

 DiGiTAL
academy
by register.it



Digital Strategies

**UN SITO
WORDPRESS
A PROVA DI SEO**

Aumenta la visibilità del tuo sito WordPress sui motori di ricerca.

Argomenti del corso

- Introduzione
- Robots.txt e sitemap
- Indicizzazione di categorie e tag
- Come individuare gli articoli orfani
- Come assicurarti che ogni immagine abbia ALT
- Ottimizzazione on-page di un blog
- Ottimizzazione on-page di un sito e-commerce
- Ottimizzazione on-page di un sito multilingua
- Impostazioni di sicurezza dell'hosting e plugin WordPress utili
- Come migliorare la velocità del tuo sito WordPress

Introduzione

Il webinar di oggi sarà incentrato prevalentemente sulla pratica, non parleremo quindi di teoria ma impareremo ad **applicare le migliori tecniche SEO per ottimizzare il tuo sito WordPress**.

Prima di iniziare, ti consiglio, se non l'hai già fatto, di installare un plugin SEO sul tuo sito WordPress. Ma non uno qualunque! Ti suggerisco di installare **Rank Math**, che al momento reputo il più completo sul mercato.

Installa il plugin dalla tua bacheca e segui la procedura di configurazione guidata. È molto semplice e ti permetterà di partire con un'ottima base per lavorare all'ottimizzazione di ogni aspetto del tuo sito.

Rank Math è disponibile in versione gratuita e premium, ma anche quella gratuita contiene tutto ciò che ti può servire e include molte funzionalità che negli altri plugin SEO sono a pagamento.

Robots.txt e sitemap

Cominciamo subito a lavorare sulla **SEO on-site**, ossia su tutte quelle impostazioni SEO che riguardano tutto il sito in generale.

I primi due passi da compiere sono la creazione e la corretta configurazione di due file: **robots.txt e sitemap**. Questi due file indicano ai motori di ricerca **quali pagine e sezioni del nostro sito devono essere scansionate e indicizzate**, e quali invece dovrebbero essere ignorate.

Se, per esempio, hai un'area membri, i contenuti riservati agli iscritti non dovrebbero comparire sui motori di ricerca e quindi puoi comunicare a Google di non scansionare e non indicizzare le pagine presenti in quella sezione.

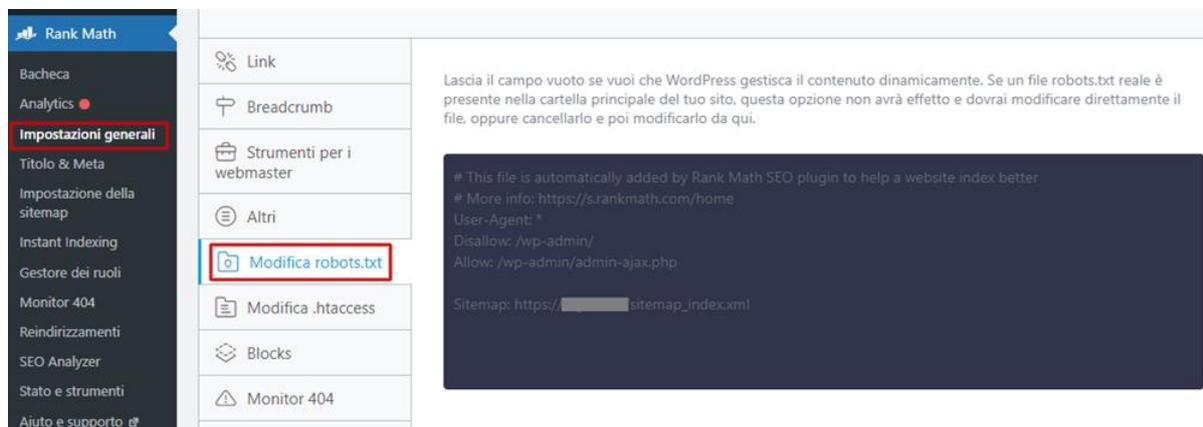
Rank Math genera in automatico entrambi i file seguendo le indicazioni che puoi applicare dalle impostazioni generali del plugin o da quelle specifiche di pagine e articoli.

Il file **robots.txt** comunica a Google quali pagine o sezioni del tuo sito deve scansionare e quali invece non devono essere sottoposte a scansione da parte dei crawler.

La **sitemap** invece è una lista di tutti i contenuti che devono essere sottoposti a scansione, e quindi indicizzati.

Come creare e modificare il file robots.txt

Per poter **modificare il file robots.txt**, entra nella sezione *Rank Math > Impostazioni generali > Modifica robots.txt*.



Troverai una sezione in cui inserire svariate regole per la scansione del tuo sito, ma quella che sicuramente ti servirà conoscere è *disallow*. **Disallow blocca la scansione da parte dei bot**, perciò se vuoi escludere una sezione, una pagina o un tipo di file, puoi inserire l'istruzione in questo modo.

Vediamo degli esempi pratici:

Questa istruzione blocca tutti i crawler (user-agent) nella sezione feed:

```
User-agent: *
```

```
Disallow: */feed/
```

La scansione è bloccata per tutti i file pdf.

```
User-agent: *
```

```
Disallow: /*.pdf$
```

La pagina miosito.it/mio-articolo non verrà scansionata.

User-agent: *

Disallow: /mio-articolo

Cerchiamo di capire meglio cosa indicano questi comandi.

Con **User-agent** indichiamo il tipo di crawler a cui si riferisce l'istruzione, per esempio Googlebot (il crawler generale di Google), Googlebot-news (il crawler per le news), Googlebot-Image (il crawler per le immagini).

L'**asterisco** è il carattere jolly, che sostituisce una qualsiasi stringa.

Quindi, con l'istruzione User-agent: * daremo un'istruzione a tutti i bot, mentre con la stringa /*.pdf\$ stiamo indicando tutti i file pdf, che hanno qualsiasi nome prima dell'estensione.

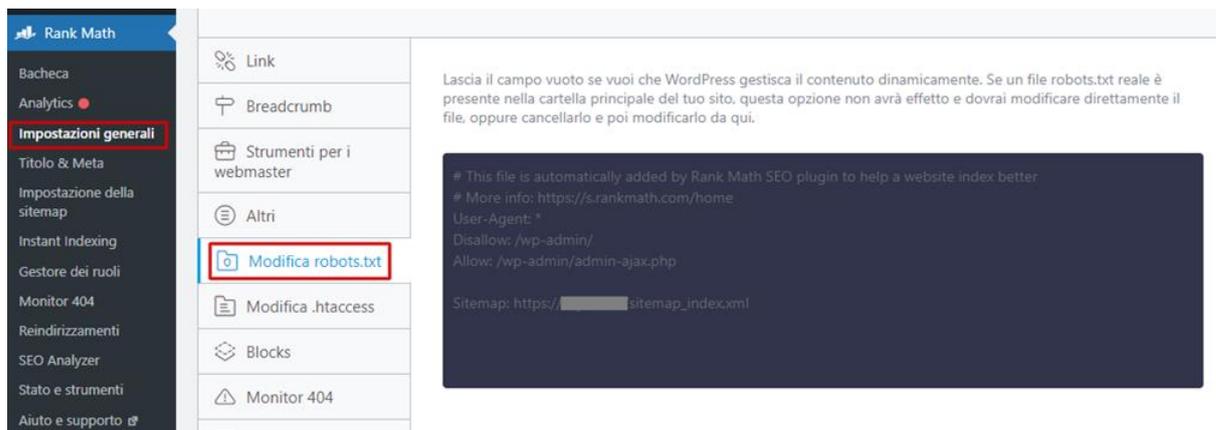
Attenzione, perché **Rank Math genera un file robots.txt "virtuale"**. Questo significa che, se hai già un file robots.txt nel tuo spazio web, le impostazioni di Rank Math non possono modificarlo. Se vuoi mantenere il file originale e cambiare le sue impostazioni, dovrai accedere via FTP o dal File Manager del tuo hosting. Altrimenti puoi semplicemente eliminarlo e lasciare che il robots.txt venga gestito totalmente da Rank Math.

