

Perché la SEO è ancora importante per un hotel?

La SEO, o Search Engine Optimization, comprende tutte quelle attività che sono volte a **migliorare il posizionamento del sito del tuo hotel** su Google e sugli altri motori di ricerca. Il suo scopo è quello di **migliorare la visibilità** del tuo sito web e, conseguentemente, il numero di visite, di richieste preventivo e di **prenotazioni** ricevute.

Ultimamente, Google cerca di indirizzare gli utenti del web verso i suoi sistemi interni come, ad esempio, quando si ricerca "hotel a brescia" Google propone la mappa interattiva con gli hotel suggeriti nelle vicinanze, come evidenziato dall'immagine seguente.

Hotel | Brescia BS :

 <p>AC Hotel Brescia by Marriott 4,3 ★★★★★ (1062) Hotel moderno con colazione inclusa 95 €</p>	
 <p>Hotel Igea 3,7 ★★★★★ (1067) Hotel elegante con ristorante 74 €</p>	
 <p>B&B Hotel Brescia 4,6 ★★★★★ (829) Hotel sobrio con colazione e WiFi 83 €</p>	
 <p>Novotel Brescia 2 4,2 ★★★★★ (1607) Confortevole, piscina, bar, ristorante 97 €</p>	

Molti utilizzatori, però, sono convinti che spesso si tratti di contenuto a pagamento o poco affidabile, per cui preferiscono consultare i siti personali e specifici degli hotel. Questo lascia un **buon margine di manovra per ottenere nuovi clienti** con il posizionamento organico.

Che cosa possono fare gli albergatori con un piccolo sito per cercare di essere ben posizionati?

Il consiglio per gli albergatori è quello di concentrarsi su dei **topic di ricerca specifici** e su alcune **keyword strategiche**. Ad esempio, risulterà molto difficile posizionarsi sulla keyword “hotel a milano”, ben più interessante e semplice è cercare di posizionarsi su “family hotel a milano”. Evitando quindi termini generalisti in favore di quelli relativi ad ambiti di mercato circoscritti, permetterà al sito dell’hotel di emergere nei risultati di ricerca per il target di interesse.

Quali sono i punti chiave su cui lavorare per posizionarsi?

1. Contenuto
2. Struttura tecnica
3. Scheda profilo dell’attività

Tra i fattori fondamentali per il buon posizionamento ci sono la **struttura semantica e sintattica** del proprio sito web. La prima ha a che fare con i **contenuti testuali** delle pagine. Questi devono essere in linea con i topic di ricerca su cui ci si vuole posizionare, per cui occorre prima individuare gli argomenti di interesse e poi progettare dei testi specifici che permettano ai propri utenti di ricevere informazioni utili e rilevanti per quegli argomenti.

La struttura sintattica, invece, riguarda il modo in cui le pagine web sono scritte a livello di codice. In questo caso, quindi, si fa una valutazione di **SEO tecnico** per verificare che gli elementi che costituiscono la struttura del sito siano correttamente posizionati ed **adatti allo scopo**. Di conseguenza, vengono presi in esame aspetti come la presenza di tag H1 e H2, i corretti link di collegamento tra le pagine, la velocità del sito, etc.

Infine, l’altro contributo importante alla visibilità del proprio sito è la cosiddetta Scheda profilo dell’attività, conosciuta anche come **Google Business Profile**. Questa consiste nel banner che Google propone **in evidenza** quando si effettua una ricerca specifica: mostra diverse informazioni utili, come le immagini della struttura alberghiera, l’indirizzo, il numero di telefono e gli orari di apertura, e permette all’utente di **raggiungere il sito web dell’hotel con un click**.



Hotel Relax

Sito web

Indicazioni

Salva

4,5 ★★★★★ 853 recensioni Google ⓘ

Hotel a 3 stelle

Indirizzo: Via Tibullo, 2, 63074 San Benedetto del Tronto AP

Telefono: 0735 780751

Confronta prezzi

📅 lun 2 ott

📅 mar 3 ott

👤 2

Contatta la struttura per conoscere tariffe e disponibilità

Dettagli hotel

Immerso tra le palme, questo hotel confortevole, situato di fronte alla spiaggia e sul lungomare, dista 2 km dalla stazione ferroviaria di San Benedetto Del Tronto. ... [ALTRO](#) ▾

📶 Wi-Fi gratuito

☕ Colazione inclusa

P Parcheggio gratuito

♿ Accesso disabili

🏊 Piscina esterna

❄️ Aria condizionata

Con l'intento di massimizzare la visibilità del proprio sito web in rete, il suggerimento è quello di richiedere un'analisi di posizionamento dello stesso, per comprenderne lo stato attuale e le

eventuali aree di miglioramento tra contenuti, struttura tecnica e scheda profilo dell'attività.

