

# SMXL 2019 Workshop di Majestic su link e Link Building

Majestic è uno degli sponsor fondanti di SMXL, arrivato alla sua quarta edizione quest'anno. SMXL 2019 ha organizzato una ricca offerta di workshop quest'anno e così Majestic ha offerto ai partecipanti un workshop gratuito dove si è parlato della link building e di backlink. È stato un workshop dai contenuti riscritti completamente per l'evento vista la presenza di novità importanti che ho presentato durante il workshop che è durato 4 ore.

Ci sono volute 130 slide di presentazione per descrivere tutte le funzionalità della piattaforma e presentare due case history interessanti: uno di strategia per fare link building ed un caso molto cattivo di backlink SPAM. Ma prima vediamo cosa si è discusso durante il workshop a proposito di Majestic e come sviluppare l'analisi dei link.

## Link Intelligence

### Ripensare i backlink e le strategie di Link Building

Già da tempo Majestic ha capito la centralità dei link come elemento strategico di relazioni tra due entità nel web: un elemento di congiunzione e di networking, di associazione di idee e persone – la sintesi di una relazione o l'elemento di contrasto e rottura tra due parti. Majestic analizza i link per capire l'importanza in termini di autorevolezza, reputazione e affinità di argomenti trattati. Questa è la vera potenza di Majestic di cui abbiamo parlato e che abbiamo visto in azione con molti esempi pratici.

Sono stati oggetto di particolare attenzione due novità che di fatto cambiano il modo di fare link building: [Link Context](#) e [Link Density](#)

Link Context ha fatto il suo debutto settembre di quest'anno – una novità assoluta che velocizza le attività di analisi dei link, offrendo una precisione fin qui sconosciuta. Da utente e conoscitore di Majestic, ho sviluppato delle analisi utilizzando la Link Context e mostrato ai partecipanti come la si può utilizzare praticamente nello sviluppo di analisi dei backlink.

#	Page	Link Density	External backlinks	Referring domains	URL Flow Metrics		Outbound		Last Seen
					Trust Flow	Citation Flow	Internal External		
							Total Outlinks Ext Domains		
1	43 Arts / Architecture Corriere della Sera - Ultime Notizie <a href="http://www.corriere.it/">http://www.corriere.it/</a>	⊙	2,839,459	11,109	49	57	1	27 Oct 2019	
	0								
	HTTP 301 Permanent Redirect	⊙					1		
	4 https://www.corriere.it/	0							
	144.708								
2	62 News / Newspapers Corriere della Sera - Ultime Notizie <a href="https://www.corriere.it/">https://www.corriere.it/</a>	⊙	1,296,766	1,952	63	64	346	27 Oct 2019	
	15								
	IT Italian, 85% confidence	361							
	15								
	146.348								

## Majestic Link Context: Una rappresentazione visiva della distribuzione dei link

È bastato poco per capire le potenzialità di questo strumento nuovo che ho illustrato con degli esempi pratici di funzionamento. Le esercitazioni hanno spaziato analizzando siti piccolissimi a portali autorevoli di livello nazionale ed internazionale. Per illustrare appieno le funzionalità della Link Context, ho proposto come esempio di analisi il portale del **Corriere della Sera**.

Temi caldi di oggi:

MALTEMPO

ILVA

MANOVRA

ARCELOORMITTAL

## Ex Ilva, la mossa di Mattarella: stasera incontro al Colle con i leader dei sindacati



di Redazione Economia

Questa sera i segretari generali delle tre sigle sindacali verranno ricevuti al Colle dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella per discutere la questione dell'ex Ilva

■ Mittal, più vicino l'incontro. E slitta il Consiglio dei ministri di Rita Quirzè