Nel file robots.txt è presente, inoltre, l'URL della sitemap e Rank Math lo inserisce in automatico.

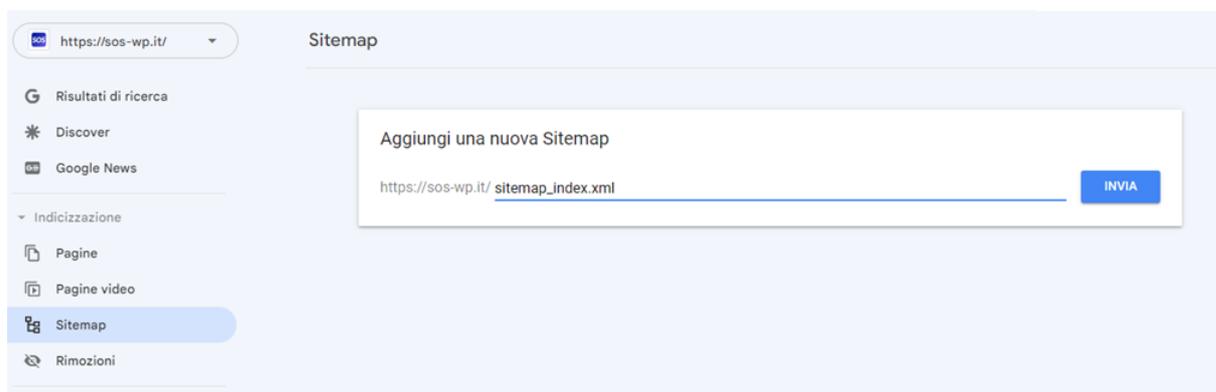
Come creare la sitemap e inviarla a Google

La sitemap può essere inviata ai motori di ricerca per aiutarli a scansionare con più efficacia un intero sito. Per inviarla a Google devi fare come segue.

- Innanzitutto, vai su Rank Math > Impostazioni della sitemap;
 - o Qui trovi l'URL della tua sitemap che è stata generata in automatico da Rank Math;
 - o Cliccaci sopra per visualizzarla;
 - o Al suo interno, trovi altre sitemap, per esempio quella relativa alle pagine, quella degli articoli, quella dei prodotti ecc., in base alla struttura del tuo sito;
- Ora copia il link della sitemap generata da Rank Math;



- Accedi a Google Search Console;
- Entra nella sezione *Indicizzazione* > *Sitemap*;
- Incolla nell'apposito campo l'url della sitemap (escluso il dominio perché è già presente);
- Quindi clicca su *Invia*.



A questo punto Google sa perfettamente quali pagine deve scansionare e quali invece non devono essere indicizzate.

Indicizzazione di categorie e tag

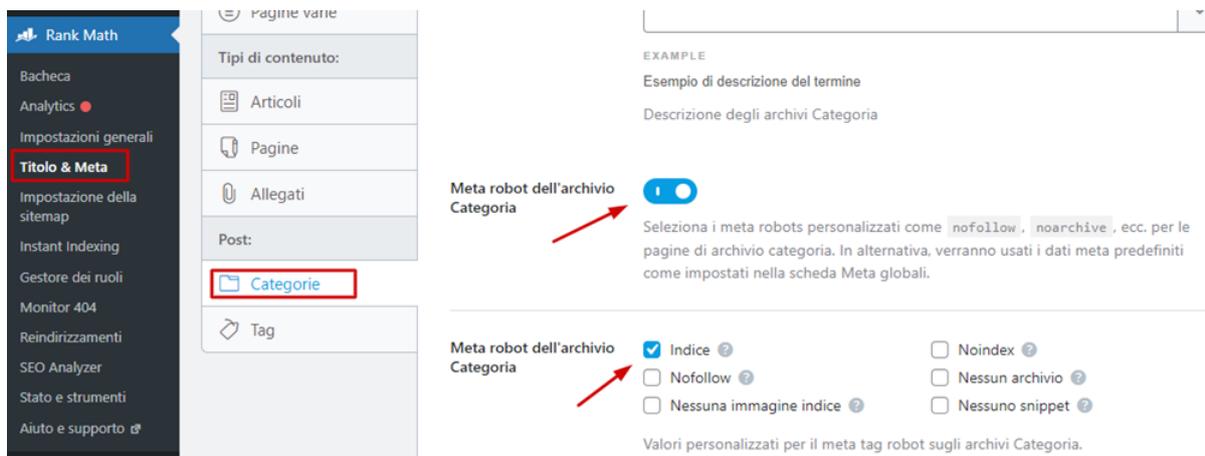
A proposito di indicizzazione delle varie sezioni di un sito WordPress, molte persone fanno degli errori quando si tratta di **indicizzare categorie e tag**. Il mio consiglio è quello di **indicizzare le categorie e non indicizzare i tag**.

Le **categorie** sono infatti più importanti a livello SEO, perché rappresentano diversi aspetti dell'argomento di cui tratta il nostro sito. I **tag** sono invece solamente delle etichette che ci aiutano a navigare all'interno di un blog.

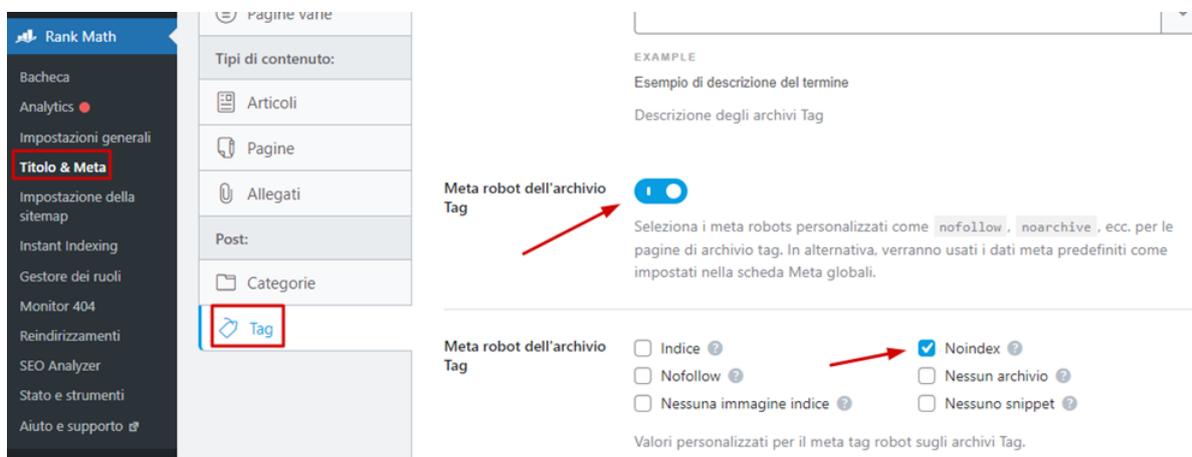
Se indicizzassimo sia le categorie che i tag, avremo una serie di problemi causati da **contenuti duplicati**. Lo stesso articolo potrebbe trovarsi sotto url diversi, per esempio:

