



SEO AUDIT

Ottimizza la SEO con Rank Math ufficiale per portare il tuo sito web
in cima a Google o a qualsiasi altro motore di ricerca

Un prodotto di PrestaHero

Contenuto

I. INTRODUZIONE	4
II. INSTALLAZIONE	4
III. AVVIO RAPIDO	5
IV. PANNELLO DI CONTROLLO	9
V. ANALISI SEO E ANALISI DI LEGGIBILITÀ SPIEGATE	12
1. Che cos'è l'analisi SEO?	12
2. Che cos'è l'analisi di leggibilità?	13
3. Comprensione dei punteggi SEO e di leggibilità	14
VI. URL SEO	14
1. Struttura URL e rimozione ID	15
2. Controlla gli URL duplicati	22
3. Reindirizzamenti URL	24
4. 404 Monitor	27
VII. ESEMPI DI OTTIMIZZAZIONE SEO	29
1. Ottimizzazione SEO per una pagina prodotto specifica	30
2. Ottimizzazione SEO per una pagina CMS specifica	37
VIII. MAPPA DEL SITO	44
IX. RSS	47
X. ROBOTS.TXT	49
XI. VALUTAZIONI / SNIPPET	51
1. Valutazioni	51
2. Breadcrumb	53
3. Autorità	55

XII. META MODELLO	57
XIII. SOCIAL	61
1. Profili social	61
2. Configurazione specifica per Facebook, Twitter e Pinterest	62
XIV. TRAFFICO	64
XV. IMPOSTAZIONI	65
1. Impostazioni generali	66
2. Backup	67
3. ChatGPT	68
XVI. GRAZIE	70

I. INTRODUZIONE

Hai dedicato molto tempo e impegno ma non sei ancora riuscito a portare il tuo sito web al primo posto nei risultati di ricerca di Google? Aspetta, forse il motivo è che il tuo sito web non è ben ottimizzato per la SEO! Proviamo **SEO Audit**, il nostro modulo SEO completo per **PrestaShop** con tutto il necessario per migliorare l'ottimizzazione SEO del tuo sito web!

SEO Audit dispone di una serie di strumenti completi per l'ottimizzazione SEO: **analisi SEO, ottimizzazione URL, mappa del sito, feed RSS e SEO per i social media, meta template**, ecc. per portare il tuo sito web ai primi posti su Google o su qualsiasi altro motore di ricerca.

* “**SEO Audit**” è compatibile con *PrestaShop 1.7.x, 8.x e 9.x*.

II. INSTALLAZIONE

1. Vai su “**Moduli / Gestore moduli**”, clicca su “**Carica un modulo / Seleziona file**”
2. Seleziona il file del modulo “**ets_seo.zip**” dal tuo computer, quindi fai clic su “**Apri**” per installarlo
3. Fare clic sul pulsante “**Configura**” del modulo appena installato per aprire la pagina di configurazione del modulo

Accesso rapido: puoi anche navigare verso Pagina di configurazione di **SEO Audit** tramite il menu di accesso rapido.

The screenshot shows the PrestaShop 8.1.2 Admin Control Panel. The left sidebar is titled 'MIGLIORA' and contains sections for Moduli, Design, Spedizione, Pagamento, Internazionale, and Marketing. The 'SEO AUDIT' section is highlighted with a red box and contains links for Pannello di controllo, URL SEO, Mappa del sito, RSS, Robots.txt, Valutazioni / snippet, Meta-modelli, Rete sociale, Traffico, and Impostazioni. The main content area is titled 'Pannello di controllo' and shows an 'Overview attività' section with 'Visitatori online' (208) and 'Carrelli attivi' (0). It also includes sections for 'Attualmente in Attesa' (0 Ordini, 0 Resi/Cambi, 0 Carrelli abbandonati, 1 Prodotto esaurito), 'Notifiche' (0 Nuovi messaggi, 0 Recensioni prodotti), and 'Clients e Newsletters' (2 Nuovi clienti, 0 Nuovi abbonati, 1 Abbonati totali). A chart titled 'Pannello di controllo' shows 'Promozione' (0,00 \$ Tasse escluse), 'Ordini' (0), 'Valore carrello' (0,00 \$ Tasse escluse), and 'Visite' (0). A line chart titled 'Previsione 2022' shows data from 12/8/2022 to 1/9/2022, with values ranging from -1 to 1.

III. AVVIO RAPIDO

Questa sezione è pensata per gli utenti che desiderano **configurare rapidamente SEO Audit con le impostazioni più adatte** e iniziare a migliorare le prestazioni SEO del proprio sito web subito dopo l'installazione. Se sei alle prime armi con la SEO o non sai da dove iniziare, segui i passaggi seguenti **nell'ordine indicato**.

Passaggio 1: abilita URL amichevoli e rimuovi ID

Vai a **URL SEO > Struttura URL e rimuovi ID**

Impostazioni consigliate:

- Abilita **URL amichevoli**
- Abilita **Rimuovi ID negli URL**

- Abilita **il reindirizzamento dei vecchi URL ai nuovi URL**
- Tipo di reindirizzamento: **301 – Spostato definitivamente**

Perché è importante:

- Gli URL puliti sono più facili da comprendere per i motori di ricerca e gli utenti
- La rimozione degli ID evita URL duplicati
- I reindirizzamenti 301 preservano le tue classifiche SEO e i backlink esistenti

 **Importante:** *abilita gli URL amichevoli solo se il tuo server supporta la riscrittura degli URL (Apache `mod_rewrite` / `Riscrittura di Nginx`).*

Passaggio 2: configura i meta modelli (titolo e descrizione)

Vai a **Meta Template**. Imposta i meta template per:

- Pagine dei prodotti
- Pagine di categoria
- Pagine CMS
- Pagine del marchio (produttore)
- Pagine dei fornitori

Perché è importante:

- Assicura che ogni pagina abbia un meta titolo e una descrizione
- Previene metadati mancanti o duplicati
- Risparmia tempo rispetto alla modifica manuale delle pagine

 **Suggerimento:** *Utilizza variabili dinamiche (nome del prodotto, nome della categoria, nome del negozio) per mantenere univoci i meta contenuti.*

Passaggio 3: abilita l'analisi SEO automatica

Vai alla **Dashboard**. Fai clic sul pulsante "**Analizza le pagine non analizzate**". Seleziona i tipi di pagina che desideri analizzare, quindi fai clic su "**Analizza**".

Che succede:

- **SEO Audit** analizza automaticamente i contenuti per:
 - Pagine dei prodotti
 - Pagine di categoria
 - Pagine del marchio/fornitore
 - Pagine CMS
 - Pagine di categoria CMS
- I punteggi SEO appaiono immediatamente nella parte superiore di ogni pagina

Passaggio 4: Genera e invia la mappa del sito

Vai alla **Sitemap**. Attiva l'opzione "**Abilita Sitemap**".

