



## Documentazione per l'utente

### SEO EXPERT

Il modulo SEO Expert ti consente in breve tempo di:

- Creare e personalizzare **URL ottimizzati per i motori di ricerca**
- Inserire **meta tag per pagine dei prodotti, post di Facebook e Twitter card** nel tuo negozio

Questo modulo ti consente di compilare in automatico tutti i campi importanti per garantire che il tuo negozio sia perfettamente ottimizzato per i motori di ricerca. Questi stessi campi sono disponibili nel software PrestaShop:

- Titolo prodotto
- Descrizione prodotto
- Parole chiave prodotto
- Breve descrizione prodotto
- Riscrittura URL prodotto
- Tag di Facebook
- Tag di Twitter

La visibilità è un fattore fondamentale per avere successo nel settore dell'e-commerce. Secondo degli studi, il 91% delle pagine Google visitate vengono visualizzate sulla prima pagina dei risultati di ricerca. SEO Expert è il migliore strumento per consentire ai motori di ricerca di individuare il tuo negozio, trovare i tuoi prodotti e incrementare le vendite.

#### I. INSTALLAZIONE

##### *Utilizzi PrestaShop 1.6?*

1. Dal back office PrestaShop , clicca sulla scheda “Modulo”.
2. Nella sezione Identificazione, inserisci l'ID Addons e la password. A tal punto, clicca su “Accedi”. Nella scheda Moduli del back office verranno visualizzati tutti gli acquisti effettuati in PrestaShop Addons.
3. Utilizza la barra di ricerca per trovare il modulo e clicca su “Installa” per configurarlo.

##### *Utilizzi PrestaShop 1.5?*

1. Nella scheda “Modulo” del back office PrestaShop, clicca su “Aggiungi un nuovo modulo” nell'angolo in alto a destra.
2. Seleziona “SEO Expert”. Il file zip è scaricabile da PrestaShop Addons.
3. Clicca su “Carica il modulo”. Il modulo verrà visualizzato nell'elenco di moduli disponibili.

4. Clicca su “Installa”, quindi su “Configura”.

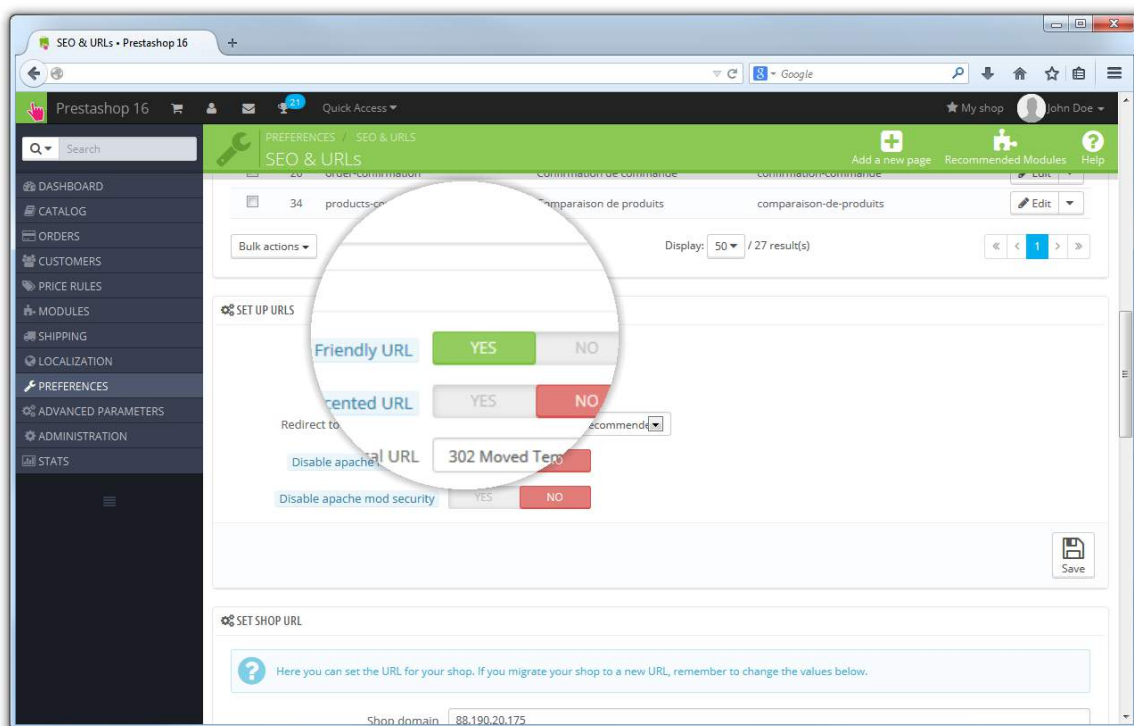
Per le versioni 1.5 e 1.6 di PrestaShop vengono visualizzate quattro schede nella parte sinistra della pagina. Queste schede consentono di accedere alla documentazione, alla configurazione degli URL, alla configurazione dei meta tag e alle informazioni di contatto.