- miosito.it/categoria/seo/mio-articolo
- miositi.it/tag/google/mio-articolo

Evita questo errore andando su *Rank Math > Titolo & Meta > Categorie*. Assicurati che la casella *Meta robot dell'archivio Categoria* sia attivata e che la casella *Indice* sia l'unica attiva nella sezione *Meta robot dell'archivio Categoria*.



Vai ora su *Tag* e attiva anche in questo caso la casella *Meta robot dell'archivio Tag*. Nella sezione *Meta robot dell'archivio tag*, dovrai ora attivare la casella *Noindex*.



Come individuare gli articoli orfani

Ora aiutiamo Google a trovare ancora più facilmente le pagine che vogliamo indicizzare e posizionare nella SERP.

Un errore che spesso si compie è quello di non prestare la dovuta attenzione all'**internal linking**. Tutti gli articoli del tuo blog e tutte le pagine del sito dovrebbero avere dei link che portano ad essi. Se non esiste in tutto il tuo sito nemmeno un link verso una determinata pagina o articolo, allora si tratta di un **articolo orfano**.

La versione Pro di Rank Math ha una funzione semplicissima per **individuare rapidamente gli articoli orfani**. Ti basterà andare nell'elenco di tutti gli articoli, selezionare l'elenco a tendina di Rank Math e scegliere la voce *Post orfani*. Scoprirai subito quali sono.

Categories	Tags		Date	SEO Details
Uncategorized	—	—	Last Modified 2022/04/03 at 4:59 pm	71 / 100 Keyword: social media marketing tips Schema: Article Links: 1 0 0
Uncategorized	—	—	Last Modified 2022/03/30 at 6:11 pm	N/A Keyword: Not Set Schema: Article Links: 0 0 0

Se hai Rank Math gratuito, puoi comunque vedere gli articoli senza link in ingresso dal simbolo che compare nella colonna *Dettagli SEO*. Accanto al simbolo dei *Link in entrata* ci sarà il numero zero.

	Data	Dettagli SEO
—	Ultima modifica 18/04/2023 alle 11:37	N/A Parola chiave: Non impostato Schema: Article Link: 0 0 0
—	Pubblicato 20/10/2020 alle 12:45	N/A Parola chiave: Non impostato Schema: Article Link: 2 0 0
—	Ultima modifica 20/02/2023 alle 16:17	N/A Link in entrata

Questo sistema è un po' più macchinoso rispetto alla versione Pro di Rank Math, ma è ugualmente fattibile. Ora non ti resta che stabilire in quali altre pagine del tuo sito puoi aggiungere link verso questi articoli.

Come assicurarti che ogni immagine abbia ALT

Passiamo ora alla **SEO delle immagini**.

L'elemento principale che ci permette di **indicizzare correttamente le immagini** del nostro sito è l'**attributo ALT**, ossia il testo alternativo. Ci sono due modi per scoprire quali immagini del tuo sito

WordPress non hanno l'attributo ALT. Il primo è aprire la libreria e scorrere tutte le immagini una per una finché non trovi il campo testo alternativo vuoto.

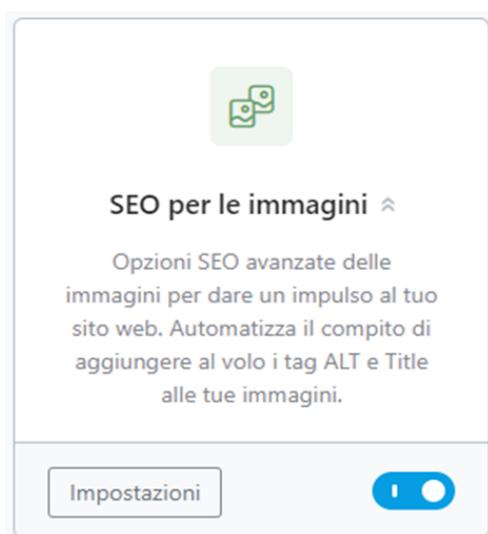
Il secondo è con l'analisi SEO di Rank Math, dalla sezione Rank Math > SEO Analyzer.

L'analisi rileverà gli ALT mancanti.

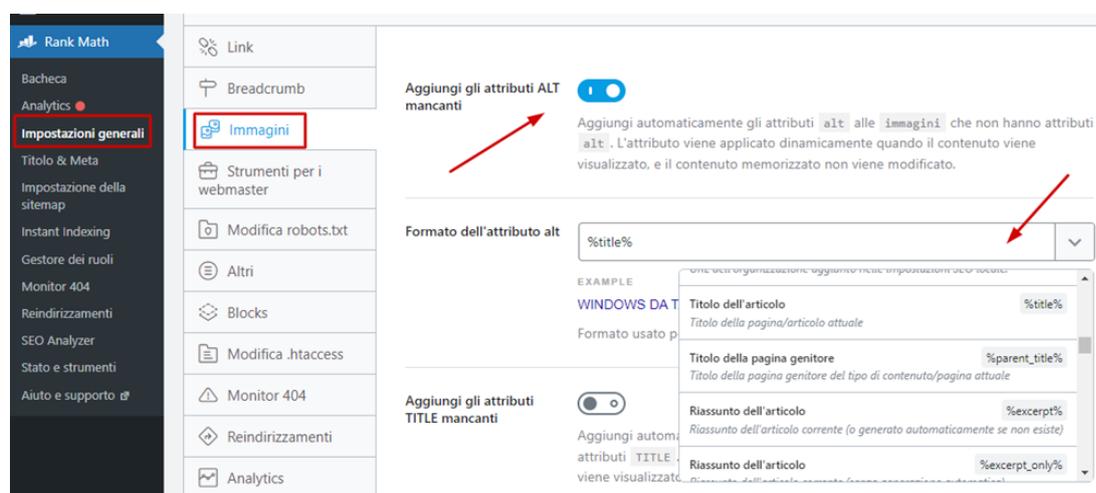
Individuate le immagini senza ALT, potrai:

- Aggiungerli manualmente nella libreria media;
- Aggiungerli **automaticamente**, grazie a Rank Math.

Prima di tutto, attiva il modulo *SEO per le Immagini* da Rank Math > *Bacheca*.