Azioni consigliate:

- Genera la mappa del sito per tutte le lingue disponibili
- Mantieni dinamica la mappa del sito (non è richiesta alcuna rigenerazione manuale)

Perché è importante:

- Aiuta i motori di ricerca a scoprire le tue pagine più velocemente
- Migliora l'indicizzazione per i contenuti nuovi e aggiornati

Passaggio 5: configurare Robots.txt

Vai a **Robots.txt**

Azioni consigliate:

- Utilizzare la configurazione predefinita come base
- Blocca le directory non pubbliche o non necessarie
- Rivedi attentamente le regole prima di salvare

Perché è importante:

- Impedisce ai motori di ricerca di scansionare pagine irrilevanti o sensibili
- Aiuta a concentrare il budget di scansione sui contenuti importanti

 **Attenzione:** *il blocco di pagine importanti nel file robots.txt potrebbe causare la loro scomparsa dai risultati di ricerca.*

Passaggio 6: abilita i rich snippet e i dati strutturati

Vai a **Valutazione / Frammento**. Consigliato:

- Abilita **Breadcrumb**
- Configurare le informazioni **sull'autorità del sito Web**

Perché è importante:

- I breadcrumb migliorano l'aspetto e la navigazione dei risultati di ricerca
- I dati strutturati aiutano i motori di ricerca a comprendere meglio i tuoi contenuti

Passaggio 7: configurare i dati social e Open Graph

Vai su **Social**. Azioni consigliate:

- Aggiungi i tuoi profili social ufficiali
- Configura le impostazioni di Open Graph per Facebook, Twitter/X e Pinterest

Perché è importante:

- Migliora l'aspetto delle tue pagine quando vengono condivise sui social network
- Migliora la visibilità del marchio nei risultati di ricerca

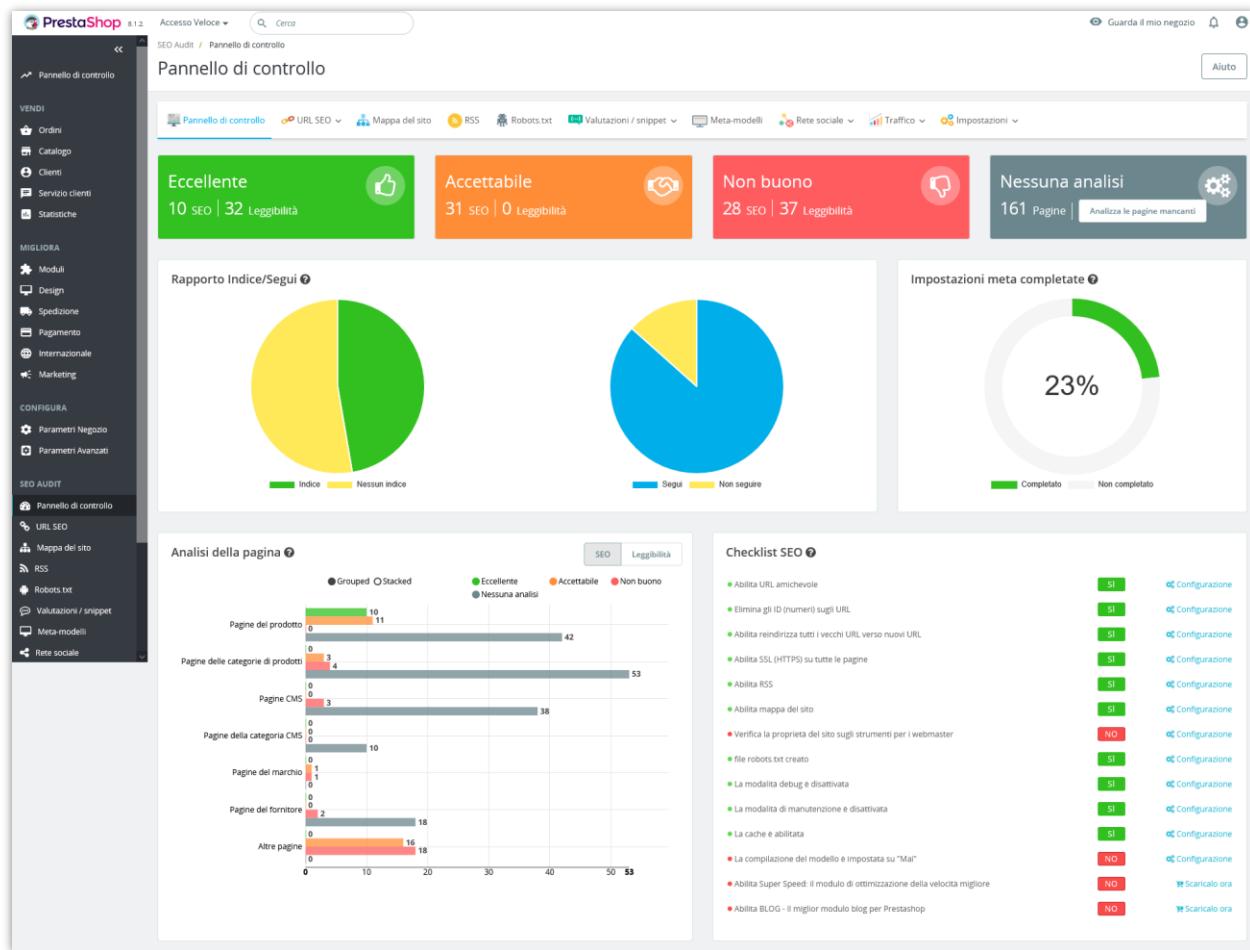
Una volta completati questi passaggi, il tuo sito web è pronto per l'ottimizzazione SEO continua tramite **SEO Audit**.

IV. PANNELLO DI CONTROLLO

La **Dashboard** è la panoramica centrale delle prestazioni SEO del tuo sito web. Ti aiuta a comprendere rapidamente lo stato SEO attuale, a identificare potenziali problemi e a decidere su cosa concentrare i tuoi sforzi di ottimizzazione.

Dalla Dashboard puoi monitorare:

- Risultati dell'analisi SEO
- Risultati dell'analisi di leggibilità
- Lista di controllo SEO
- Progressi complessivi nell'ottimizzazione del tuo sito web



Panoramica su SEO e leggibilità

Questa sezione mostra una panoramica di quante pagine rientrano in ciascun livello di qualità SEO e Leggibilità sul tuo sito web. Invece di visualizzare un singolo punteggio, **SEO Audit** raggruppa le tue pagine in quattro categorie sia per l'Analisi SEO che per l'Analisi della Leggibilità:

- Eccellente – Pagine molto ben ottimizzate
- Accettabile – Pagine generalmente accettabili ma che potrebbero essere migliorate
- Scarso – Pagine con gravi problemi SEO o di leggibilità
- Nessuna analisi: pagine che non sono ancora state analizzate

I numeri visualizzati rappresentano il numero totale di pagine in ciascuna categoria. Nei negozi multilingua, ogni versione linguistica di una pagina viene conteggiata separatamente.

 **Suggerimenti:** *per una spiegazione dettagliata di come vengono calcolati questi punteggi e di come migliorarli, fare riferimento alla sezione: "ANALISI SEO E ANALISI DI LEGGIBILITÀ SPIEGATE"*

Analisi delle pagine

La sezione **Analisi pagine** mostra il numero di pagine analizzate per tipologia, ad esempio prodotti, categorie, pagine CMS, marchi e fornitori.

Nei negozi multilingue, il numero di pagine viene moltiplicato per il numero di lingue attive, poiché ogni versione linguistica viene analizzata separatamente.

Index / Follow

Questo indicatore mostra quante pagine sono:

- Indicizzabile (può apparire nei risultati di ricerca)
- Seguibile (consente di passare il valore del collegamento ad altre pagine)

 **Nota importante:** *le pagine impostate su "Nessun indice" o "Nessun follow" non contribuiranno alla tua visibilità SEO.*

Impostazioni Meta Completate

Questa metrica indica quante pagine hanno meta titoli e meta descrizioni.

Buone pratiche:

- Le pagine importanti dovrebbero sempre avere metà titoli e descrizioni univoci
- mancanti o duplicati possono ridurre la visibilità della ricerca

 **Suggerimenti:** se i metadati non vengono definiti manualmente, **SEO Audit** può generarli automaticamente utilizzando **META MODELLO**.