CORRIERE TV

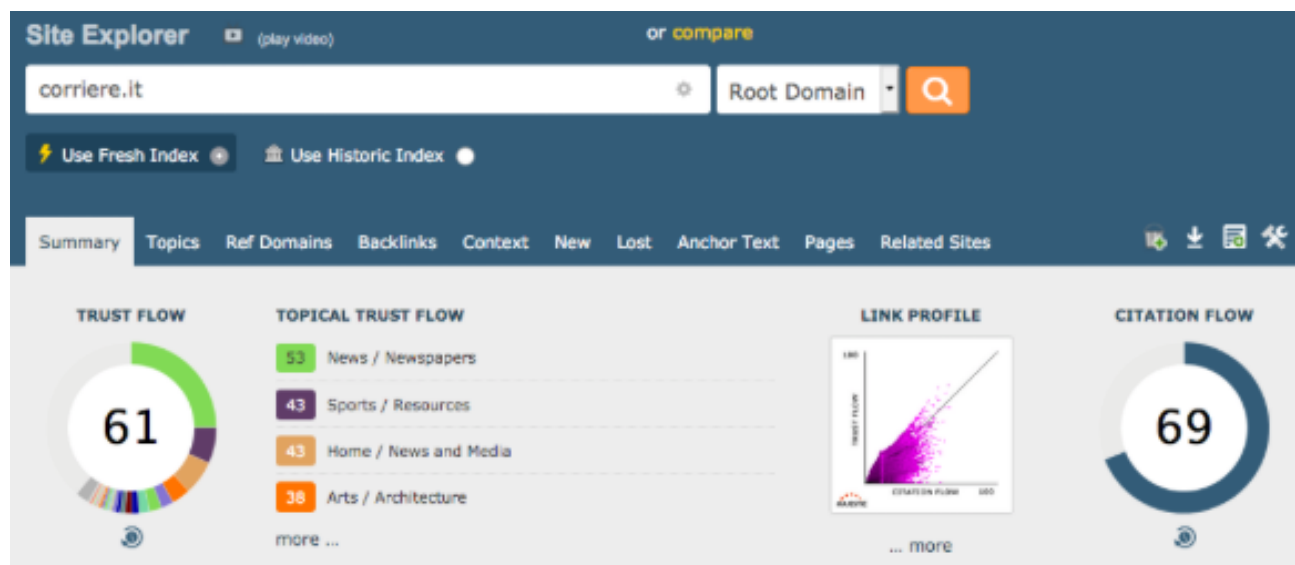


**Pasticcio Ferrari: cosa è successo**  
Il Gran Premio di Interlagos sarà ricordato per il disastro di Sebastian Vettel e Charles Leclerc.

EDITORIALI & COMMENTI

Corriere della Sera, quotidiano nazionale

Una verifica veloce dei parametri fondamentali di corriere.it:



Corriere della Sera - Ultime Notizie

Corriere della Sera: Trust Flow e Citation Flow



Il sito Corriere.it vanta un numero impressionante di backlink nell'[indice recente di Majestic](#): sono circa 35 milioni i backlink rilevati da Majestic con un incremento di circa 1 milione di link negli ultimi 90 giorni:

### Come si possono gestire tutti questi dati?

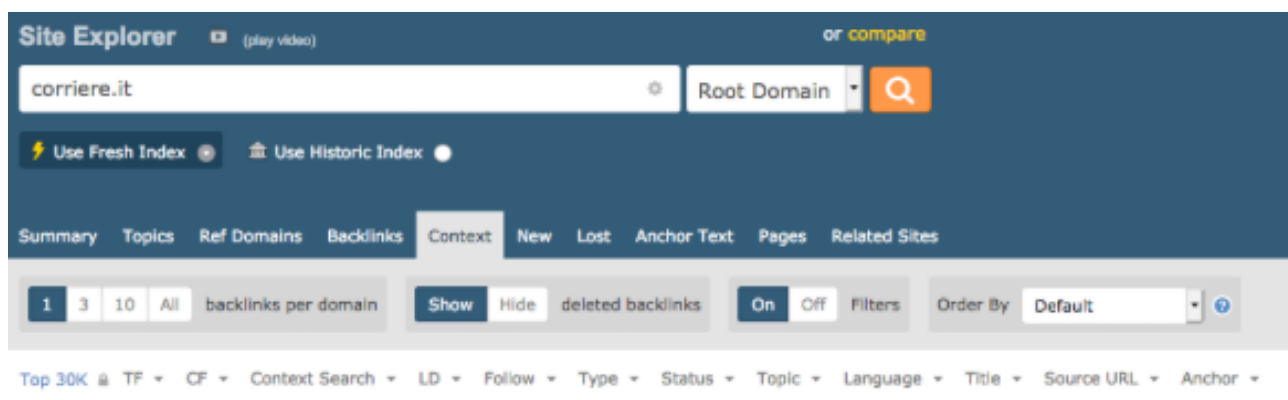
Per la maggior parte degli utenti che fanno analisi dei profili di backlink, è impensabile scaricare e processare così tanti dati: Excel soccombe, paralizzando il computer per poi andare in crash.