Poi, vai su *Rank Math > Impostazioni Generali > Immagini* e attiva la voce *Aggiungi gli attributi ALT mancanti*. In questa schermata puoi aggiungere automaticamente anche i titoli delle immagini. Ti consiglio di aggiungere queste informazioni sempre manualmente, quando possibile. Ad ogni modo, attivare questa opzione ti permette di rimediare a errori e dimenticanze.



Ottimizzazione on-page di un blog

Ora che abbiamo visto le opzioni SEO generali di un sito WordPress, passiamo ai casi specifici.

L'ottimizzazione **SEO on-page**, cioè quella che riguarda le singole pagine, richiede tecniche specifiche in base alla tipologia di sito web su cui stai lavorando.

Vediamo quindi **come ottimizzare un blog**, poi approfondiremo il caso del **sito e-commerce** e del **sito multilingua**.

In un blog, l'obiettivo SEO è quello di **posizionare articoli che forniscono informazioni utili** agli utenti, perciò bisogna lavorare per inserire correttamente le keyword al loro interno e ottimizzare il più possibile il contenuto.

Rank Math è uno strumento utilissimo anche in questo caso.

Apri la pagina di modifica di un tuo articolo. Vedrai che ci sarà la **sezione Rank Math**.

Inserisci subito la tua **keyword principale** oppure, se hai Rank Math Pro, puoi inserirne fino a 5. Una volta inserita, compariranno immediatamente tutta una serie di **suggerimenti e un punteggio**.

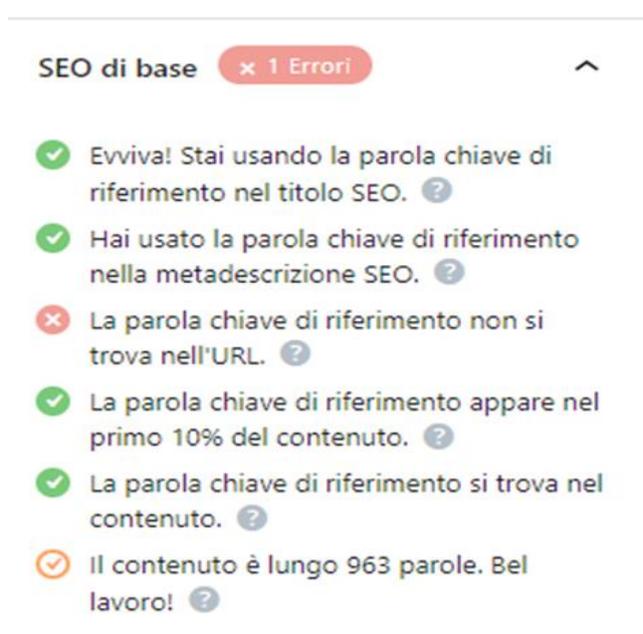
Consiglio: segui tutte le indicazioni di Rank Math, ma con un pochino di *buon senso*, dato che comunque si tratta pur sempre di una macchina e a volte può anche non essere totalmente affidabile. Ad esempio, in italiano la stessa keyword può avere delle varianti di genere, numero, a volte è composta da verbi che nel nostro testo possono essere coniugati in vari modi... Ricorda che Rank Math si basa solo sulla corrispondenza *esatta* della keyword, ma Google è un po' più flessibile e capisce anche le varianti di questo tipo. Ti consiglio di cercare sempre comunque di ottenere il **miglior punteggio possibile** con la corrispondenza esatta, ma di **non ossessionarti nel raggiungimento del massimo, se questo va a discapito della qualità**.

I suggerimenti di Rank Math

Vediamo una panoramica generale dei **consigli di Rank Math**.

I suggerimenti di Rank Math si dividono in diverse sezioni. Quella chiamata **SEO di Base** ci consiglia di compiere queste azioni:

- Aggiungi la parola chiave di riferimento nel **titolo SEO**, meglio se la inserisci all'inizio del titolo.
- Aggiungi la parola chiave di riferimento alla tua **metadescrizione** SEO.
- Usa la parola chiave di riferimento **nell'URL**, ovvero nello slug.
- Usa la parola chiave di riferimento **all'inizio del tuo contenuto**, quindi nel primo paragrafo.
- Usa la parola chiave di riferimento **nel contenuto**, e ti consiglio di farlo in modo uniforme nel testo, senza concentrarle tutte in pochi paragrafi.
- Il contenuto dovrebbe essere **lungo 600-2500** parole. La lunghezza dipende sempre da quante parole ti servono per soddisfare le esigenze del lettore.



Nell'esempio qui sopra, abbiamo scelto un nostro articolo dal titolo "Come tracciare i click su link e pulsanti in WordPress". La keyword impostata è "tracciare i click".

Vediamo che i consigli sono tutti rispettato, con il simbolo verde, eccetto questi due:

- la keyword non è presente nell'url, infatti il nostro slug è "come-tracciare-click-su-link-pulsanti", senza la "i" (tracciare *i* click) e abbiamo quindi una X rossa;
- Il contenuto è lungo 936 parole: non ci dà il segno verde, perché è ancora migliorabile.

La sezione **Aggiuntivi** ci dà ulteriori suggerimenti, ossia:

- Usa la parola chiave nei **sottotitoli** (H2, H3, H4, ecc.)
- Aggiungi la parola chiave principale nell'**alt text** delle tue immagini.
- Dovresti puntare a una densità di parole chiave intorno all'**1%**.
- Usa un URL di massimo **75 caratteri**, tutto compreso, anche il dominio.
- Inserisci link a **risorse esterne**.
- Aggiungi link **DoFollow** che puntano a risorse esterne. Assicurati però che siano fonti affidabili, altrimenti aggiungi l'attributo nofollow al link.
- Aggiungi **link interni** ai tuoi contenuti, per suggerire approfondimenti e articoli correlati.
- Indica la **parola chiave** di riferimento per questo contenuto, e non usare una parola chiave già usata in precedenza.
- Usa **Content AI** per ottimizzare il post. Otterrai suggerimenti tratti dalla sezione Ricerche correlate di Google e dalle domande della sezione "Le persone hanno chiesto anche", ma anche consigli sul numero di sottotitoli e di immagini da utilizzare.

Aggiuntivi × 1 Errori ^

- ✓ La parola chiave si trova in uno o più sottotitoli. ?
- ✓ La parola chiave si trova in uno o più attributi alt dell'immagine. ?
- ✓ Keyword Density is 1.45, the Focus Keyword and combination appears 14 times. ?
- ✓ L'URL contiene 65 caratteri. Ottimo! ?
- ✓ Ottimo! Hai inserito dei link a risorse esterne. ?
- ✓ Abbiamo trovato almeno un link DoFollow nel tuo contenuto. ?
- ✓ Stai aggiungendo link ad altre risorse del tuo sito web, fantastico! ?
- ✓ Non hai ancora usato la parola chiave di riferimento. ?
- ✗ Use [Content AI](#) to optimise the Post. ?

Nel nostro articolo è tutto verde, eccetto l'opzione content AI. Infatti, non abbiamo utilizzato l'analisi di Rank Math con l'intelligenza artificiale per scoprire qualche dettaglio in più su come ottimizzare l'articolo.

