrenti - rilevante nei risultati di shopping e di prodotto.

**Primary Category** - La categoria principale assegnata a un profilo aziendale o a un prodotto, che ne plasma la pertinenza.

**Primary Keyword** - L'unica parola chiave principale attorno a cui una pagina è costruita e ottimizzata per posizionarsi.

**Product Grid SEO** - Ottimizzare le pagine a griglia di prodotti e categorie dell'e-commerce per la visibilità nelle ricerche organiche.

**Product Schema** - Dati strutturati che descrivono un prodotto, come il suo prezzo, la disponibilità e le valutazioni.

**Programmatic SEO** - Generare innumerevoli pagine su larga scala da dati e modelli per targetizzare grandi insiemi di ricerche simili.

**Programming Language** - Un linguaggio formale usato per scrivere le istruzioni che il software esegue.

**Progressive Web Apps (PWA)** - App web che si comportano come app native, con funzionalità come l'uso offline e la possibilità di installazione.

**Prominence** - Nella SEO locale, quanto è conosciuta e affermata un'attività, un fattore di posizionamento locale.

**Prompt Bank** - Una raccolta salvata di prompt riutilizzabili per gli strumenti IA.

**Prospecting** - Identificare potenziali obiettivi per link, partnership o clienti da contattare.

**Protocol** - Un insieme di regole che governa come i dati vengono scambiati, come HTTP o HTTPS.

**Public Relations** - Gestire come un'organizzazione viene percepita dal pubblico e dai media.

**Pull Channel** - Un canale di marketing in cui i clienti vengono da te, come la ricerca organica.

**Pull Marketing** - Attrarre i clienti rendendoti reperibile quando cercano attivamente soluzioni.

**Purchase Conversion** - Una conversione in cui il visitatore completa un acquisto.

**Purchased Link** - Un link acquistato per influenzare il posizionamento, cosa che viola le linee guida se non dichiarato e nofollow.

**Push Channel** - Un canale attraverso cui invii messaggi a un pubblico, come gli annunci display o l'email.

**Push Marketing** - Consegnare proattivamente messaggi a un pubblico che non li ha cercati attivamente.

## Q

**Qualified Lead** - Un potenziale cliente che soddisfa criteri che indicano un reale potenziale di vendita.

**Qualified Traffic** - Visitatori che corrispondono al tuo pubblico target e hanno maggiori probabilità di convertire.

**Quality Content** - Contenuto utile, accurato e che soddisfa davvero l'intento dell'utente.

**Quality Score** - La valutazione di Google Ads sulla qualità di parole chiave, annunci e pagine di destinazione, che influenza il costo e la posizione dell'annuncio.

**Query Deserves Diversity (QDD)** - Un concetto che favorisce un mix diversificato di risultati per query ambigue con più significati.

**Query Deserves Freshness (QDF)** - Un concetto di Google che favorisce contenuti più freschi per le query che mostrano un aumento di interesse.

**QUIC** - Un moderno protocollo di trasporto, usato da HTTP/3, che riduce la latenza funzionando su UDP.

## R

**Rank Distribution** - Il modo in cui le parole chiave di un sito sono distribuite nell'intervallo delle posizioni di posizionamento.

**Rank Tracking** - Monitorare come le posizioni delle parole chiave di un sito cambiano nel tempo.

**RankBrain** - Il sistema di apprendimento automatico di Google che aiuta a interpretare query nuove e ambigue. Conosciuto anche come Google RankBrain.

**Ranking** - La posizione che una pagina occupa nei risultati di ricerca per una query.

**Ranking Factor** - Un segnale che un motore di ricerca usa per determinare l'ordine dei suoi risultati.

**Readability Score** - Una metrica che stima quanto è facile leggere un testo.

**Reciprocal Link** - Un accordo in cui due siti si collegano a vicenda.

**Reconsideration Request** - Una richiesta che chiede a Google di rivalutare un sito dopo che un'azione manuale è stata risolta.