Lista di controllo SEO

La **checklist SEO** fornisce un elenco chiaro delle migliori pratiche di controllo SEO, visualizzate con indicatori colorati:

- Verde: Completato o ottimizzato
- Giallo: necessita di miglioramenti
- Rosso: rilevati problemi importanti

 **Suggerimenti:** iniziare con gli elementi rossi prima di migliorare quelli gialli.

V. ANALISI SEO E ANALISI DI LEGGIBILITÀ SPIEGATE

Questa sezione spiega come **SEO Audit** valuta le tue pagine, cosa significano i punteggi SEO e di leggibilità e come puoi utilizzare queste informazioni per migliorare il tuo sito web passo dopo passo, anche se non sei un esperto di SEO.

1. Che cos'è l'analisi SEO?

L'analisi SEO valuta l'ottimizzazione di una pagina per i motori di ricerca come Google, Bing e altri. L'obiettivo dell'analisi SEO è aiutare i motori di ricerca a:

- Capire di cosa tratta la tua pagina

- Indicizza correttamente la tua pagina
- Migliorare il posizionamento della tua pagina per query di ricerca pertinenti

SEO Audit verifica molteplici fattori SEO on-page e fornisce chiari consigli per migliorarli.

Gli elementi tipici analizzati includono:

- Titolo della pagina (meta titolo)
- Meta descrizione
- Struttura URL
- Titoli (H1, H2, H3...)
- Utilizzo delle parole chiave
- Link interni ed esterni
- Attributi ALT dell'immagine
- Indice / Segui le impostazioni
- Dati strutturati (quando disponibili)

Ogni pagina riceve un punteggio SEO che riflette il livello di ottimizzazione di questi elementi.

2. Che cos'è l'analisi di leggibilità?

L'analisi della leggibilità si concentra sulla facilità di lettura e comprensione dei contenuti per i visitatori. Mentre l'analisi SEO è rivolta ai motori di ricerca, l'analisi della leggibilità è rivolta agli utenti reali.

L'analisi della leggibilità verifica fattori quali:

- lunghezza della frase
- Struttura del paragrafo
- Utilizzo di titoli e sottotitoli

- Parole di transizione
- Chiarezza del contenuto
- Formattazione del testo

Perché è importante:

- I contenuti di facile lettura mantengono i visitatori più a lungo sulla tua pagina
- Una migliore esperienza utente può migliorare indirettamente le prestazioni SEO
- I contenuti chiari aumentano le conversioni e la fiducia

Una pagina ottimizzata solo per la SEO ma difficile da leggere non avrà buone prestazioni a lungo termine.

3. Comprensione dei punteggi SEO e di leggibilità

SEO Audit utilizza un sistema di punteggio basato sui colori per aiutarti a comprendere rapidamente la qualità della pagina:

● Verde – Ben ottimizzato

● Giallo – Necessita di miglioramenti

● Rosso – Rilevati problemi importanti

⚠ Note importanti: *un punteggio rosso o giallo non significa che la tua pagina sia "scarsa". I punteggi sono linee guida, non penalità. I miglioramenti dovrebbero essere apportati gradualmente, non tutti in una volta.*

VI. URL SEO

Gli URL ottimizzati per la SEO aiutano sia i motori di ricerca che i clienti a comprendere più facilmente il contenuto della tua pagina. Con **SEO Audit**, puoi controllare la struttura degli URL, rilevare URL duplicati, gestire i reindirizzamenti e monitorare gli errori 404, tutto da un'unica posizione.

1. Struttura URL e rimozione ID

Nella pagina **Struttura URL e Rimuovi ID** puoi gestire le impostazioni SEO per le singole pagine e definire come vengono generati gli URL sul tuo sito web.

Questa pagina è divisa in due aree principali:

- Elenco SEO e URL: gestisci e ottimizza le singole pagine
- Schema degli URL: configura la struttura globale degli URL e le regole di reindirizzamento

Comprendere entrambi gli aspetti ti aiuterà a migliorare i punteggi SEO, a evitare URL duplicati e a mantenere la struttura del tuo sito web pulita e ottimizzata per i motori di ricerca.

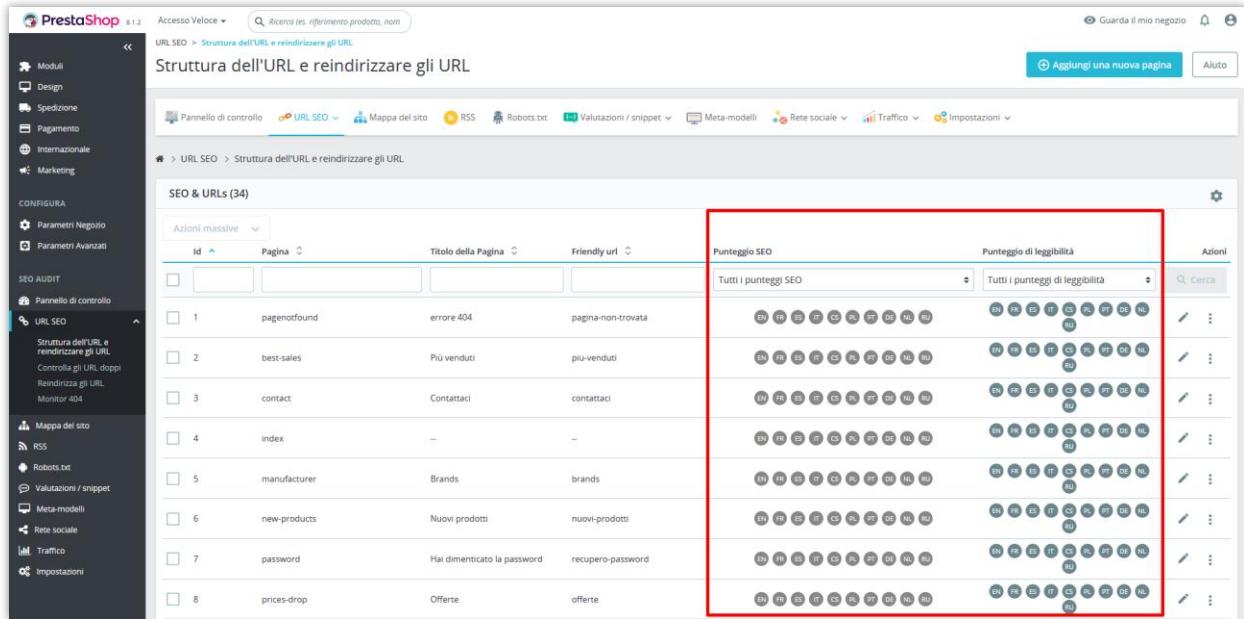
Per accedere a questa funzionalità, vai su: **URL SEO > Struttura URL e rimuovi ID**

1.1 Elenco SEO e URL – Gestione delle singole pagine

Nella parte superiore della pagina, vedrai un elenco di pagine etichettate SEO e URL. Per ogni pagina, **SEO Audit** mostra:

- Nome della pagina
- Titolo della pagina
- URL amichevole
- Punteggio SEO
- Punteggio di leggibilità

Negli store multilingua, ogni versione linguistica di una pagina viene analizzata separatamente. Le colonne SEO e Leggibilità consentono di identificare rapidamente le pagine che necessitano di miglioramenti.