La sezione successiva riguarda il titolo. **Leggibilità del titolo** include i suggerimenti:

- Usa la parola chiave di riferimento verso l'inizio del titolo SEO.
- Aggiungi un numero al tuo titolo per migliorare il CTR. I numeri infatti rendono i titoli più interessanti e possono incuriosire.

Pensa ad esempio a "Consigli per scegliere la tua auto" e "5 consigli per scegliere la tua auto". Il secondo titolo cattura sicuramente maggiormente l'attenzione perché dà un'informazione più precisa su cosa aspettarci dall'articolo.

Leggibilità del titolo × 1 Errori ^

- ✓ Hai usato la parola chiave principale all'inizio del titolo SEO. ?
- ✗ Il tuo titolo SEO non contiene un numero. ?

Noi nel nostro caso non abbiamo inserito un numero.

Infine, per quanto riguarda la **Leggibilità del contenuto**, Rank Math suggerisce di:

- Usare un plugin Table of content per creare l'indice delle sezioni.
- Usare paragrafi brevi.
- Usare rich media come immagini o video.



E in questa sezione abbiamo tutti i segni verdi.

Correggendo tutti gli errori è possibile raggiungere un **punteggio di 100/100**. Se però per ottenere il massimo devi rendere il tuo articolo pesante per chi lo legge... beh, meglio rimanere su un punteggio più basso e dare **priorità alla leggibilità e alla user experience**.

Ottimizzazione on-page di un sito e-commerce

Per quanto riguarda gli **e-commerce**, le keyword su cui dovrai focalizzarti sono quelle **transazionali**, dette anche **commerciali**, cioè quelle che riguardano direttamente l'acquisto. Possiamo dire che le indicazioni che abbiamo visto per il blog sono sempre valide, ma stavolta facciamo riferimento:

- Alle pagine dei **prodotti**, dove è importante inserire descrizioni originali, e non copiate dal sito del fornitore;
- Alle pagine delle **categorie**, dove è fondamentale inserire del testo oltre all'elenco dei prodotti.

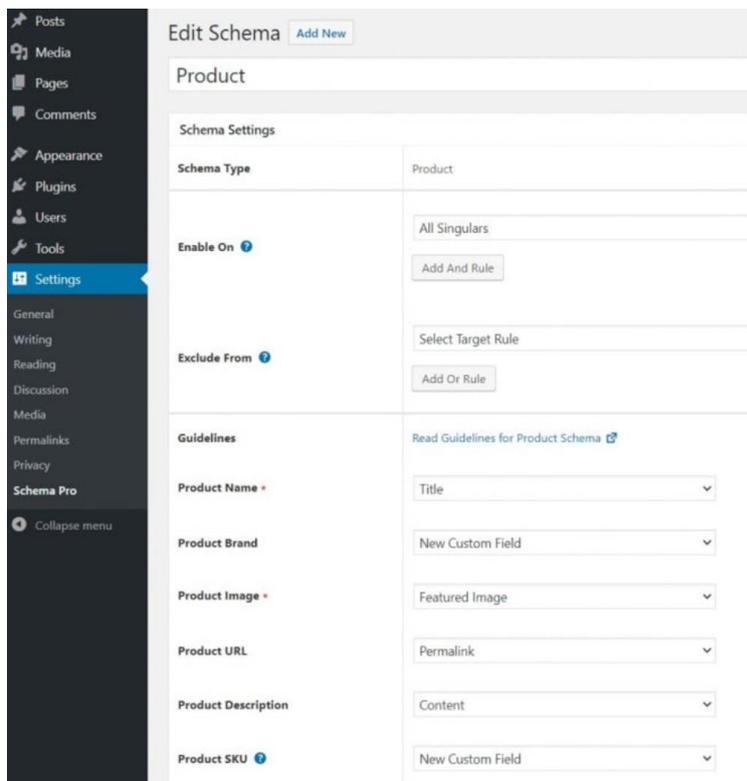
In entrambi i casi, sfrutta tutto il potenziale di Rank Math seguendo i suoi suggerimenti di ottimizzazione on-page. Puoi lavorare direttamente sulla categoria del prodotto, dato che Rank Math funziona anche nelle pagine di default delle categorie di WordPress, oppure, ancora meglio, crea una **pagina categoria personalizzata**, dove avrai più libertà di personalizzazione.

Dati strutturati in un e-commerce

Parliamo adesso del **markup Schema**. Il markup Schema è un codice che permette di fornire informazioni aggiuntive sui contenuti del tuo sito web ai motori di ricerca. Queste informazioni possono essere usate per generare i rich snippet, che sono delle visualizzazioni speciali nei risultati di ricerca che mostrano dati come il prezzo, la disponibilità, le recensioni e altro.

Se utilizzi bene questo strumento, quando il tuo prodotto comparirà in SERP verranno mostrati il prezzo, le valutazioni, l'eventuale sconto, la marca del prodotto e tutta una serie di informazioni importanti che catturano l'attenzione dell'utente.

Il plugin che ti suggerisco di utilizzare per i dati strutturati è **Schema Pro**. Si integra alla perfezione con WooCommerce e ti permette di trasformare qualsiasi elemento della pagina prodotto in uno specifico dato strutturato, in modo da ottenere i rich snippet corretti. Questo ti permette di lavorare anche con i custom fields, cioè di creare dei campi personalizzati. Per esempio, puoi aggiungere correttamente con lo Schema markup anche i valori come il brand, lo SKU (cioè l'id del prodotto) o il codice del modello.



Contenuti duplicati in un e-commerce

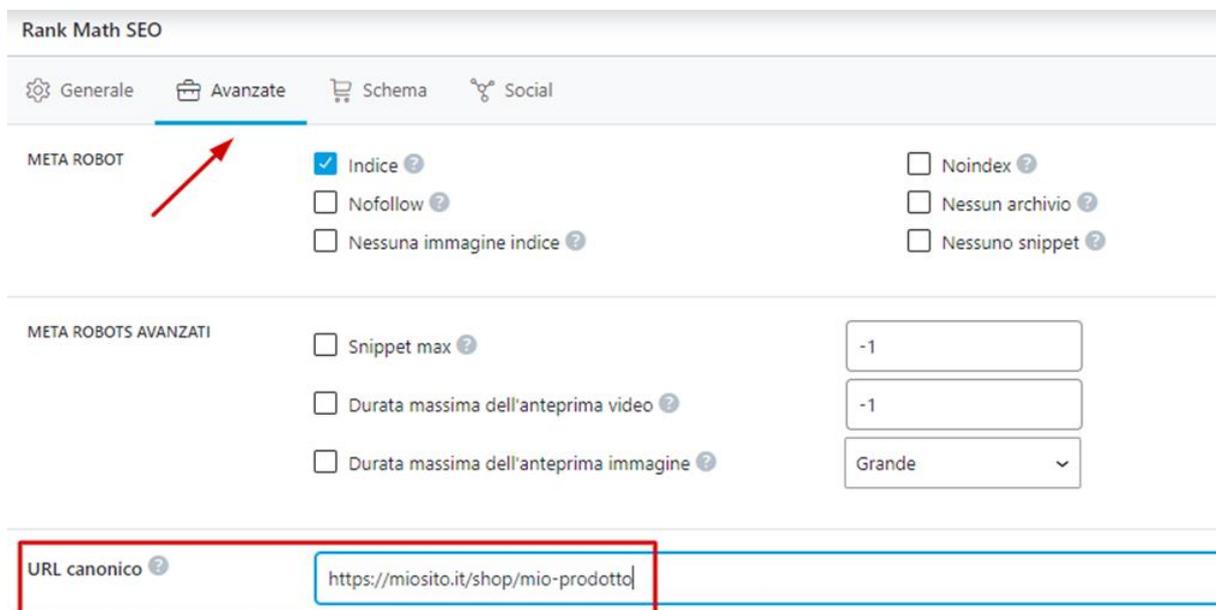
Ora veniamo a un punto dolente per tutti gli e-commerce: **i contenuti duplicati**. Se su un sito web ci sono contenuti duplicati, Google applicherà delle penalizzazioni. Se in un blog possiamo risolvere il problema semplicemente non indicizzando i tag, in un e-commerce la situazione è molto più complicata.