## II. SCHEDA DOCUMENTAZIONE

Questa scheda contiene la documentazione relativa al modulo e una guida per la configurazione.

## III. SCHEDA CONFIGURAZIONE URL

Gli URL ottimizzati per i motori di ricerca ti forniscono un indirizzo univoco per ogni pagina del tuo sito. Questo consente ai motori di ricerca di trovare agevolmente la pagina. Prima di iniziare, assicurati che gli URL ottimizzati per i motori di ricerca siano attivati. Si tratta di un passaggio **necessario** per applicare le impostazioni relative agli URL. Per impostare gli URL ottimizzati per i motori di ricerca, apri la scheda “Preferenze” e clicca su “SEO e URL”.



Clicca su “Aggiungi una nuova regola SEO” per creare URL ottimizzati per i motori di ricerca per le pagine dei tuoi prodotti. Viene visualizzata una nuova finestra nella quale completare queste 3 fasi:

- **Fase 1 – Generale:** è necessario compilare due campi: Nome regola e Lingua.
  - o Il campo “Nome regola” ti permetterà di identificare la regola.

Utilizzalo per trovare la regola nella tabella riepilogativa degli URL. Inizia creando regole generali e, se necessario, procedi alla creazione di regole specifiche per una o più categorie.

Nota: scegli un nome per la regola che sia pertinente alla categoria selezionata.

- Il campo “Lingua” determina la lingua utilizzata per la regola.

La lingua predefinita è quella impostata per il tuo negozio. Devi attivare altre lingue nel negozio per poterle selezionare come opzioni.

Per attivare nuove lingue, accedi alla scheda “Localizzazione”, quindi clicca su “Importa un pacchetto di lingue”.

Dopo aver assegnato un nome alla regola e selezionato la lingua desiderata, clicca su “Avanti”.

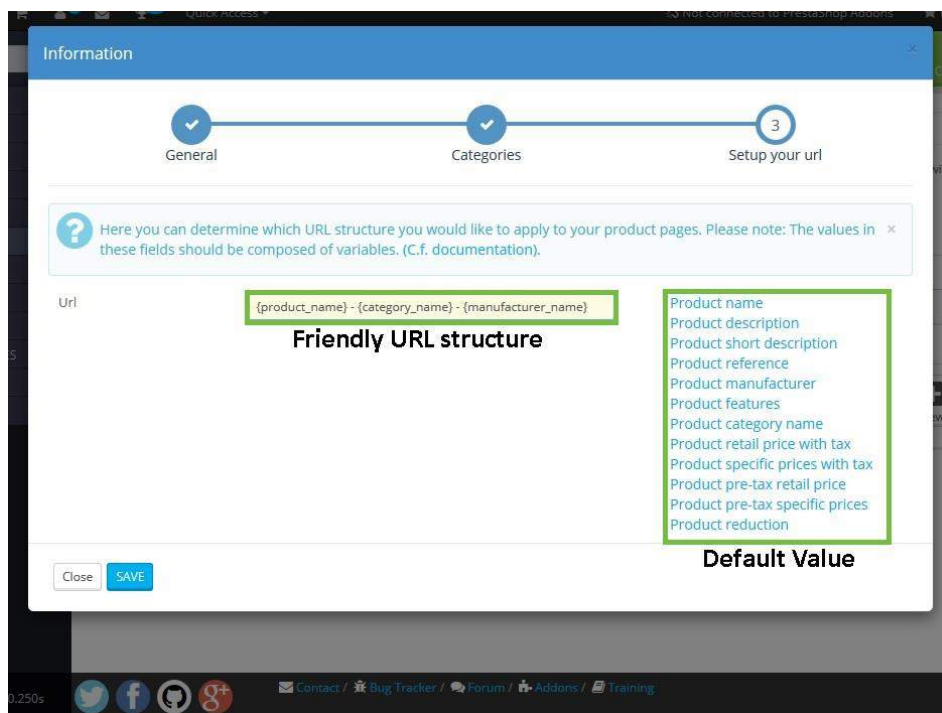
- **Fase 2 – Categoria:** seleziona le categorie di prodotti alle quali applicare la regola degli URL ottimizzati per i motori di ricerca.