The screenshot shows the PrestaShop SEO & URLs page. The left sidebar includes sections for Moduli, Design, Spedizione, Pagamento, Internazionale, Marketing, CONFIGURA, Parametri Negozio, and Parametri Avanzati. The main content area is titled 'Struttura dell'URL e reindirizzare gli URL' and shows a table titled 'SEO & URLs (34)'. The table has columns for 'Id', 'Pagina', 'Titolo della Pagina', 'Friendly url', 'Punteggio SEO' (with a dropdown for 'Tutti i punteggi SEO'), and 'Punteggio di leggibilità' (with a dropdown for 'Tutti i punteggi di leggibilità'). The table lists 34 pages, each with a checkbox, a page title, a friendly URL, and a grid of icons representing SEO and readability scores across various languages. A red box highlights the 'Punteggio SEO' and 'Punteggio di leggibilità' columns.

Modifica di una pagina dall'elenco SEO e URL

Per ottimizzare una pagina:

- Fai clic su **Modifica** nella pagina che desideri migliorare.
- Verrai reindirizzato alla schermata di modifica della pagina.

Quando modifichi una pagina, vedrai i seguenti campi:

Nome del campo	Descrizione	Buone pratiche
Nome della pagina	Identifica la pagina correlata (pagina di sistema, prodotto, pagina CMS, ecc.)	Questo campo è informativo e solitamente non è necessario modificarlo
Titolo della pagina (Meta titolo)	Il titolo visualizzato nei risultati del motore di ricerca. Dovrebbe essere chiaro, descrittivo e pertinente al contenuto della pagina.	<ul style="list-style-type: none"> Mantenetevi entro il limite di caratteri consigliato. Includi la parola chiave principale in modo naturale. Evita titoli duplicati nelle pagine.
Meta descrizione	<ul style="list-style-type: none"> Una breve descrizione visualizzata sotto il 	<ul style="list-style-type: none"> Riassumere chiaramente il contenuto della

	<p>titolo nei risultati di ricerca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aiuta a migliorare il tasso di clic (CTR) 	<p>pagina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rendilo attraente per gli utenti • Evita il riempimento di parole chiave • Rimanere entro la lunghezza consigliata <p>💡 Suggerimento: puoi utilizzare variabili dinamiche (nome del negozio, titolo, separatore) per mantenere la coerenza delle descrizioni.</p>
Meta parole chiave	<ul style="list-style-type: none"> • Campo facoltativo • Per lo più ignorato dai moderni motori di ricerca. • Può essere lasciato vuoto senza influire sulla SEO. 	
URL riscritto (URL amichevole)	<p>Definisce l'URL SEO-friendly per la pagina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare lettere minuscole e trattini. • Evita i caratteri speciali. • Siate brevi e significativi. • Corrisponde all'argomento principale della

		pagina.
Selezione della lingua	Ogni campo SEO supporta la configurazione multilingua.	<ul style="list-style-type: none"> • Ogni versione linguistica ha le sue impostazioni SEO. • I punteggi SEO e di leggibilità vengono calcolati per lingua. • Assicuratevi che le lingue importanti siano ottimizzate individualmente.

Una volta configurati tutti i campi, fare clic su **Salva**. I dati SEO della pagina verranno aggiornati immediatamente.

⚠️ Nota importante: *la modifica dell'URL riscritto aggiornerà l'URL della pagina. Se il reindirizzamento URL è abilitato, **SEO Audit** reindirizzerà automaticamente il vecchio URL a quello nuovo.*

1.2 Schema degli URL – Impostazioni della struttura URL globale

Sotto l'elenco delle pagine, troverai la sezione "**Schema degli URL**". Questa sezione definisce come gli URL vengono generati e gestiti a livello globale sul tuo sito web.

Rimuovi ID nell'URL

Cosa fa:

- Rimuove gli ID numerici dagli URL
- Crea URL più puliti e leggibili
- Riduce i problemi di URL duplicati

Esempio: `/123-nome-prodotto.html` → `/nome-prodotto.html`

Rimuovi il codice ISO nell'URL per la lingua predefinita

Cosa fa:

- Rimuove il codice della lingua (ad esempio / en /) dagli URL della lingua predefinita
- Mantiene gli URL più brevi e puliti

Esempio: `/ en /nome-prodotto` → `/nome-prodotto`

Rimuovi l'alias dell'attributo nell'URL

Cosa fa:

- Semplifica gli URL per i prodotti con combinazioni
- Evita variazioni URL non necessarie
- Aiuta a ridurre i contenuti duplicati e l'inefficienza della scansione

Esempio: il tuo negozio ha un prodotto denominato: *T-Shirt* con attributi: Colore = Rosso, Taglia = M. L'URL del prodotto potrebbe essere simile a: [/t-shirt-rosso-m.html](#). Quando questa opzione è impostata su **Sì**, l'URL del prodotto diventa: [/t-shirt.html](#). Gli attributi selezionati vengono comunque gestiti internamente da PrestaShop, ma non compaiono più nell'URL.

Reindirizza tutti i vecchi URL ai nuovi URL

Cosa fa:

- Reindirizza automaticamente i vecchi URL alla nuova struttura
- Preserva il valore SEO dei backlink e degli URL indicizzati

Tipo di reindirizzamento:

- 302 – Spostato temporaneamente durante la configurazione del tuo negozio
- 301 – Spostato definitivamente una volta che la struttura dell'URL è definitiva

Configurazione del percorso (utenti avanzati)

I campi di percorso definiscono come sono strutturati gli URL per: prodotti, categorie, marchi, fornitori, pagine CMS, categorie CMS, moduli.

Per la maggior parte dei negozi:

- I valori predefiniti sono già ottimizzati
- Non sono necessarie modifiche a meno che non si abbiano esigenze SEO particolari

⚠ Nota importante: *modificare i percorsi in modo errato potrebbe danneggiare gli URL o causare problemi SEO.*

2. Controlla gli URL duplicati

Gli URL duplicati si verificano quando più URL rimandano allo stesso contenuto o a contenuti molto simili. Questo può confondere i motori di ricerca e ridurre le prestazioni SEO del tuo sito web.

La funzionalità "**Controlla URL duplicati**" ti aiuta a rilevare, esaminare e correggere i problemi relativi agli URL duplicati nel tuo negozio. Per accedere a questa funzionalità, vai a: **URL SEO > Controlla URL duplicati**.

2.1 Cosa sono gli URL duplicati?

Gli URL duplicati si verificano solitamente quando:

- È possibile accedere alla stessa pagina tramite URL diversi
- I parametri URL creano più versioni dello stesso contenuto
- I vecchi URL esistono ancora dopo le modifiche alla struttura degli URL
- Le combinazioni di prodotti o i filtri generano URL aggiuntivi

Esempio:

/nome-prodotto.html

/ nome-prodotto.html?colore =rosso

/ nome-prodotto.html?utm_source = facebook

Sebbene questi URL mostrino lo stesso prodotto, i motori di ricerca potrebbero trattarli come pagine separate.

 **Suggerimento:** i motori di ricerca preferiscono un URL canonico chiaro per pagina.

The screenshot shows the SEMrush URL SEO tool interface. The top navigation bar includes 'URL SEO / Controlla gli URL doppi' and 'Aiuto'. Below the navigation is a breadcrumb trail: 'Pannello di controllo > URL SEO > Controlla gli URL doppi'. The main content area is titled 'Controlla gli URL doppi' and contains several sections: 'Prodotti', 'Categorie di prodotto', 'CMS (pagine)', 'Categorie di CMS', and 'Altre pagine'. Each section has a table with columns: 'Riscrivi link', 'Linguaggio', 'Link totale duplicato', and 'Nome'. A blue banner at the bottom of each section displays the message 'Ottimo! Nessun duplicato trovato' (Excellent! No duplicates found).

2.2 Come correggere gli URL duplicati

Per ogni problema di URL duplicato, dovresti decidere come gestirlo.