Immagina di creare un prodotto che avrà come URL *miosito.it/uomo/maglie/maglia-blu-maniche-corte*.

Sappiamo che negli e-commerce è possibile filtrare i prodotti, per esempio posso scegliere di visualizzare tutte le maglie blu, tutte le maglie uomo, tutte le maglie maniche corte... e questo determina la generazione di un'infinità di URL con percorsi e parametri diversi che però portano sempre allo stesso contenuto. Questi per Google sono tutti contenuti duplicati. Come risolvere?

In questo caso entra in gioco l'**attributo rel="canonical"**. Questo attributo dirà a Google qual è l'URL originale, quello di base che deve essere considerato il più importante. Rank Math ci aiuta anche stavolta.

- Dalla tua bacheca, entra nella pagina di modifica del prodotto;
- Naviga nel box di Rank Math;
- Entra in *Avanzate*;
- Qui trovi il campo *URL canonico*, dove potrai inserire l'URL principale, cioè quello che i motori di ricerca dovrebbero prendere in considerazione, escludendo tutti gli altri.



The screenshot shows the Rank Math SEO interface. At the top, there are four tabs: 'Generale', 'Avanzate', 'Schema', and 'Social'. The 'Avanzate' tab is selected and highlighted with a red underline. Below the tabs, there are two main sections: 'META ROBOT' and 'META ROBOTS AVANZATI'. In the 'META ROBOT' section, there are four checkboxes: 'Indice' (checked), 'Nofollow', 'Nessuna immagine indice', and 'Noindex'. In the 'META ROBOTS AVANZATI' section, there are three checkboxes: 'Snippet max', 'Durata massima dell'anteprima video', and 'Durata massima dell'anteprima immagine'. Below these sections, there is a red-bordered box containing the 'URL canonico' field, which has the value 'https://miosito.it/shop/mio-prodotto' entered.

Ottimizzazione on-page di un sito multilingua

Passiamo ora ai **siti WordPress multilingua**.

Qui la prima cosa da fare è assicurarsi che su tutte le pagine del tuo sito sia presente l'**attributo hreflang**. Si tratta di un codice che indica a Google in quale lingua è scritto il contenuto della pagina e, eventualmente, anche a quale area geografica fa riferimento.

Ad esempio, per l'inglese potremmo avere semplicemente *en*, ma anche *en_UK* oppure *en_US*. Indicano tutti e tre l'inglese, ma il primo non specifica l'area geografica, il secondo si riferisce al Regno Unito e il terzo agli Stati Uniti.

Questo tag permetterà di **mostrare la pagina nella lingua giusta nelle varie aree geografiche**. Inoltre, indica ai motori di ricerca quali sono le rispettive pagine tradotte nelle varie lingue.

Se usi il plugin **WPML**, questo aspetto verrà configurato in automatico. Verifica quindi la presenza di hreflang aprendo una pagina del tuo sito e cliccando con il tasto destro, quindi seleziona *Visualizza sorgente / Ispeziona elemento*. Nelle prime righe di codice dovresti trovare una o più stringhe simili a questa:

```
<link rel="alternate" hreflang="en_UK" href="https://www.miosito.com/my-english-page" />
```

Qui viene indicato che la pagina è in inglese e si riferisce al Regno Unito.



```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="en-US" class="no-js">
3 <head>
4 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
6 <link rel="apple-touch-icon" sizes="180x180" href="https://cdn.wpml.org/wp-content/themes/sitepress/images/apple-touch-icon.png" />
7
8
9 <meta name='robots' content='index, follow, max-image-preview:large, max-snippet:-1, max-video-preview:-1' />
10 <link rel="alternate" hreflang="en" href="https://wpml.org" />
11 <link rel="alternate" hreflang="es" href="https://wpml.org/es/" />
12 <link rel="alternate" hreflang="de" href="https://wpml.org/de/" />
13 <link rel="alternate" hreflang="fr" href="https://wpml.org/fr/" />
14 <link rel="alternate" hreflang="pt" href="https://wpml.org/pt-br/" />
15 <link rel="alternate" hreflang="ja" href="https://wpml.org/ja/" />
16 <link rel="alternate" hreflang="ru" href="https://wpml.org/ru/" />
17 <link rel="alternate" hreflang="zh" href="https://wpml.org/zh-hans/" />
18 <link rel="alternate" hreflang="it" href="https://wpml.org/it/" />
19 <link rel="alternate" hreflang="he" href="https://wpml.org/he/" />
20 <link rel="alternate" hreflang="ar" href="https://wpml.org/ar/" />
21 <link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://wpml.org" />
22
23 <!-- Google Tag Manager for WordPress by gtm4wp.com -->
24 <script data-cfasync="false" data-pagespeed-no-defer>
```

Se il codice hreflang è presente, è già tutto a posto. Se invece non lo trovi, dovrai valutare se passare ad utilizzare WPML o comunque a un plugin per siti multilingua che lo inserisca in automatico. Non ci sono tanti plugin che svolgono solo la funzione di aggiunta di questo tag, quindi **usare WPML è sicuramente la soluzione migliore per la SEO multilingua.**

Inviare la sitemap ai motori di ricerca stranieri

Una volta verificata la presenza di hreflang, è tutto pronto per inviare la tua sitemap non solo a Google, ma anche ai motori di ricerca stranieri. Se usi la combinazione di Rank Math + WPML, nella sezione Sitemap di Rank Math troverai sempre l'URL della sitemap, ma al suo interno saranno contenute tutte le sitemap in tutte le lingue del tuo sito. Copia l'URL della sitemap, quindi inviala per prima cosa a Google come abbiamo visto in precedenza.

I motori di ricerca **Bing, Yahoo e DuckDuckGo** si appoggiano tutti alla piattaforma **Bing Webmaster Tools**, quindi con un unico servizio potrai inviare la tua sitemap multilingua a tre motori di ricerca. Se vuoi inviare la sitemap a **Yandex**, usa **Yandex Webmaster**. Anche **Baidu** ha il suo Webmaster tools, e puoi inviare la sitemap anche a questo motore di ricerca.