Seleziona “Tutte le categorie” se desideri applicare la stessa struttura degli URL a tutti i prodotti.

Puoi inoltre applicare la regola a una sola (sotto) categoria o a più (sotto) categorie. I prodotti con più categorie rientreranno nella categoria predefinita.

Dopo aver selezionato le categorie, clicca su “Avanti”.

- **Fase 3 – Configurazione dell'URL:** determina la struttura degli URL per le pagine dei prodotti. Il 95% della struttura degli URL deve essere composto da variabili. Per quanto non sia consigliato, è possibile ignorare l'utilizzo delle variabili se è presente un solo prodotto nella categoria.

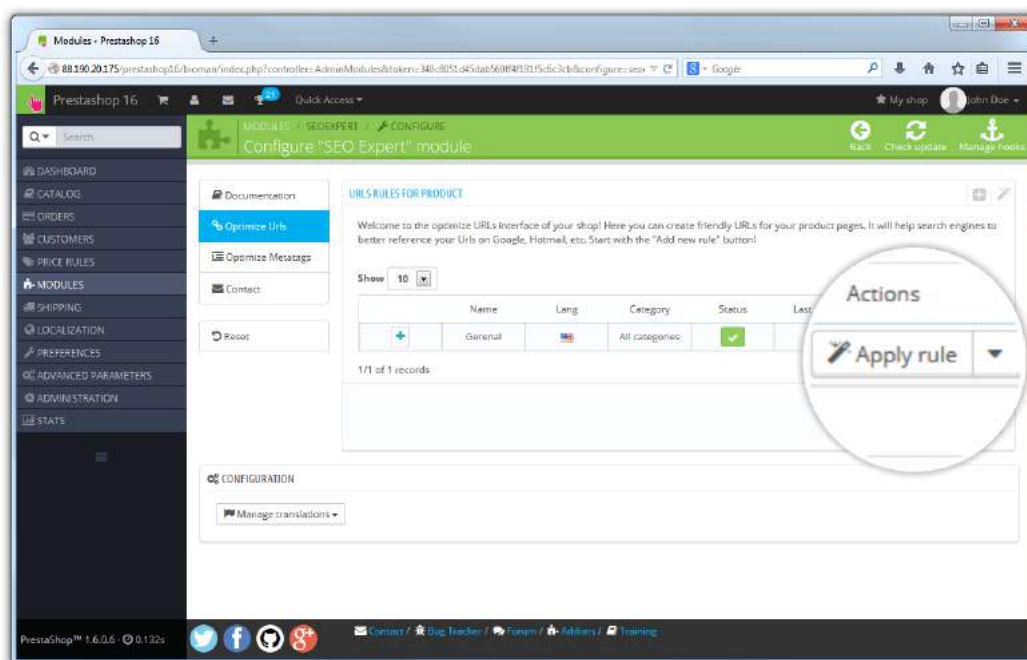


Le {variabili} sono elencate a lato; puoi utilizzarle per creare i modelli di URL. Di seguito viene riportata una breve descrizione di ogni variabile:

- {product name} il nome del prodotto
- {product description} la descrizione del prodotto che viene visualizzata nel testo della pagina del prodotto
- {product short description} un breve riepilogo del prodotto disponibile nella parte superiore della pagina del prodotto
- {product reference} un codice o numero di riferimento del prodotto  
Nota: i caratteri speciali nel riferimento verranno eliminati.
- {product manufacturer} il nome del produttore che ha realizzato il prodotto
- {product features} le caratteristiche del prodotto
- {product category name} nome della categoria in cui rientra il prodotto
- {product retail price with tax} prezzo di vendita tasse incluse
- {product specific price with tax} prezzi specifici tasse incluse
- {product pre-tax retail price} prezzo di vendita tasse escluse
- {product pre-tax specific prices} prezzi specifici tasse escluse
- {product discount} percentuale di sconto applicata a uno specifico prodotto

Dopo aver configurato le regole degli URL, clicca su “Salva”.

La creazione della nuova regola verrà confermata da un messaggio. Clicca su “Applica” per attivare la regola.



Verrà visualizzata una finestra di avanzamento che indica il numero di prodotti interessati dalla regola. Puoi modificare o aggiornare le regole in qualsiasi momento tornando alla tabella riepilogativa.

Nota: i nuovi prodotti aggiunti a una categoria (interessati da una regola degli URL) verranno automaticamente aggiornati. Non è necessario riapplicare la regola degli URL.

#### IV. SCHEDA CONFIGURAZIONE META TAG

##### a. Introduzione

Un meta tag è un tag (ossia una dichiarazione di codifica) in Hypertext Markup Language (HTML) che descrive alcuni aspetti dei contenuti di una pagina Web. Le informazioni fornite in un meta tag vengono utilizzate dai motori di ricerca per indicizzare una pagina e consentire a un utente alla ricerca del tipo di informazioni contenute nella pagina di trovarle.

- ✓ SEO Expert ti consente di creare meta tag per le **pagine dei tuoi prodotti**.

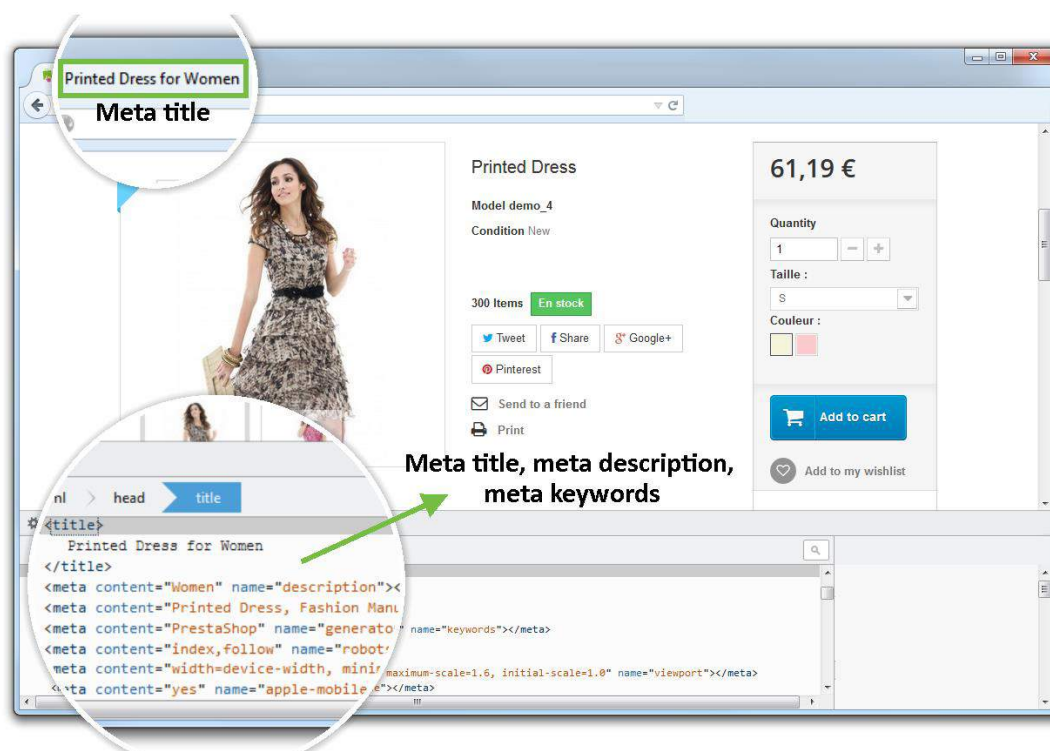
Esistono diversi tipi di meta tag; tuttavia, i più importanti per l'indicizzazione dei motori di ricerca sono il meta tag titolo e quello descrizione. Dei meta tag scritti in modo adeguato possono consentire alla pagina di essere meglio posizionata nei risultati di ricerca.