Soluzioni consigliate:

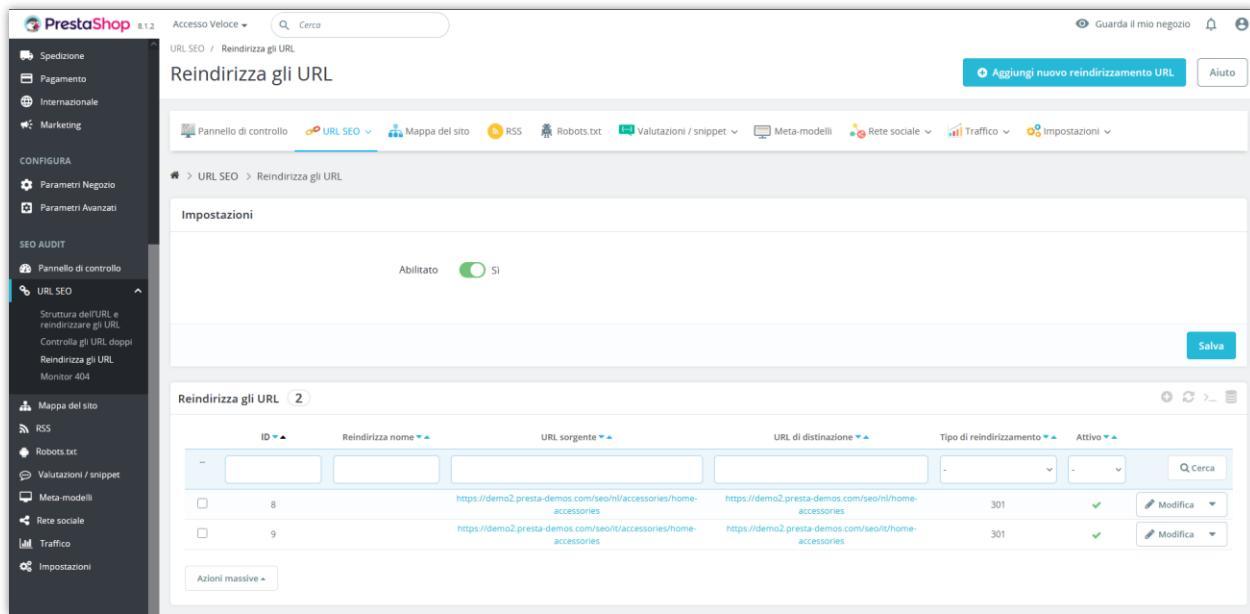
- Reindirizzare gli URL duplicati all'URL principale utilizzando un reindirizzamento 301
- Assicurati che le opzioni URL amichevoli e Rimuovi ID siano abilitate
- Rimuovere i parametri URL non necessari quando possibile

💡 Suggerimento: nella maggior parte dei casi, l'URL più breve e pulito dovrebbe essere mantenuto come versione principale.

3. Reindirizzamenti URL

I **reindirizzamenti URL** consentono di indirizzare visitatori e motori di ricerca da un URL all'altro. Sono essenziali per mantenere le prestazioni SEO quando gli URL cambiano o quando le pagine non sono più disponibili.

Per accedere a questa funzionalità, vai su: **URL SEO > Reindirizzamenti URL**



ID	Reindirizza nome	URL sorgente	URL di destinazione	Tipo di reindirizzamento	Attivo
8		https://demo2.presta-demos.com/seo/mi/home-accessories	https://demo2.presta-demos.com/seo/mi/home-accessories	301	✓
9		https://demo2.presta-demos.com/seo/it/home-accessories	https://demo2.presta-demos.com/seo/it/home-accessories	301	✓

3.1 Quando dovresti usare i reindirizzamenti URL?

Dovresti utilizzare i reindirizzamenti URL quando:

- L'URL di una pagina di un prodotto o di un CMS è stato modificato
- Gli ID vengono rimossi dagli URL
- Gli URL duplicati devono essere uniti in un unico URL principale
- Una pagina è stata spostata o sostituita
- Una pagina è temporaneamente non disponibile

3.2 Tipi di reindirizzamento spiegati

SEO Audit supporta 3 tipi principali di reindirizzamento:

Tipo di reindirizzamento	Utilizzare quando	Perché è importante
301 - Spostato definitivamente (consigliato)	<ul style="list-style-type: none"> La modifica dell'URL è permanente. Una pagina è stata sostituita da un'altra pagina. I vecchi URL devono essere uniti in un unico URL principale. Gli ID vengono rimossi definitivamente dagli URL. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunica ai motori di ricerca che il vecchio URL non deve più essere indicizzato. Trasferisce la maggior parte del valore SEO (segnali di ranking e backlink) al nuovo URL. Aiuta a mantenere il posizionamento nei risultati di ricerca. <p>Consigliato per la maggior parte delle modifiche relative alla SEO</p>
302 - Spostato temporaneamente	<ul style="list-style-type: none"> La modifica dell'URL è temporanea. L'URL originale verrà ripristinato in seguito. Vuoi che i motori di ricerca mantengano indicizzato l'URL originale. 	<ul style="list-style-type: none"> Non trasferisce completamente il valore SEO. Segnala che il cambiamento non è permanente. <p>Non consigliato per modifiche SEO permanenti</p>
303 - Non collegare le risorse appena caricate	<ul style="list-style-type: none"> Reindirizzare gli utenti dopo un'azione 	I reindirizzamenti 303 servono principalmente per

	<p>specificata (ad esempio l'invio di un modulo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si desidera che gli utenti vengano reindirizzati a una pagina diversa senza indicizzare la richiesta originale. • L'URL originale non deve essere indicizzato o rivisitato. 	<p>scopi tecnici e funzionali, non per l'ottimizzazione SEO.</p>
--	--	---

3.3 Creazione di un reindirizzamento URL

Vai su **URL SEO > Reindirizzamenti URL**. Fai clic sull'icona " **Aggiungi nuovo** ".

Inserisci:

- Nome reindirizzamento (facoltativo)
- URL di origine (l'URL a cui gli utenti o i motori di ricerca accedono attualmente)
- URL di destinazione (URL di destinazione)

Selezionare il tipo di reindirizzamento (301 o 302), quindi attivare l'interruttore " **Attivo** ".

Infine, salva il reindirizzamento.

💡 Suggerimento: *reindirizza sempre i vecchi URL dopo aver modificato gli URL amichevoli o rimosso gli ID.*

⚠️ Nota importante: *troppi reindirizzamenti o reindirizzamenti errati possono avere un impatto negativo sulla SEO e sull'esperienza utente.*

4. 404 Monitor

Un errore 404 si verifica quando un visitatore o un motore di ricerca tenta di accedere a un URL che non esiste più. Se non gestiti correttamente, gli errori 404 possono influire negativamente sull'esperienza utente e sulle prestazioni SEO.

Il 404 Monitor ti aiuta a rilevare, tracciare e correggere gli URL non funzionanti sul tuo sito web. Per accedere a questa funzionalità, vai su: **URL SEO > 404 Monitor**.