**Redirect** - Un modo per inviare automaticamente utenti e bot da un URL a un altro.

**Redirect Chain** - Una sequenza di più reindirizzamenti che una richiesta attraversa prima dell'URL finale.

**Redirected Link** - Un link che passa attraverso uno o più reindirizzamenti prima di raggiungere l'URL finale.

**Referral Traffic** - Visitatori che arrivano al tuo sito tramite link su altri siti.

**Referring Domain** - Un dominio unico che si collega al tuo sito almeno una volta.

**Regex (Regular Expressions)** - Modelli di testo usati per abbinare stringhe, utili in filtri, audit e Search Console.

**Regional Keywords** - Parole chiave legate a una determinata regione o luogo.

**Reinclusion** - Riportare un sito o le sue pagine nell'indice dopo una rimozione o una penalità.

**Related Searches** - Suggerimenti di ricerca, correlati alla tua query, mostrati in fondo alla pagina dei risultati.

**Relative URL** - Un URL scritto rispetto alla pagina corrente, che omette il protocollo e il dominio.

**Relevance** - Quanto bene una pagina o un'attività corrisponde alla query di chi cerca - un fattore di posizionamento chiave.

**Render-Blocking Scripts** - Script che devono essere caricati ed eseguiti prima che il browser possa eseguire il rendering del contenuto visibile.

**Rendering** - Il processo di trasformazione del codice di una pagina nell'aspetto visivo che l'utente vede.

**Rendering Delay** - Il ritardo tra una richiesta e il momento in cui il contenuto di una pagina è completamente renderizzato.

**Resource Hints** - Suggerimenti HTML come preload, preconnect e dns-prefetch che accelerano il caricamento delle risorse.

**Resource Pages** - Pagine curate che raccolgono e si collegano a risorse utili su un argomento.

**Responsive Design** - Un approccio di design in cui il layout di una pagina si adatta fluidamente a qualsiasi dimensione dello schermo.

**Retrieval-Augmented Generation (RAG)** - Un approccio IA che recupera documenti pertinenti e li usa per ancorare una risposta generata.

**Review Sentiment** - Il tono complessivo positivo o negativo espresso nelle recensioni di un'attività.

**Review Velocity** - Il ritmo con cui un'attività raccoglie nuove recensioni nel tempo.

**Rich Snippet** - Un risultato di ricerca arricchito con informazioni aggiuntive tratte dai dati strutturati di una pagina.

**Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive)** - Direttive robots che controllano come una pagina può apparire nei risultati, inclusi la lunghezza dello snippet, le anteprime delle immagini e la cache.

**Robots.txt** - Un file che dice ai bot a quali parti di un sito possono o non possono accedere.

**ROI (Return on Investment)** - Una misura del profitto ottenuto rispetto al costo di un investimento.

**Root Domain** - Il dominio di primo livello registrato, senza alcun prefisso di sottodominio.

## S

**SaaS (Software as a Service)** - Software fornito online su base di abbonamento anziché installato localmente.

**SAM (Serviceable Available Market)** - La quota di un mercato totale che un'azienda può realisticamente servire.

**sameAs** - Una proprietà schema che collega un'entità ai suoi profili e URL ufficiali.

**Schema Markup** - Un vocabolario di dati strutturati aggiunto alle pagine per abilitare risultati avanzati.

**Schema.org** - Il vocabolario collaborativo che standardizza i dati strutturati tra i motori di ricerca.

**Scraped Content** - Contenuto copiato da altri siti senza permesso o valore aggiunto.

**Scraping (Web Scraping)** - Estrarre automaticamente dati o contenuti dai siti web usando software.

**Screaming Frog** - Un crawler desktop ampiamente usato per gli audit SEO tecnici.

**Scroll Depth** - Quanto in basso in una pagina i visitatori scorrono prima di uscire.

**Scrum Board** - Una lavagna visiva che traccia attività e progressi in un flusso di lavoro Scrum.

**Search Demand Curve** - La distribuzione della domanda di ricerca, dai termini ad alto volume in cima alla coda lunga.

**Search Engine** - Software che trova, indicizza e posiziona le pagine web in risposta alle query degli utenti.

**Search Engine Advertising** - Pagare per mostrare annunci nei risultati di un motore di ricerca.

**Search Engine Poisoning** - Manipolare i risultati per far apparire pagine dannose o ingannevoli nelle ricerche.

**Search Engine Rank** - La posizione che una pagina occupa nei risultati di un motore di ricerca.

**Search Engine Results Page (SERP)** - La pagina dei risultati che un motore di ricerca restituisce per una determinata query.