I meta tag verranno visualizzati nei risultati di ricerca nel modo seguente:

<b>Meta title</b>	<b>PrestaShop Addons: PrestaShop's Official Marketplace ...</b>
<b>Friendly URL</b>	<a href="https://addons.prestashop.com/en/">addons.prestashop.com/en/</a> ▼
<b>Meta description</b>	The official MarketPlace for PrestaShop: Modules and templates to increase the sales of your online store.

- Meta titolo: è il tag più importante per un buon posizionamento nei motori di ricerca come Google. Si tratta del testo blu visualizzato in una pagina dei risultati. Per questo meta tag, la scelta e l'ordine delle parole sono importanti.
- Meta descrizione: è il testo grigio visualizzato nella ricerca di Google. Descrive la pagina ai potenziali clienti e li spinge a cliccarci sopra.
- Meta parole chiave: le parole chiave vengono utilizzate per consentire ai motori di ricerca come Google di trovare i migliori risultati per le ricerche con parole chiave.

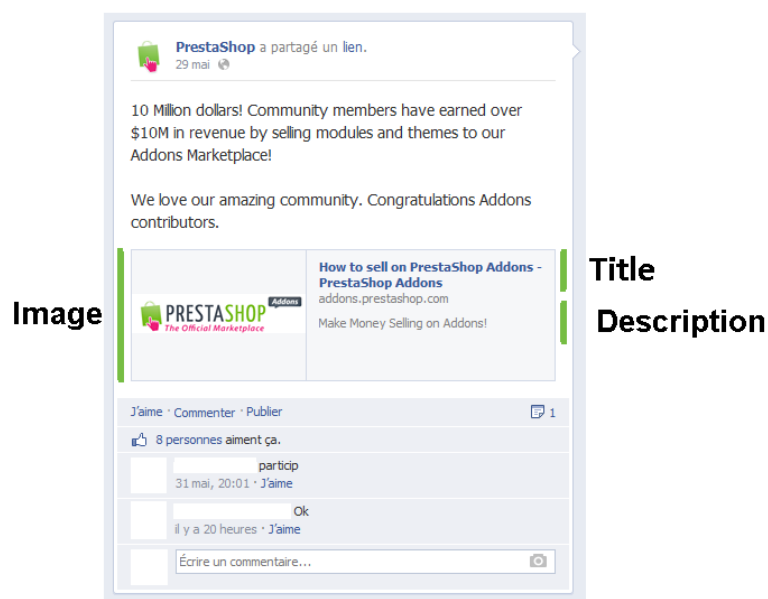
Questo meta tag si trova in prossimità della parte superiore dell'HTML in una pagina Web e fa parte dell'intestazione.



- ✓ SEO Expert ti consente inoltre di creare meta tag per **Facebook**.

Facebook dispone di un proprio insieme di meta tag per i social media che ti aiuteranno a incrementare il traffico sul tuo sito.

Puoi saltare questo passaggio se non disponi di una pagina Facebook.