Un caso di studio: l'Hotel Relax di San Benedetto del Tronto

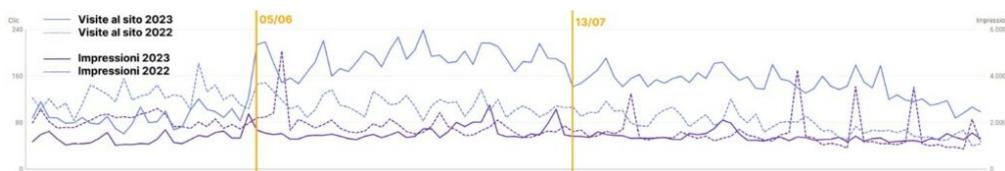
L'Hotel Relax di San Benedetto del Tronto ci ha commissionato un'analisi SEO di posizionamento per valutare l'andamento del sito nei risultati di ricerca organica ed intervenire per ottimizzarlo, se necessario.

A seguito dello studio preliminare, abbiamo concordato con il cliente alcune modifiche, che non introducessero nuovi contenuti, ma che andassero a **migliorare gli aspetti di SEO tecnico e semantico** già presenti. La tabella seguente sintetizza alcune delle analisi effettuate ed i relativi interventi correttivi:

Indagine	Tipologia	Intervento
Testi in linea con i topic di interesse	SEO semantico	Ottimizzazioni testuali
Page Title e Meta Description	SEO semantico	Ottimizzazioni testuali
Metadati strutturati	SEO tecnico / semantico	Aggiunta di metadati strutturati
Presenza di un tag H1 per pagina	SEO tecnico	Rimozione H1 multipli
Velocità del sito	SEO tecnico	Installazione plugin di cache
Scheda profilo dell'attività	SEO semantico	Verifica ed ottimizzazione

*: i metadati strutturati servono a far comprendere meglio al motore di ricerca il contenuto delle pagine, per poi proporlo in sezioni dedicate e ben visibili tra i risultati di ricerca, come nelle sezioni FAQ, Local Business e Offerte di Google

Tutti questi interventi mirati hanno portato ad un **netto miglioramento in termini di visite al sito**. La figura seguente mostra un confronto dell'andamento organico del sito dell'hotel nel periodo che va da maggio ad agosto di quest'anno, con i risultati sullo stesso periodo dello scorso anno. Le linee **in arancio** indicano i momenti in cui sono stati effettuati gli interventi di SEO appena descritti.



Il grafico evidenzia come, a seguito degli interventi apportati ad inizio giugno, il sito, che era

leggermente in perdita rispetto all'anno precedente in termini di visite e visibilità, ha riscontrato un **netto miglioramento, che è perdurato nel tempo**. Il numero di visite di giugno, luglio e agosto, rispetto allo stesso periodo nell'anno precedente, è decisamente **cresciuto (+74%)**; parallelamente si può notare anche un recupero in termini di visibilità. Questi dati lasciano facilmente stimare un forte **aumento del numero di richieste preventivo** ricevute dall'hotel, come presentato dall'immagine seguente.

Visite al sito: +74%

Richieste: +24%

Prenotazioni: +160000€

Periodo: da giugno ad agosto

Conclusioni

Come evidenziato anche dal caso di studio proposto, a volte, con **interventi minimi** si ottengono **buoni risultati**. Il consiglio è quindi quello di effettuare o di commissionare un'**analisi SEO di posizionamento** preliminare, utile e necessaria a valutare se ha senso intervenire sul proprio sito web per migliorarne la visibilità.

Gli **interventi SEO** sono ancora molto importanti per il sito di un hotel, perché possono portare ad un **maggior numero di viste e di conversioni**, anche senza necessariamente richiedere l'investimento di ingenti risorse di tempo e di denaro.

In conclusione, anche un **scheda profilo dell'attività** ben curata contribuisce significativamente alla visibilità del proprio marchio online, ma di questo ne parleremo in un altro articolo.

Chi scrive



ANDREA SPERANDIO

R&S - SEO