**Search Generative Experience Visibility** - Quanto spesso e quanto in evidenza un marchio appare nelle risposte di ricerca generate dall'IA.

**Search Intent** - L'obiettivo sottostante che un utente ha quando digita una query.

**Search Quality Rater Guidelines** - La guida pubblica di Google che aiuta i valutatori umani a giudicare la qualità dei risultati e l'E-E-A-T.

**Search Query** - Le parole che un utente digita in un motore di ricerca per trovare qualcosa. Conosciuto anche come Query, Search Term.

**Search Result Snippet** - Il titolo, l'URL e la descrizione mostrati per un singolo risultato nella SERP.

**Search Results** - Le schede che un motore di ricerca restituisce in risposta a una query. Conosciuto anche come Results.

**Search Traffic** - Visitatori che arrivano a un sito tramite i motori di ricerca.

**Search Visibility** - Una metrica che stima quanto è visibile un sito in base alle parole chiave per cui si posiziona.

**Search Volume** - Quante volte una parola chiave viene cercata in un determinato periodo. Conosciuto anche come Volume.

**Seasonal Trends** - Picchi e cali prevedibili della domanda di ricerca nel corso dell'anno.

**Secondary Keywords** - Parole chiave di supporto che una pagina targetizza accanto alla sua parola chiave principale.

**Seed Keywords** - I primi termini fondamentali usati per avviare la ricerca di parole chiave.

**SEM (Search Engine Marketing)** - Marketing che aumenta la visibilità nei motori di ricerca, spesso tramite pubblicità a pagamento.

**Semantic Completeness** - Quanto completamente una pagina copre i concetti e i sottoargomenti correlati al suo tema.

**Semantic Core** - L'intero insieme di parole chiave che definisce la copertura tematica di un sito.

**Semantic Search** - Ricerca che interpreta il significato e l'intento dietro una query, non solo le parole chiave.

**Semantic Similarity** - Quanto sono vicini per significato due porzioni di testo o due termini.

**Semrush** - Una popolare suite di software tutto-in-uno per la SEO e il marketing digitale.

**Semrush Rank** - La classifica di Semrush dei domini in base al loro traffico di ricerca organico stimato.

**Sentiment** - Il tono emotivo, positivo o negativo, espresso su un marchio o un argomento.

**Sentiment Analysis** - Usare l'elaborazione del linguaggio naturale per determinare l'emozione espressa in un testo.

**SEO (Search Engine Optimization)** - La pratica di migliorare un sito affinché si posizioni più in alto nei risultati di ricerca organici.

**SEO Audit** - Un esame approfondito dello stato di salute SEO, dei problemi e delle opportunità di un sito.

**SEO Benchmarking** - Misurare le prestazioni SEO rispetto ai concorrenti o ai risultati passati.

**SEO Briefing** - Un documento che guida gli autori nell'ottimizzazione di un contenuto.

**SEO Checklist** - Un elenco di attività usato per garantire che una pagina o un sito siano ottimizzati correttamente.

**SEO Consultant** - Un esperto che consiglia le aziende su come migliorare le loro prestazioni di ricerca.

**SEO Emojis** - Usare emoji nei titoli o nei meta tag per attirare l'attenzione, anche se Google spesso le rimuove dagli snippet.