- ✓ SEO Expert ti permette inoltre di creare meta tag per **Twitter**.

Le Twitter card, che si basano su meta tag, sono schede che puoi aggiungere al tuo sito. Puoi creare una card univoca da associare a ogni URL nel tuo sito.

Aggiungi in modo semplice e automatico dei tag alle pagine Web. Gli utenti di Twitter che pubblicano dei link con contenuti tratti dal tuo sito Web, includeranno una Twitter card visibile a tutti i loro follower.

Esempio di card Riepilogo (Summary):



## b. Configurazione

Clicca su “Aggiungi una nuova regola dei meta tag”. Viene visualizzata una nuova finestra nella quale completare queste 5 fasi:

- **Fase 1 – Generale:** è necessario compilare due campi: Nome regola e Lingua.
  - Il campo “Nome regola” ti permetterà di identificare la regola nella tabella riepilogativa dei meta tag.

Nota: scegli un nome per la regola che sia pertinente alla categoria selezionata.

  - Il campo “Lingua” determina la lingua utilizzata per la regola.

La lingua predefinita è quella impostata per il tuo negozio. Devi attivare altre lingue nel negozio per poterle selezionare come opzioni.

Per attivare nuove lingue, accedi alla scheda “Localizzazione”, quindi clicca su “Importa un pacchetto di lingue”.

Dopo aver assegnato un nome alla regola e selezionato la lingua desiderata, clicca su “Avanti”.



- **Fase 2 – Categoria:** seleziona le categorie di prodotti alle quali applicare la regola dei meta tag.

Seleziona “Tutte le categorie” per applicare lo stesso modello di meta tag a tutti i prodotti nel negozio.

Puoi inoltre applicare la regola a una sola categoria o sottocategoria. I prodotti con più categorie rientreranno nella categoria predefinita.

Dopo aver selezionato le categorie, clicca su “Avanti”.

- **Fase 3 – Configurazione dei meta tag:** seleziona i meta tag per le pagine dei tuoi prodotti.

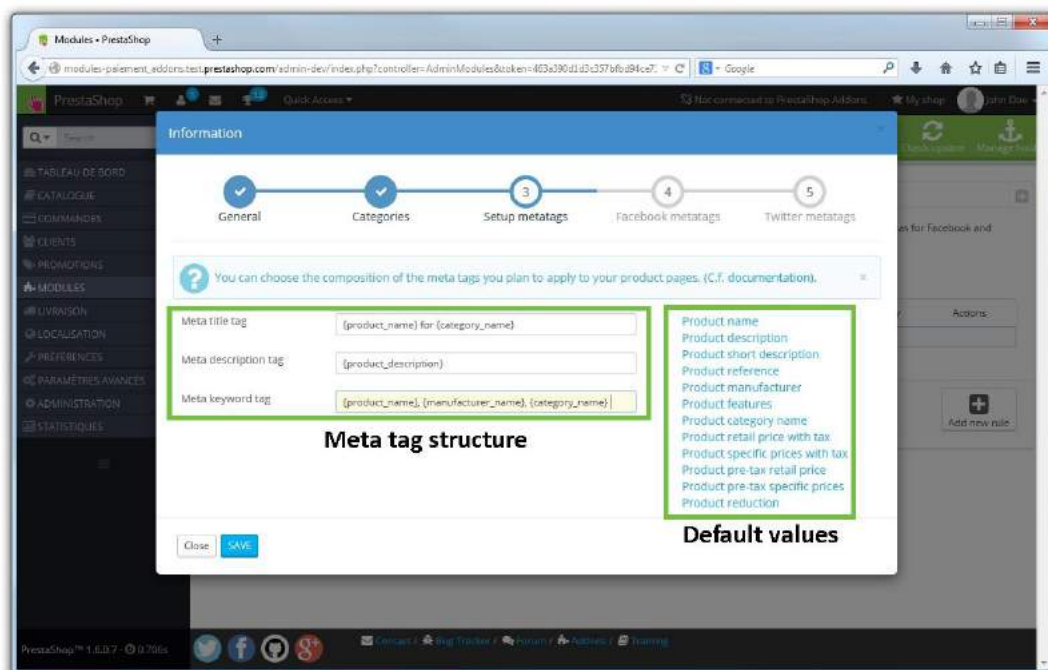
Questi campi possono essere compilati automaticamente:

- Meta titolo
- Meta descrizione
- Meta parole chiave

Le variabili sono elencate a lato; puoi utilizzarle per creare i modelli di meta tag. (Consulta l'elenco completo nella sezione “Configurazione dell'URL”.)