ID	URL	URL di origine	Visita Conte	L'ultima visita	
2491	hilreputus	--	1	18/12/2025 09:28:19	Aggiungi reindirizzamento
2490	e	--	1	18/12/2025 09:28:11	Aggiungi reindirizzamento
2489	es/women/	--	1	13/12/2024 12:18:28	Aggiungi reindirizzamento
2488	pi/test	--	2	29/11/2024 12:16:28	Aggiungi reindirizzamento
2487	en/brand/	--	1	25/11/2024 08:30:42	Aggiungi reindirizzamento
2486	cs/arts/	--	1	21/11/2024 08:55:15	Aggiungi reindirizzamento
2485	en/asdandas	--	1	01/10/2024 10:32:40	Aggiungi reindirizzamento
2484	en/women/18-hummingbird-printed-sweater	--	2	25/09/2024 01:14:18	Aggiungi reindirizzamento

4.1 Che cos'è il monitor 404?

Il monitor 404 registra automaticamente:

- URL che restituiscono un errore 404
- Richieste effettuate dai visitatori o dai motori di ricerca
- Il numero di volte in cui si accede a ciascun URL non funzionante

Quando apri il monitor 404, vedrai un elenco di:

- URL non funzionanti
- Numero di risultati
- Data dell'ultimo accesso

4.2 Correzione degli errori 404 con i reindirizzamenti

Nella maggior parte dei casi, la soluzione consigliata è quella di reindirizzare l'URL 404 a una pagina esistente pertinente:

- Identifica un URL 404 dall'elenco
- Fai clic su **Aggiungi reindirizzamento**
- Scegli l'URL di destinazione più pertinente
- Seleziona **301 – Spostato definitivamente**
- Salva il reindirizzamento

4.3 Quando NON reindirizzare un URL 404

Non dovresti reindirizzare un URL 404 se:

- La pagina è stata rimossa intenzionalmente e non è sostituita
- L'URL è stato generato da bot spam
- L'URL è irrilevante o privo di significato

In questi casi:

- Lasciare l'URL come 404 è accettabile
- I motori di ricerca alla fine lo elimineranno dal loro indice

VII. ESEMPI DI OTTIMIZZAZIONE SEO

Questa sezione fornisce esempi pratici e dettagliati per aiutarti ad applicare efficacemente le funzionalità di **SEO Audit** in situazioni reali.

Gli esempi seguenti mostrano come:

- Ottimizza la SEO per una pagina prodotto specifica
- Ottimizza la SEO per una pagina CMS specifica

Questi flussi di lavoro sono progettati per aiutarti a migliorare i punteggi SEO e di leggibilità, rispettando al contempo le migliori pratiche SEO.

 **Nota importante:** le istruzioni in questa sezione si basano su un sito web che esegue PrestaShop 8.1.2. Se utilizzi PrestaShop 9.x, tieni presente che:

- Alcune opzioni SEO precedentemente presenti nella schermata **Impostazioni SEO** sono state spostate nella schermata **Analisi SEO**
- La logica generale e i principi SEO rimangono gli stessi

1. Ottimizzazione SEO per una pagina prodotto specifica

In questo esempio, illustreremo come ottimizzare la SEO per una specifica pagina prodotto utilizzando **SEO Audit**. Ottimizzeremo il prodotto " *DailySoft Girls T-Shirt* ", concentrandoci sulla versione in lingua inglese del contenuto.

Passaggio 1: aprire l'elenco dei prodotti

Vai su **Catalogo > Prodotti** nel back office. Nella pagina con l'elenco dei prodotti, vedrai:

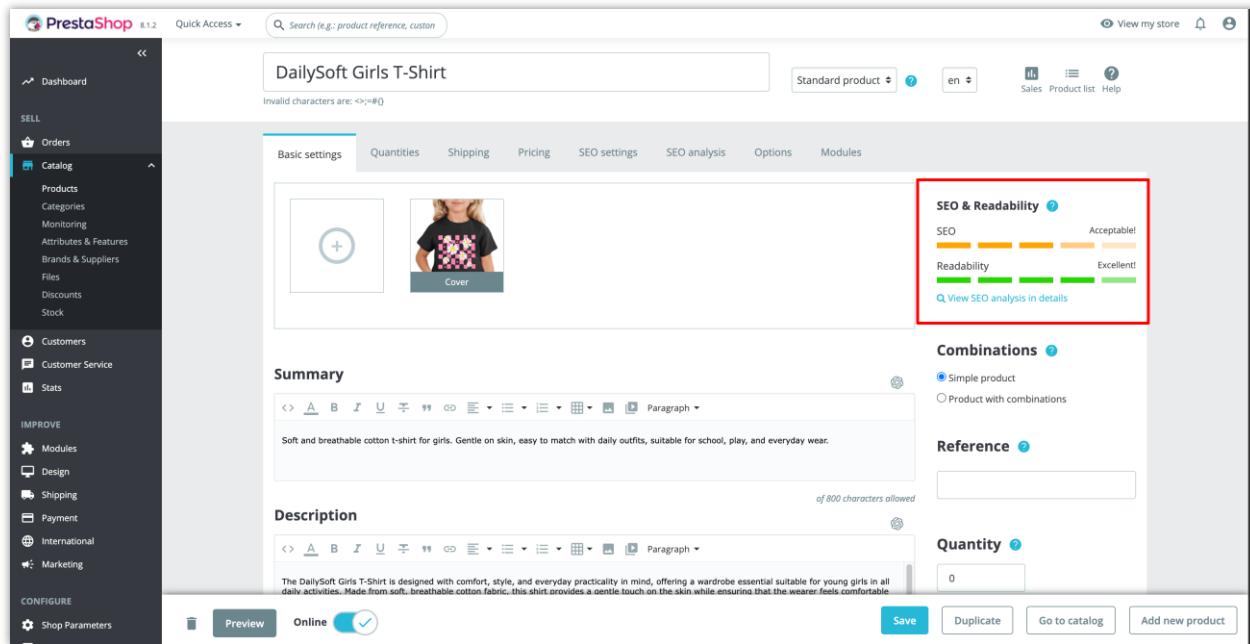
- Una colonna che mostra il punteggio SEO
- Una colonna che mostra il punteggio di leggibilità

Questi punteggi forniscono una rapida panoramica dei prodotti che necessitano di miglioramenti SEO.

Passaggio 2: aprire la pagina dei dettagli del prodotto

Individua il prodotto " *DailySoft Girls T-Shirt* " e clicca su **Modifica**. Nella pagina dei dettagli del prodotto:

- Assicurati che il selettore della lingua sia impostato su inglese
- Nella scheda **Impostazioni di base**, vedrai **una casella SEO e leggibilità** che mostra: punteggio SEO e punteggio di leggibilità
- Fare clic su " **Visualizza analisi SEO in dettaglio** " per aprire la scheda **Analisi SEO**.



Fase 3: Esaminare i risultati dell'analisi SEO

Nella scheda **Analisi SEO, SEO Audit** visualizza:

- Problemi SEO che necessitano di miglioramenti
- Problemi di leggibilità relativi alla chiarezza del contenuto
- Spiegazioni chiare per ogni problema

Questa analisi ti dice cosa deve essere sistemato e perché.

Nella parte superiore della scheda **Analisi SEO**:

- Inserisci una **frase chiave principale** (parola chiave principale). Esempio: *maglietta da bambina*
- Aggiungi **frasi chiave correlate** (parole chiave secondarie). Esempio: *maglietta di cotone, maglietta per bambini*

Queste parole chiave aiutano **SEO Audit** ad analizzare se i tuoi contenuti corrispondono a ciò che gli utenti potrebbero cercare.

PrestaShop 8.1.2 Quick Access View my store

DailySoft Girls T-Shirt Standard product en Sales Product list Help

Invalid characters are: <>:=#

Basic settings **Quantities** **Shipping** **Pricing** **SEO settings** **SEO analysis** **Options** **Modules**

Focus keyphrase (keyword) **girls t-shirt** en **Related keyphrases (keywords)** **cotton tee x** en

SEO & Readability

Snippet preview

DailySoft Girls T-Shirt
<https://demo2.presta-demos.com/seo/home/dailyssoft-girls-t-shirt>
 Soft and breathable cotton t-shirt for girls. Gentle on skin, easy to match with daily outfits, suitable for school, play, and everyday wear.