**SEO Podcast** - Un programma audio dedicato ad argomenti di ottimizzazione per i motori di ricerca.

**SEO Service** - Un servizio professionale fornito per migliorare i risultati SEO di un cliente.

**SEO Silo** - Raggruppare contenuti correlati in sezioni strettamente tematiche per costruire pertinenza tematica.

**SEO Tips** - Raccomandazioni pratiche per migliorare le prestazioni di ricerca di un sito.

**SEO URL** - Un URL pulito, descrittivo e ottimizzato per le parole chiave, progettato per supportare ricerche e utenti.

**SEO vs. SEM** - Un confronto tra l'ottimizzazione organica (SEO) e il marketing di ricerca a pagamento (SEM).

**SEOnaut** - Un soprannome scherzoso per uno specialista SEO.

**SERP Feature** - Qualsiasi risultato non standard nella SERP, come uno snippet, un image pack o un local pack.

**SERP Real Estate** - La quantità di spazio visivo che le tue schede occupano nella pagina dei risultati.

**SERP Shaker** - Un termine per un cambiamento significativo e ampio nei posizionamenti dei motori di ricerca.

**SERP Source** - Il sito da cui ha origine un determinato risultato di ricerca.

**SERP Volatility** - Il grado di fluttuazione dei posizionamenti nei risultati di ricerca nel tempo.

**Server-Side Rendering (SSR)** - Generare l'HTML di una pagina sul server prima di inviarlo al browser.

**Service Area Business (SAB)** - Un'attività che serve i clienti nelle loro posizioni anziché da un negozio.

**SGE (Search Generative Experience)** - Un esperimento di Google che mostrava risposte generate dall'IA sopra i risultati ed è evoluto in AI Overviews.

**Shopify** - Una piattaforma di e-commerce ospitata e ampiamente usata per creare negozi online.

**Shopping Grid** - Una griglia di schede di prodotto mostrata nei risultati di ricerca di shopping.

**Short-Tail Keywords** - Parole chiave brevi, ampie e ad alto volume con un intento ambiguo.

**Site Architecture** - Il modo in cui le pagine di un sito sono strutturate, organizzate e collegate.

**Site Audit** - Una scansione automatizzata che identifica problemi SEO tecnici e on-page.

**Site Speed** - Quanto velocemente le pagine di un sito si caricano in generale per i suoi visitatori.

**Sitelinks** - Link aggiuntivi a sottopagine mostrati sotto un risultato principale per aiutare la navigazione. Conosciuto anche come Google Sitelinks.

**Sitemap** - Un file che elenca gli URL di un sito per aiutare i motori di ricerca a scoprirli e scansionarli.

**Sitemap Index** - Un file che punta a più sitemap, usato per siti molto grandi.

**Sitewide Backlink** - Un backlink che appare su ogni pagina del sito di collegamento.

**Sitewide Link** - Un link ripetuto su tutte le pagine di un sito, spesso inserito nell'intestazione o nel piè di pagina.

**Skyscraper Technique** - Trovare contenuti popolari, crearne di migliori e guadagnare i link che hanno attirato.

**SMM (Social Media Marketing)** - Marketing di un marchio e dei suoi contenuti attraverso le piattaforme di social media.

**SMO (Social Media Optimization)** - Ottimizzare contenuti e profili per aumentare la portata e l'engagement sulle piattaforme social.

**Social Signals** - Engagement sui social media, come like e condivisioni, a volte collegato alla visibilità.

**Social Syndication** - Ripubblicare contenuti sui canali social per estenderne la portata.

**Social Traffic** - Visitatori che arrivano a un sito dalle piattaforme di social media.

**Soft 404** - Una pagina che restituisce un codice di stato di successo ma mostra agli utenti un messaggio di non trovato.

**Source Attribution** - Identificare e attribuire la fonte originale di un contenuto, di dati o di una visita.

**SOV (Share of Voice)** - La quota del tuo marchio sulla visibilità di ricerca complessiva per un insieme di parole chiave rispetto ai concorrenti.