Tutte queste piattaforme hanno la loro apposita sezione Sitemap dove potrai inserire l'url così come hai fatto per Google. La procedura è quindi molto simile e molto semplice.

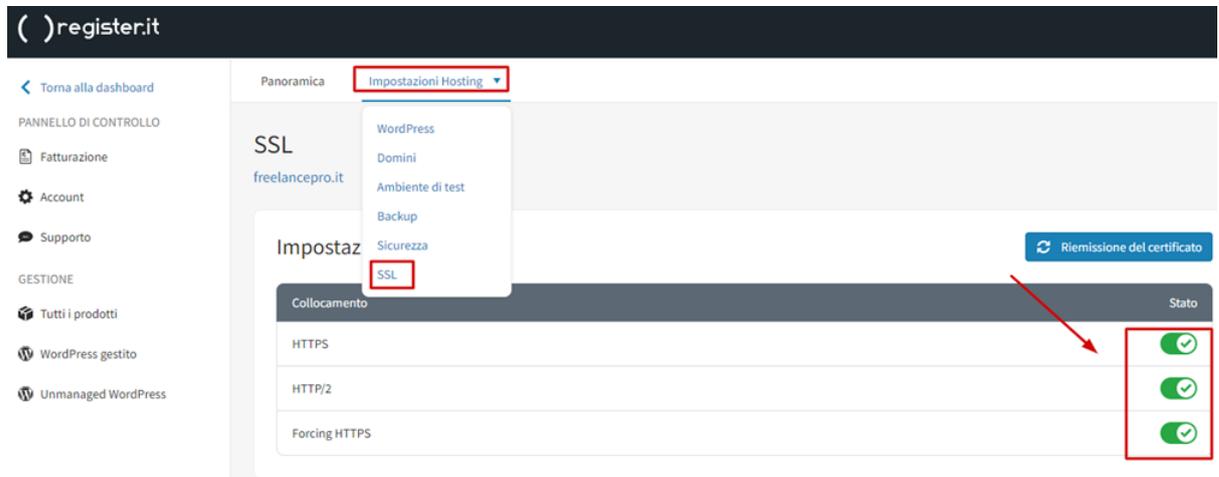
Impostazioni di sicurezza dell'hosting e plugin WordPress utili

Ora che abbiamo lavorato per bene alla SEO on-site e on-page, possiamo parlare di **sicurezza e velocità**, due aspetti che puoi gestire in gran parte dalle **impostazioni del tuo hosting.**

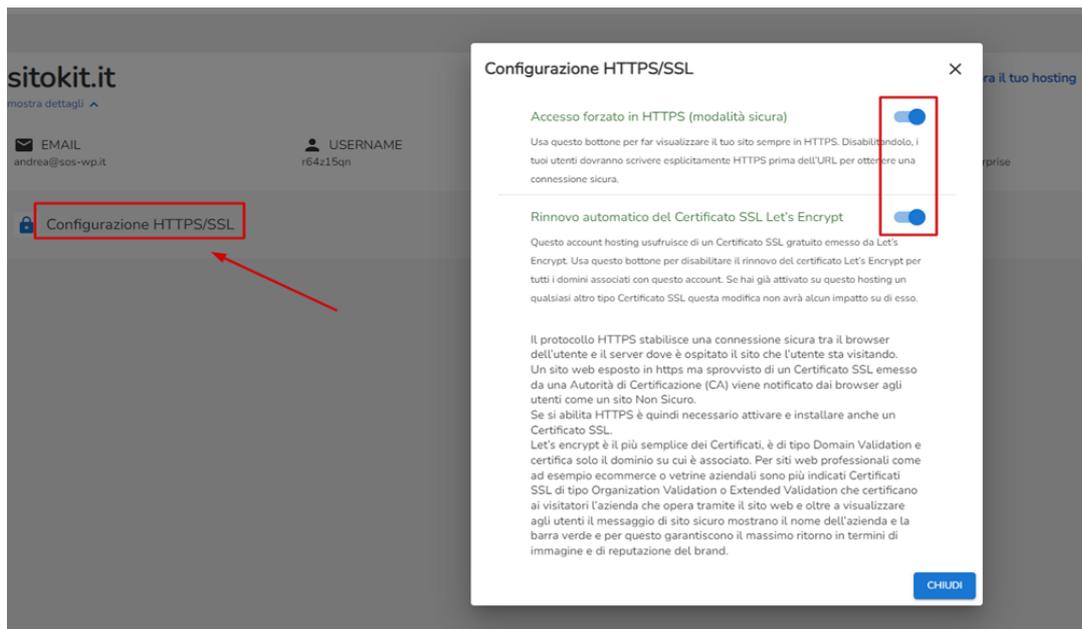
Prendiamo come esempio un ottimo hosting WordPress, e cioè Register.it.

Dalla tua area utente, innanzitutto installa il **certificato SSL** e attiva la **forzatura HTTPS**:

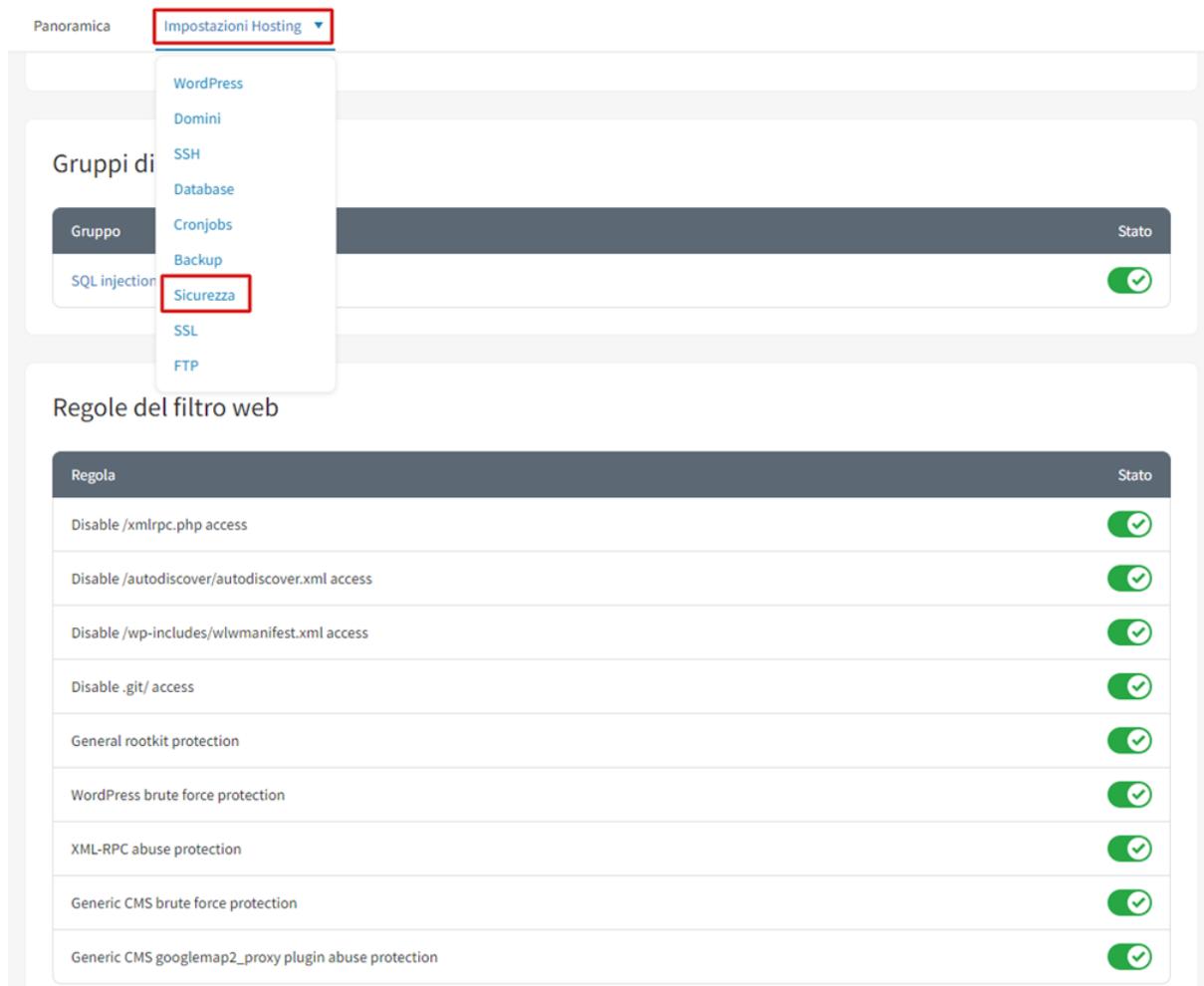
- Entra nella tua area utente e seleziona il tuo piano;
- Vai su *Impostazioni hosting* > **SSL** e controlla che siano attivi HTTPS, HTTP/2 e Forcing HTTPS.