Con la nuova funzionalità [Link Context](#), è possibile sviluppare analisi, anche molto complesse, evitando il problema del download.

Adesso nella scheda Context di Site Explorer, Majestic offre in automatico una lista dei link più significativi: in questo caso **la lista breve è di 30.000 link**. Ci vogliono giorni per fare delle analisi, anche superficiali, di così tanti link, per non parlare della noia nel fare un lavoro ripetitivo tutto il giorno:

*il rischio di sbagliare è altissimo.*

Nel workshop, abbiamo fatto degli esempi operando proprio sul profilo dei backlink di corriere.it - in pochi minuti abbiamo analizzata la lista per intero:



### La selezione dei backlink utilizzando la Link Context

Si è passati da 30.000 link a 11.000 con una semplicissima operazione di filtraggio:

Da qui siamo passati all'uso delle funzionalità SEO utilizzate per valutare la qualità dei backlink ovvero il [Trust Flow](#), analisi dell'anchor text, ed il [Topical Trust Flow](#)

## Related Sites

Related Sites, che potremmo tradurre **Siti Complementari**, è un elenco generato utilizzando la [Link Context](#). È una lista generata automaticamente ed è l'elenco dei migliori siti contestuali individuati ottenuta dalla Link Context analisi.

Con degli esempi pratici, ho illustrato come si sviluppa la lista dei siti complementari e come questi dati possono trasformarsi in **informazioni strategiche ad elevato valore aggiunto** per valutare le attività di competitor oppure individuare delle opportunità di link building.

## L'analisi di siti complementari aiuta il Digital Marketing e PR

Le opportunità offerte dai siti complementari, per sviluppare opportunità di link building ottimizzato, sono emerse sistematicamente durante le varie analisi fatte durante il workshop: abbiamo analizzato siti che avevo individuato preparando la presentazione (che puoi scaricare alla fine del post) e altri suggeriti dai partecipanti.

Il concetto alla base di questi dati è che gruppi di link così organizzati sono quasi sempre "tematizzati" ovvero trattano argomenti molto vicini o complementari e per questo sono degli ottimi prospect per fare link building.

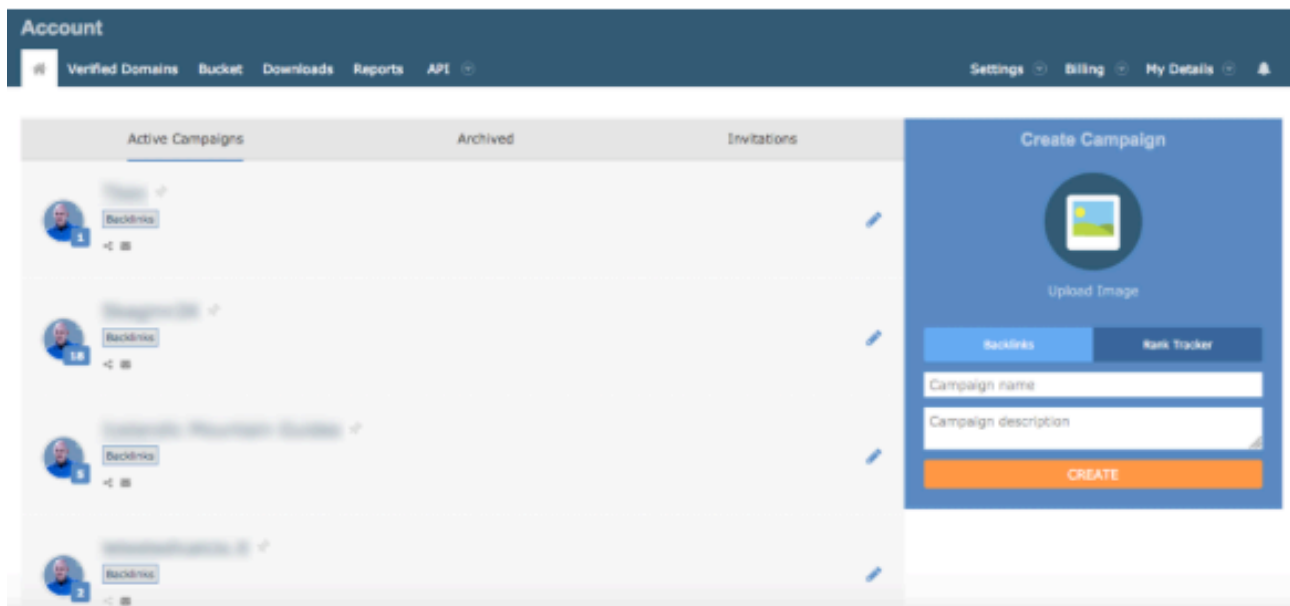
Abbiamo esportato tabelle di dati, utilizzando la funzione di esportazione e fatto uso del cosiddetto "secchio" (Bucket) di Majestic per mettere in evidenza siti su cui fare delle analisi in un secondo momento.