**Spam** - Contenuto irrilevante, manipolativo o di bassa qualità creato per ingannare i motori di ricerca.

**Spam Classifier** - Un sistema che rileva e contrassegna automaticamente contenuti o link di spam.

**Spam Score** - Una metrica di Moz che stima la probabilità che un sito sia spam o penalizzato.

**Spam Signals** - Caratteristiche di una pagina o di un sito che indicano che potrebbe essere spam.

**Spamdexing** - Manipolare l'indice e i posizionamenti di un motore di ricerca con metodi di spam. Conosciuto anche come Webspam, Search Engine Spam.

**Spammy Tactics** - Metodi SEO manipolativi che violano le linee guida dei motori di ricerca.

**Splash Page** - Una pagina introduttiva mostrata prima del sito principale, spesso promozionale.

**Sponsored Link** - Un link contrassegnato come a pagamento o sponsorizzato con un attributo rel, come richiesto dalle linee guida. Conosciuto anche come rel="sponsored".

**Sponsored Link Disclosure** - Contrassegnare chiaramente i link e i contenuti a pagamento come sponsorizzati, come richiesto dalle linee guida.

**Srcset** - Un attributo HTML delle immagini che offre più fonti di immagine per il caricamento responsive.

**SSL Certificate** - Un certificato digitale che abilita le connessioni HTTPS crittografate, oggi tecnicamente tramite TLS.

**Static URL** - Un URL che rimane costante e non ha parametri di query dinamici.

**Status Code** - Un codice HTTP che un server restituisce per indicare l'esito di una richiesta.

**Stop Words** - Parole comuni, come the, and o of, che i motori di ricerca spesso ignorano.

**Structured Data** - Markup standardizzato che descrive il contenuto di una pagina affinché i motori di ricerca lo comprendano.

**Subdirectory** - Una cartella annidata nella struttura URL di un sito, equivalente a una sottocartella.

**Subdomain** - Un prefisso di un dominio che forma una sezione separata, come blog.example.com.

**Subfolder** - Una directory nel percorso di un URL, come example.com/blog.

**Submission** - Inviare un sito o un URL ai motori di ricerca o alle directory.

**SXO (Search Experience Optimization)** - Combinare la SEO con l'esperienza utente affinché una pagina soddisfi gli utenti, non solo i posizionamenti.

## T

**TAM (Total Addressable Market)** - L'opportunità di ricavi totale disponibile per un prodotto o servizio.

**Taxonomy** - Il sistema di categorie e tag usato per organizzare il contenuto di un sito.

**Taxonomy SEO** - Ottimizzare le pagine di categoria, tag e altre pagine di tassonomia per le ricerche.

**Technical SEO** - Ottimizzare la scansione, l'indicizzazione e l'infrastruttura sottostante di un sito.

**The Fold** - La linea su una pagina sotto la quale il contenuto richiede lo scorrimento per essere visto.

**Thin Content** - Pagine che offrono agli utenti poco o nessun valore aggiunto.

**Three-Way Link Exchange** - Un accordo in cui il sito A si collega a B, B a C e C torna ad A, per nascondere la reciprocità.

**Thumbnails** - Piccole immagini di anteprima, come quelle mostrate per i video nei risultati di ricerca.

**Tiered Link Building** - Costruire link verso i tuoi backlink esistenti, a livelli, per amplificarne la forza.

**Time on Page** - Il tempo medio che i visitatori trascorrono su una singola pagina.

**Time to First Byte (TTFB)** - Il tempo dalla richiesta alla ricezione del primo byte della risposta del server.

**Title Tag Optimization** - Modellare l'elemento title di una pagina per migliorare la pertinenza e la frequenza di clic.

**TLD (Top-Level Domain)** - Il suffisso di un dominio dopo il punto finale, come .com, .org o .it.

**TLS (Transport Layer Security)** - Il protocollo che crittografa i dati tra un client e un server, il successore di SSL.

**Top Stories** - Una funzionalità di notizie nella SERP che mette in evidenza articoli tempestivi e pertinenti per una query.