Meta title **To have a different title from the product name, enter it here.** en **0 of 70 characters used (recommended)**

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13

Meta description **To have a different description than your product summary in search results pages, write it here.** en

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13 Summary
 Description

Friendly URL **dailysoft-girls-t-shirt** en

SEO analysis

Problems

- **Outbound links:** No outbound links appear in this page. Add some!
- **Internal links:** No internal links appear in this page. Make sure to add some!
- **Focus keyphrase in meta description:** The meta description has been specified, but it does not contain the focus keyphrase. Fix that!
- **Focus keyphrase in introduction:** Your focus keyphrase or its synonyms do not appear in the first paragraph. Make sure the topic is clear immediately.
- **Related keyphrase density:** The content does not contain the related keyphrases: "cotton tee". Fix that
- **Individual words of related keyphrase:** Individual word "tee" of the related keyphrases should appear at least 2 times. Add some!
- **Related keyphrases in meta title:** The meta title does not contain the related keyphrase: "cotton tee". Fix that
- **Related keyphrase in meta description:** The meta description does not contain the related keyphrase: "cotton tee". Fix that

Implements

- **Focus keyphrase in Product name:** The exact match of the focus keyphrase appears in the title, but not at the beginning. Try to move it to the beginning.
- **Focus keyphrase in meta title:** The exact match of the focus keyphrase appears in the meta title, but not at the beginning. Try to move it to the beginning.
- **Image alt attributes:** Images on this page do not have alt attributes that reflect the topic of your text. Add your focus keyphrase or synonyms to the alt tags of relevant images!

Good results

- **Text length:** The text contains 489 words. Good job!
- **Focus keyphrase length:** Good job!
- **Meta title length:** Good job!
- **Focus keyphrase density:** The focus keyphrase was found 4 times. This is great!
- **Individual words of focus keyphrase:** Great job!
- **Related keyphrase length:** Good job!
- **Meta description length:** Well done!

Readability

Problems

- **Sentence length:** 39% of the sentences contain more than 20 words, which is more than the recommended maximum of 25%. Try to shorten the sentences!

Good results

- **Fleisch Reading Ease:** The copy scores 48 in the test, which is considered ok to read. Good job!
- **Paragraph length:** None of the paragraphs are too long. Great job!
- **Consecutive sentences:** There is enough variety in your sentences. That's great!
- **Subheading distribution:** You are not using any subheadings, but your text is short enough and probably doesn't need them
- **Transition words:** Well done!
- **Passive voice:** You're using enough active voice. That's great!

Nella sezione **Anteprima snippet**, clicca su **Modifica snippet**. Lo snippet rappresenta l'aspetto della tua pagina prodotto nei risultati dei motori di ricerca, tra cui:

- Titolo della pagina (meta titolo)
- Meta descrizione
- Anteprima URL

 **Suggerimenti:**

- *Includi la frase chiave principale in modo naturale*
- *Mantieni i titoli e le descrizioni entro la lunghezza consigliata*
- *Rendi la descrizione attraente per gli utenti*

Dopo aver modificato lo snippet, puoi:

- Fai clic su **Test dati strutturati**
- Fai clic su **Schema di prova**

Questi strumenti ti aiutano a verificare se i tuoi dati strutturati sono validi e idonei per i risultati avanzati nei motori di ricerca.

Fase 4: Migliorare il contenuto del prodotto

Torna alla scheda **Impostazioni di base**. Rivedi e migliora:

- Riepilogo del prodotto
- Descrizione del prodotto

 **Suggerimenti:**

- *Includi la frase chiave principale in modo naturale nel primo paragrafo*
- *Evita il riempimento di parole chiave*
- *Assicurarsi che la lunghezza del contenuto sia sufficiente*
- *Utilizzare frasi chiare e leggibili*

Passaggio 5: rivedere le impostazioni SEO

Vai alla scheda **Impostazioni SEO**. Opzioni chiave da esaminare:

- **URL descrittivo:** usa un URL breve e descrittivo. Esempio: *dailysoft -girls-t-shirt*
- **Pagina di reindirizzamento:** configura il comportamento di reindirizzamento se il prodotto è offline. Segui la configurazione predefinita, a meno che il prodotto non venga sostituito definitivamente.
- **Social:** configura il titolo, la descrizione e l'immagine social. Controlla come appare il prodotto quando viene condiviso sui social network.
- **Impostazioni avanzate:** assicurati che il prodotto possa essere indicizzato e che i motori di ricerca possano seguire i link.
- Se necessario, rivedere **l'URL canonico**.
- **Valutazioni forzate** (facoltative): **SEO Audit** supporta le valutazioni forzate, che consentono di definire manualmente il valore di valutazione visualizzato sui motori di ricerca.

Per utilizzare questa funzione:

- Vai a **Audit SEO > Valutazione/snippet**
- Abilita le valutazioni forzate per le pagine dei prodotti

 **Raccomandazione importante:** *consigliamo vivamente di utilizzare recensioni di clienti reali generate dai moduli di revisione dei prodotti anziché valutazioni forzate, per rispettare le linee guida dei motori di ricerca e garantire la fiducia.*

PrestaShop 8.1.2 Quick Access View my store 

DailySoft Girls T-Shirt Standard product  en  Sales Product list Help

Invalid characters are: <>`#`

Basic settings Quantities Shipping Pricing SEO settings SEO analysis Options Modules

Search Engine Optimization

Improve your ranking and how your product page will appear in search engines results.

Meta title  To have a different title from the product name, enter it here. 

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13 Summary

0 of 60 characters used (recommended)

Meta description  To have a different description than your product summary in search results pages, write it here. 

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13 Summary

0 of 156 characters used (recommended)

Friendly URL  

Redirection page 

Redirection when offline  Default behavior from configuration 

 No redirection (404) = Do not redirect anywhere and display a 404 "Not Found" page.
 No redirection (410) = Do not redirect anywhere and display a 410 "Gone" page.
 Permanent redirection (301) = Permanently display another product or category instead.
 Temporary redirection (302) = Temporarily display another product or category instead.

Social

Social title Leave blank to use meta title  

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13 Summary

Social description Leave blank to use meta description  

Shop name Separator Product name Price Discount price Brand Product category EAN13 Summary

Social image   

Leave blank to let social networks automatically select a suitable image from your page

Advanced settings

Allow search engines to show this Product page in search results?  

Use default behavior (Yes)  

Should search engines follow links on this Product?  

Yes No

Meta robots advanced  

 Advanced meta robots settings for this page.  

Canonical URL  

The canonical URL that this page should point to. Leave empty to default to current page link. Cross domain canonical (Opens in a new browser tab) supported too.

Forced ratings

Enable forced ratings?  

Yes  

Forced ratings allow you to specify the rating value displayed on search engines as you want.

*Average rating

Best rating

Worst rating

*Rating count

SEO & Readability 

SEO  Acceptable!

Readability  Excellent

 View SEO analysis in details

  Save Duplicate Go to catalog Add new product

Passaggio 6: Salva e ricontrolla i punteggi

Fai clic su **Salva** per applicare tutte le modifiche. Puoi rivedere immediatamente i miglioramenti.