Se hai un hosting cPanel, ti basta andare sul tuo piano, espandere i dettagli e cliccare *Configurazione HTTPS/SSL*. Qui dovranno essere attive le voci *Accesso forzato in HTTPS* e *Rinnovo automatico del Certificato SSL Let's Encrypt*.



Accedi poi alla sezione *Impostazioni hosting* > *Sicurezza*. Qui hai svariate opzioni di sicurezza e ti consiglio di lasciarle tutte quante attivate.



Ci sono anche altre impostazioni di sicurezza aggiuntive che puoi attivare su WordPress grazie all'uso di alcuni plugin. Ecco quelli che ti consiglio di utilizzare:

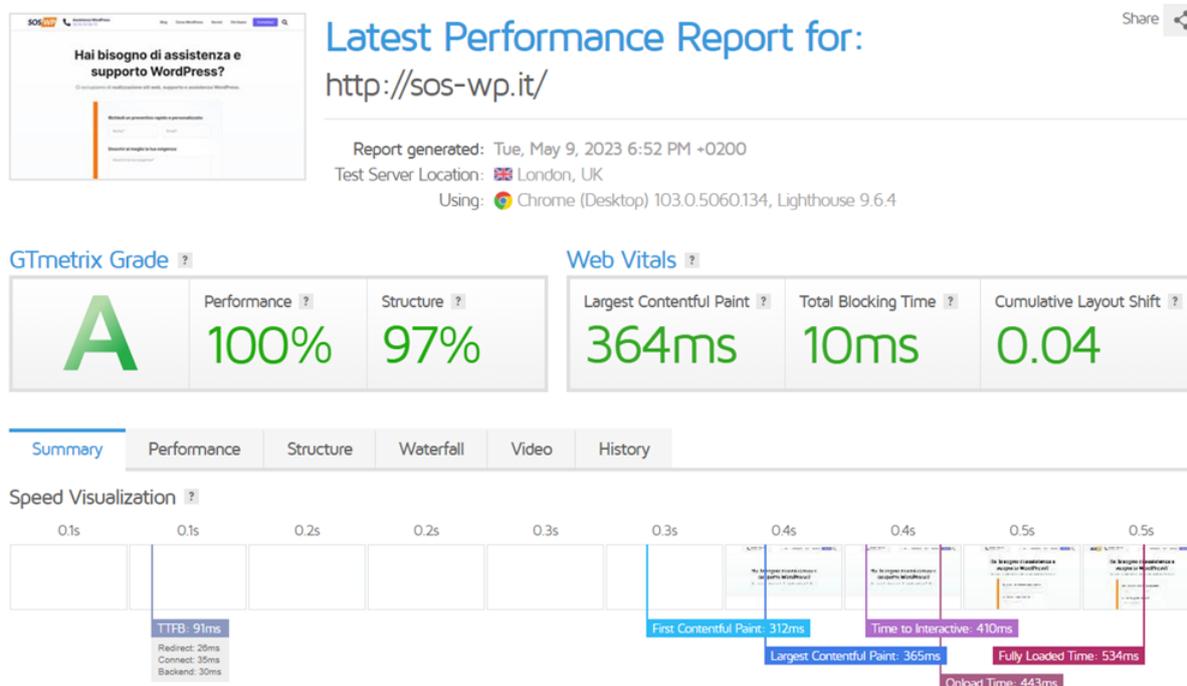
- **WPS Hide Login** - permette di modificare l'URL `/wp-login.php` con un nome personalizzato, rendendo più difficile per gli hacker trovare la tua pagina di login;
- **Login Lockdown** - blocca l'indirizzo IP di un utente che sbaglia la password per più di N volte;
- **Akismet** - protegge il tuo sito dallo spam;
- **Captcha** - inserisce un captcha nei form.

Consiglio importantissimo: **effettua sempre gli aggiornamenti di WordPress, plugin e temi**. Gli sviluppatori sono sempre al lavoro alla ricerca di problemi di sicurezza e ogni volta che viene individuato un possibile rischio rilasciano subito l'aggiornamento con la correzione del problema. Se proprio non vuoi fare gli aggiornamenti manualmente, attiva un **piano hosting WordPress gestito** e i tecnici di Register.it si occuperanno di tutto, mantenendo il tuo sito sempre sicuro.

Come migliorare la velocità del tuo sito WordPress

Per quanto riguarda la **velocità**, se hai scelto Register.it hai già fatto una grandissima parte del lavoro, dato che è un **hosting altamente performante** ed è già configurato per rendere il tuo sito WordPress velocissimo.

Ti basti sapere che con Register.it abbiamo registrato tempi di caricamento delle nostre pagine veramente eccellenti.



Tutto quello che ti rimane da fare, al massimo, è lavorare sull'**ottimizzazione delle immagini**.

In particolare, ti suggerisco di utilizzare il **formato WebP**, un nuovo formato molto più leggero dei classici JPG e PNG, che mantiene le tue pagine veloci e senza perdere qualità nell'immagine. Il plugin consigliato in questo caso è **EWWW**, che sarà utilissimo non solo per ottimizzare le immagini, include anche una funzione per trasformare tutte le tue immagini in WebP, qualsiasi sia il formato che carichi nella libreria media.