**Topic Cluster** - Un gruppo di pagine correlate organizzate attorno a una pagina pilastro centrale.

**Topic Efficiency** - Quanto efficientemente un sito cattura traffico per un argomento rispetto al contenuto investito.

**Topical Authority** - La competenza e la profondità percepite di un sito su un'intera area tematica.

**Topical Coverage** - Quanto completamente un sito copre tutti gli aspetti di un argomento.

**Topical Relevance** - Quanto strettamente un contenuto si riferisce a un argomento specifico.

**Total Blocking Time (TBT)** - Una metrica di laboratorio che somma il tempo in cui il thread principale è stato bloccato, riflettendo l'interattività.

**Toxic Backlinks** - Link dannosi o di spam che possono danneggiare il posizionamento di un sito.

**Tracking Code** - Un frammento di codice inserito in un sito per raccogliere dati di analisi o di conversione.

**Traffic** - Il numero totale di visitatori che un sito riceve.

**Traffic %** - La quota di traffico complessivo attribuita a una parola chiave, una pagina o un canale.

**Traffic Cost** - Il costo stimato per ottenere il tuo traffico organico tramite pubblicità a pagamento.

**Traffic Potential** - Il traffico organico totale che un argomento o una parola chiave può realisticamente generare.

**Transactional Query** - Una ricerca che segnala l'intento di acquistare o completare un'azione specifica.

**Trend** - La direzione generale in cui qualcosa, come l'interesse di ricerca, si muove.

**Trust Dampening** - La svalutazione del valore di posizionamento trasmesso dai link provenienti da fonti a bassa fiducia.

**Trust Flow** - Una metrica di Majestic che stima la qualità dei link di un sito in base a quanto sono affidabili le sue fonti.

**TrustRank** - Un algoritmo che distingue le pagine utili dallo spam, partendo da siti sorgente affidabili.

**Twitter Cards** - Meta tag che controllano come un URL appare quando viene condiviso su Twitter, ora X.

## U

**UGC Link Attribute** - Un valore rel che contrassegna i link che appaiono in contenuti generati dagli utenti. Conosciuto anche come rel="ugc".

**Unique Visit** - Una visita conteggiata una sola volta per ogni singolo visitatore in un determinato periodo.

**Universal Analytics (UA)** - La precedente piattaforma di analisi di Google, sostituita da GA4 nel 2023.

**Universal Search** - Mescolare diversi tipi di risultati, come immagini, notizie e video, in un'unica SERP.

**Unlinked Mention** - Un riferimento al tuo marchio in un contenuto che non include un link.

**Unnatural Link** - Un link creato per manipolare il posizionamento anziché guadagnato editorialmente.

**URL (Uniform Resource Locator)** - Un indirizzo web che punta a una risorsa specifica su internet.

**URL Folder** - Un segmento di directory nel percorso di un URL.

**URL Parameter** - Una coppia chiave-valore aggiunta a un URL dopo un punto interrogativo per inviare dati.

**URL Rating (UR)** - Una metrica di Ahrefs da 0 a 100 per la forza del profilo di backlink di una pagina.

**URL Slug** - La parte leggibile di un URL che identifica una pagina specifica. Conosciuto anche come Slug.

**URL Structure** - Il modo in cui gli URL di un sito sono organizzati e formattati nell'intero sito.

**Usability** - Quanto facilmente e intuitivamente un sito può essere usato dai visitatori.

**User Engagement** - Quanto attivamente gli utenti interagiscono con un sito o i suoi contenuti.

**User Experience (UX)** - La qualità complessiva dell'interazione di una persona con un sito o un prodotto.

**User Intent** - L'obiettivo che un utente cerca di raggiungere con una ricerca.

**User Interface (UI)** - Gli elementi visivi e i controlli attraverso cui un utente interagisce con un prodotto.

**User-agent** - Una stringa che identifica il browser o il bot che invia una richiesta a un server.

**User-Friendly** - Progettato per essere facile, chiaro e piacevole da usare per le persone.

**UTM Code** - Un tag aggiunto a un URL per tracciare le prestazioni di una campagna nell'analisi.

**UTM Parameters** - I singoli tag chiave-valore in un URL di campagna contrassegnato con UTM.

## V

**Variant Indexing** - Il modo in cui i motori di ricerca gestiscono l'indicizzazione di più varianti di un prodotto o di una pagina.