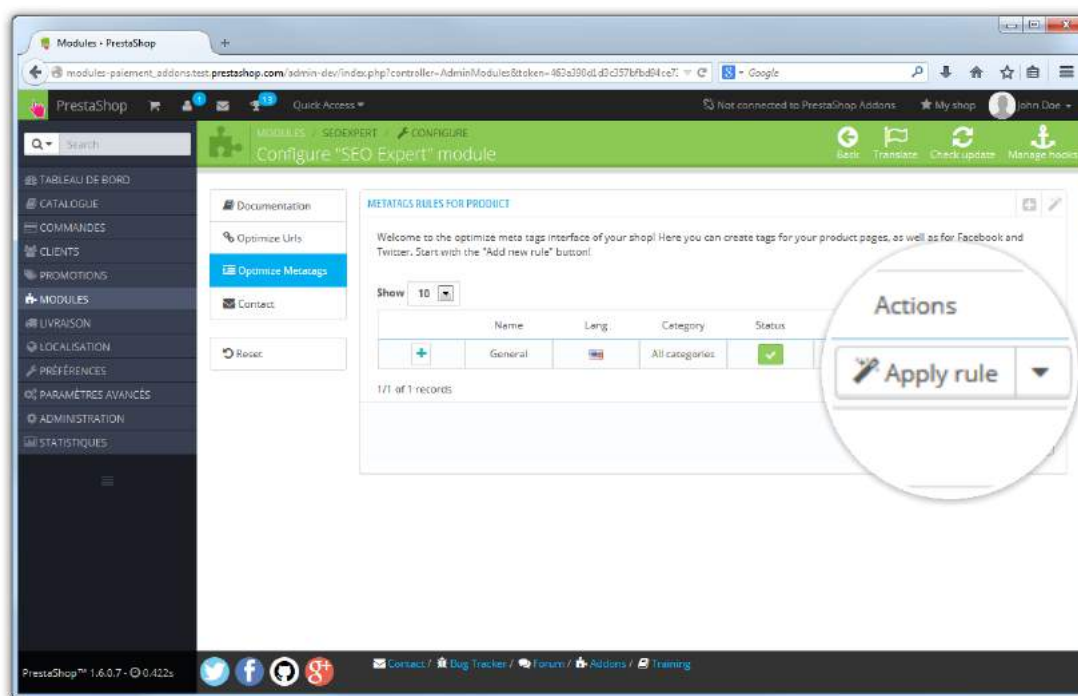
Il 95% della struttura degli URL deve essere composto da variabili. Per quanto non sia consigliato, è possibile ignorare l'utilizzo delle variabili se è presente un solo prodotto nella categoria.

Se un prodotto è interessato da più di una regola, verrà applicata l'ultima regola selezionata. Se non desideri sostituire un campo specifico (ad es. titolo, descrizione, ecc.), lascia vuota la relativa riga.





Dopo aver configurato le impostazioni dei meta tag, clicca su “Avanti” per configurare i tag per Facebook e Twitter. Se desideri configurare i soli tag relativi alla scheda del prodotto, clicca semplicemente su “Salva”. Per rendere effettiva questa regola, assicurati di cliccare su “Applica”.



Nota: i nuovi prodotti aggiunti a una categoria (interessati da una regola dei meta tag) verranno automaticamente aggiornati. Non è necessario riapplicare la regola degli URL.