Così facendo abbiamo sviluppato una lista di siti di interesse per un piccolo ristorante a cui siamo arrivati cercando un ristorante nelle vicinanze del MiCo dove si è tenuto SMXL 2019.

## Majestic Campaigns

Abbiamo esaminato ogni aspetto delle [Campagne](#) di Majestic. Anche su questa funzionalità c'è stato molto interesse, soprattutto da parte delle agenzie SEO a cui interessa automatizzare il processo di condivisione di dati con clienti o altre agenzie partner.

Come descritto nell'[articolo](#), abbiamo visto come anche le campagne possono essere utilizzate per individuare siti per ottenere dei backlink.



Screenshot del pannello di controllo Campagne di Majestic



Campagne Majestic: Possono essere condivise attraverso una URL pubblica oppure privata protetta da password

## Le case histories

Questa è stata la parte più interessante del workshop che si è concluso con le domande e considerazioni da parte dei partecipanti.

Ho preparato due casi molto interessanti da sottoporre agli utenti di Majestic che fanno capire la complessità di un'operazione di link building (di qualità) e tecniche di backlink SPAM che possono danneggiare il posizionamento organico di un sito.

In entrambi i casi Majestic è stato lo strumento di riferimento.

# Case History N°1 - Sviluppo di una strategia di Link Building

Per chi fa link building questa è l'attività più interessante e stimolante: progettare una campagna di link building. Non ci sono regole precise, non ci sono scorciatoie, non esistono alternative veloci e che costano poco.

Ognuno di noi ha uno stile, un approccio diverso, una strategia che porterà risultati diversi. Nella presentazione troverai delle slide ricavate da una recente attività di analisi per lo sviluppo di una strategia di accrescimento dei backlink per una realtà industriale piuttosto curiosa: l'azienda progetta ed installa impianti per la trasformazione di prodotti alimentari, in particolare pesce e carni.

C'è stata una discussione interessante alla fine del workshop su questo tema così come ho avuto molte domande sulla seconda case history:

## Backlink SPAM possono compromettere il posizionamento organico?

Più che un caso con soluzione al problema, è stata una discussione aperta sul tema:

**I backlink SPAM in grandi numeri possono danneggiare o addirittura compromettere le attività di SEO di un sito se i link sono NOFOLLOW?**

Il caso presentato è di un piccolo sito con pochi backlink che tuttavia è riuscito a posizionarsi per alcune parole chiave interessanti. Il sito si è ritrovato improvvisamente con oltre 10.000 backlink, tutti NOFOLLOW, da siti SPAM.

Anche in questo caso Majestic è stato fondamentale nell'individuare la problematica, capirne le dimensioni, porre in atto azioni correttive Come la creazione di un file disavow.

I due casi saranno oggetto di post separati che pubblicherò a breve sempre qui dal blog di Majestic  
- A presto!