**Vary Header** - Un'intestazione HTTP che dice alle cache come una risposta varia in base alle intestazioni della richiesta.

**Vector Search** - Ricerca che abbina i contenuti per similarità semantica usando i vector embedding.

**Vertical Search** - Ricerca limitata a una categoria specifica di contenuti, come immagini o offerte di lavoro.

**Vertical Search Engine** - Un motore di ricerca focalizzato su un singolo argomento o tipo di contenuto.

**Video Carousel** - Una funzionalità SERP che mostra una fila di video con scorrimento orizzontale.

**Video Optimization** - Ottimizzare i contenuti video affinché funzionino bene nelle ricerche e coinvolgano gli spettatori.

**Viewport** - L'area visibile di una pagina web sullo schermo di un dispositivo.

**Viral Content** - Contenuto che si diffonde rapidamente e ampiamente attraverso la condivisione.

**Visibility** - Quanto visibilmente un sito appare nei risultati di ricerca.

**Visibility Score** - Una metrica che stima la visibilità di ricerca complessiva di un sito.

**Visit (Session)** - Una singola sessione di navigazione che un utente ha su un sito.

**Voice Search** - Cercare pronunciando una query ad alta voce a un dispositivo o a un assistente.

**Voice Search SEO** - Ottimizzare i contenuti affinché possano essere messi in evidenza tramite le ricerche vocali.

**Volatility** - Il grado di fluttuazione dei posizionamenti dei motori di ricerca nel tempo.

## W

**Warm Cache** - Una cache già popolata di dati affinché le richieste possano essere servite rapidamente.

**Web Architecture** - Il design strutturale di come i sistemi web, i server e le pagine si connettono.

**Web Stories** - Storie visive tappable e a schermo intero che possono apparire nella Ricerca Google.

**Webpage** - Un singolo documento sul web, accessibile dal proprio URL.

**Website** - Una raccolta di pagine web correlate pubblicate sotto un unico dominio.

**Website Architecture** - Il modo in cui le pagine e le sezioni di un sito sono strutturate e collegate.

**Website Quality** - Lo standard complessivo del contenuto, dell'esperienza utente e dell'affidabilità di un sito.

**Website Structure** - L'organizzazione e la gerarchia delle pagine all'interno di un sito.

**White Hat SEO** - Pratiche SEO etiche che rispettano le linee guida dei motori di ricerca.

**WordPress** - Il sistema di gestione dei contenuti più usato per creare siti web.

**WPO (Website Performance Optimization)** - Migliorare la velocità di caricamento e le prestazioni complessive di un sito.

## X

---

**X-Robots-Tag** - Un'intestazione HTTP che controlla l'indicizzazione e la scansione per qualsiasi tipo di file.

**XML (Extensible Markup Language)** - Un linguaggio di markup flessibile usato per memorizzare e trasportare dati strutturati.

**XML Sitemap** - Un file leggibile dalle macchine che elenca gli URL di un sito per i motori di ricerca. Conosciuto anche come Sitemap.xml.

## Y

---

**Yahoo** - Un portale web e motore di ricerca di lunga data, i cui risultati sono forniti da Bing.

**Yandex** - Il principale motore di ricerca in Russia.

**YMYL (Your Money or Your Life)** - Pagine che possono influenzare salute, finanze o sicurezza, che Google ritiene soggette a standard di qualità più elevati.

**Yoast SEO** - Un popolare plugin SEO per WordPress.

## Z

---

**Zero-Click Search** - Una ricerca a cui si risponde direttamente nella pagina dei risultati, senza un clic verso un sito.

**Zombie Pages** - Pagine di scarso valore che non generano traffico e possono diluire la qualità complessiva di un sito.