#### - Fase 4 – Meta tag per Facebook

Sono disponibili i seguenti meta tag e campi per Facebook:

- ID Ammin (Admin IDs): ID utente su Facebook per gli utenti considerati amministratori o moderatori della pagina. Utilizza questo tag se disponi di una pagina Facebook e desideri ricevere più informazioni su Facebook Insights. Questo tag mostra a Facebook che sei il titolare del sito e collegherà la fan page di Facebook al tuo sito. Questo campo non è obbligatorio.
- ID applicazione (Application ID): ID applicazione per l'applicazione sulla piattaforma Facebook del sito. Questo campo non è obbligatorio.
- Titolo (Title): il titolo dei contenuti. Il funzionamento è lo stesso del tag titolo nei motori di ricerca. Non è necessario inserire nel titolo tutte le parole chiave; tuttavia deve attirare l'attenzione degli utenti Internet. Migliore sarà il testo e maggiori saranno le probabilità che un cliente ci clicchi sopra.

- Descrizione (Description): è simile al tag descrizione che illustra il contenuto della pagina. Pensa a testi che spingano i clienti a cliccarci sopra. Il testo non può superare i 297 caratteri.
- Tipo (Type): descrive il tipo di contenuti che condividi.
- Immagine (Image): determina se visualizzerai un'unica immagine o più immagini.

Se disponi di un account Twitter, clicca su “Continua”. In alternativa, esci cliccando su “Salva”, quindi su “Applica”.

#### - Fase 5 – Meta tag per Twitter

Questi tag descrivono i contenuti che condividi. È possibile associare ai tweet i seguenti tipi di card:

- Riepilogo (Summary): (predefinita) questa card comprende titolo, descrizione, anteprima, indicazione dell'account Twitter
- Riepilogo con immagine grande (Summary with a large image): simile alla card Riepilogo (Summary) ma con un'immagine di grandi dimensioni e informazioni aggiuntive
- Foto (Photo): una card contenente una sola foto.
- Galleria (Gallery): una card contenente una raccolta di quattro foto.
- Prodotto (Product): una card ottimizzata per le informazioni sul prodotto.

Per le Twitter card sono disponibili i seguenti tag e campi:

- Account Twitter (Twitter account): @nomeutente del sito Web che verrà visualizzato nella parte inferiore della Twitter card. Il simbolo @ è obbligatorio.
- Titolo (Title): come per Facebook, deve attirare l'attenzione e far aumentare i clic sulla pagina. Il testo non può superare i 70 caratteri.
- Descrizione (Description): un tag simile alla meta descrizione per i motori di ricerca. Il testo non può superare i 200 caratteri.
- Immagine (Image): seleziona una delle diverse dimensioni disponibili.
- Caratteristiche (Characteristics): mostra le informazioni sul prodotto, ad esempio prezzo, dimensione o altre informazioni generali.

Dopo aver configurato le impostazioni, clicca su “Salva”.

Al termine del salvataggio, verrà visualizzato un messaggio di conferma. Accedi a questa regola dalla tabella riepilogativa.

Per attivare la regola, clicca su “Applica”. Questo passaggio si applica alle regole per tutti i prodotti nelle categorie selezionate.

Una finestra visualizzerà a quanti prodotti viene applicata la regola. Modifica o aggiorna la regola in qualsiasi momento nella tabella riepilogativa.

Nota: per iniziare a utilizzare le Twitter card, segui questi 3 semplici passaggi:

1. Compila i meta tag pertinenti per la tua pagina.
2. Verifica i tuoi URL nello strumento di convalida per ricevere l'approvazione:

<https://dev.twitter.com/docs/cards/validation/validator>

3. Dopo aver ricevuto l'approvazione, twitta l'URL e vedrai la card visualizzata sotto al tweet. Twitter potrebbe impiegare più tempo per elaborare le approvazioni degli URL.

## V. SCHEDA CONTATTO

Accedi alle tue informazioni di contatto per porre domande sul modulo SEO Expert.

*Il modulo SEO Expert per PrestaShop è stato sviluppato dal team di PrestaShop; pertanto, la compatibilità con il software di e-commerce PrestaShop è garantita.*