 **Suggerimento:** *l'ottimizzazione SEO è un processo continuo. Rivedi regolarmente i prodotti importanti.*

 **Nota importante:** *in PrestaShop 9.x, alcune opzioni attualmente presenti nelle Impostazioni SEO, come Social, Impostazioni avanzate e Valutazioni forzate, verranno spostate nella scheda Analisi SEO. La logica di ottimizzazione rimane la stessa, ma l'interfaccia potrebbe differire leggermente.*

2. Ottimizzazione SEO per una pagina CMS specifica

In questo esempio, mostreremo come ottimizzare la SEO per una specifica pagina CMS utilizzando **SEO Audit**. Ottimizzeremo la pagina CMS "Distribuzione", concentrandoci sulla versione in lingua inglese del contenuto.

Le pagine CMS come *Consegna, Chi siamo, Termini e condizioni e Informativa sulla privacy* sono spesso sottovalutate, ma possono essere importanti punti di ingresso per i motori di ricerca e i clienti.

Passaggio 1: aprire l'elenco delle pagine CMS

Dal back office, vai su **Design > Pagine**. Nell'elenco delle pagine CMS, individua la pagina "Consegna".

Le pagine CMS gestite da **SEO Audit** mostreranno anche il punteggio SEO e il punteggio di leggibilità. Questi indicatori ti aiutano a identificare rapidamente le pagine CMS che necessitano di ottimizzazione.

Pagine nella categoria "Home" (5)

Azioni massive	Id		URL:	Titolo	Meta titolo	Posizione	Mostrata	Punteggio SEO	Punteggio di leggibilità	Azioni
	Id	URL:		Titolo	Meta titolo	Fatto	Tutto			
<input type="checkbox"/>	1	delivery		Delivery	--	1	<input checked="" type="checkbox"/>	80	80	Edit
<input type="checkbox"/>	2	legal-notice		Legal Notice	--	2	<input checked="" type="checkbox"/>	80	80	Edit
<input type="checkbox"/>	3	terms-and-conditions-of-use		Terms and conditions of use	--	3	<input checked="" type="checkbox"/>	80	80	Edit
<input type="checkbox"/>	4	about-us		About us	--	4	<input checked="" type="checkbox"/>	80	80	Edit
<input type="checkbox"/>	5	secure-payment		Secure payment	--	5	<input checked="" type="checkbox"/>	80	80	Edit

Passaggio 2: aprire i dettagli della pagina CMS

Fare clic su **Modifica** nella pagina *Consegna*.

Nella schermata dei dettagli della pagina CMS, assicurati che il selettore della lingua sia impostato su inglese. Vedrai un riquadro **"SEO e leggibilità"** che mostra il punteggio SEO e il punteggio di leggibilità.

Fare clic su **"Visualizza analisi SEO in dettaglio"** per aprire la scheda **Analisi SEO**.

The screenshot shows the PrestaShop 4.1.2 'Pages' editor. The left sidebar contains navigation links for SELL, IMPROVE, and CONFIGURE sections. The main content area is titled 'Pages' and shows the 'Content' tab selected. The 'SEO settings' and 'SEO analysis' tabs are also visible. The 'Page category' section shows 'Home' selected. The 'Title' field contains 'Delivery'. The 'Page content' section includes a WYSIWYG editor and a 'Shipments and returns' block. The 'SEO & Readability' section on the right is highlighted with a red box. It shows a progress bar for SEO (No index) and Readability (Excellent). A link 'View SEO analysis in details' is also present.

Fase 3: Esaminare i risultati dell'analisi SEO

Nella scheda **Analisi SEO, SEO Audit** analizza:

- Titolo della pagina e meta descrizione
- Struttura URL
- Utilizzo delle parole chiave
- Struttura del contenuto
- Fattori di leggibilità

💡 Suggerimento: *le pagine CMS spesso non dispongono di parole chiave o contenuti strutturati, il che le rende ottime candidate per un miglioramento SEO.*

Fase 4: definire l'obiettivo e le parole chiave correlate

Nella parte superiore della scheda Analisi SEO:

- Inserisci una **frase chiave di riferimento**. Esempio: *informazioni sulla consegna*
- Aggiungi **frasi chiave correlate**. Esempio: *politica di spedizione, tempi di consegna, metodi di spedizione*

Queste parole chiave guidano **SEO Audit** nella valutazione dei tuoi contenuti.

Passaggio 5: modifica lo snippet (meta titolo e meta descrizione)

Nella sezione **Anteprima frammento**, fai clic su **Modifica frammento**. Il frammento controlla il modo in cui la pagina CMS appare nei risultati dei motori di ricerca.

Buone pratiche:

- Utilizza un meta titolo chiaro e descrittivo. Esempio: *Informazioni sulla consegna | Negozio demo*
- Scrivi una meta descrizione concisa e utile
- Includi la frase chiave principale in modo naturale

 **Suggerimento:** gli snippet CMS sono spesso generici per impostazione predefinita; personalizzarli migliora la visibilità e il CTR.

Utilizzo:

- Testare i dati strutturati
- Schema di prova

Questi strumenti aiutano a convalidare i dati strutturati e a garantire che non vi siano problemi tecnici che potrebbero influire sulla SEO.

Passaggio 6: Migliora il contenuto della pagina CMS

Torna alla scheda **Contenuto**. Rivedi e ottimizza il contenuto della pagina *Consegna*:

- Assicurati che la frase chiave principale appaia in modo naturale nel titolo e nel contenuto della pagina.
- Strutturare il contenuto con paragrafi o titoli chiari
- Fornire informazioni utili e dettagliate
- Mantieni le frasi leggibili e concise

Passaggio 7: rivedere le impostazioni SEO

Vai alla scheda Impostazioni SEO. Opzioni chiave da rivedere:

- **URL amichevole:** usa un URL breve e descrittivo. Esempio: *consegna*
- **Pagina di reindirizzamento:** solitamente non richiesta per le pagine CMS. Configurarla solo se la pagina viene sostituita o rimossa.

- **Social:** imposta il titolo e la descrizione social per la condivisione. Facoltativo ma consigliato per le pagine importanti.
- **Impostazioni avanzate:** assicurati che la pagina sia indicizzabile (consentita nei risultati di ricerca) e seguibile (i link possono essere scansionati).
- rivedere **l'URL canonico.**

PrestaShop 8.1.2 Quick Access ▾ View my store Help

Design > Pages

Pages

Content SEO settings SEO analysis

Search Engine Optimization

Improve your ranking and how your product page will appear in search engines results.

Meta title EN SEO & Readability
 SEO Readability

 [View SEO analysis in details](#)

Meta description EN 161 of 156 characters used (recommended)

 Invalid characters: <>=()

Meta keywords EN
 To add tags, click in the field, write something, and then press the "Enter" key. Invalid characters: <>=()

 Invalid characters: <>=()

Friendly URL EN
 Only letters and the hyphen (-) character are allowed.

Social

Social title EN

 Social description EN

 Social image EN
 Leave blank to let social networks automatically select a suitable image from your page

Advanced settings

Allow search engines to show this CMS page in search results? EN
 Change default behavior in [Meta templates](#)

Should search engines follow links on this CMS? Yes No EN
 Meta robots advanced EN
 Advanced meta robots settings for this page.

Canonical URL EN
 The canonical URL that this page should point to. Leave empty to default to current page link. Cross domain canonical (Opens in a new browser tab) supported too.

Forced ratings

Enable forced ratings? EN
 Forced ratings allow you to specify the rating value displayed on search engines as you want

*Average rating
 Best rating
 Worst rating
 *Rating count

Passaggio 8: Salva e ricontrolla i punteggi

Fare clic su **Salva** per applicare le modifiche.

 **Suggerimento:** *le pagine CMS solitamente migliorano rapidamente una volta ottimizzati i contenuti e i metadati.*

VIII. MAPPA DEL SITO

Una mappa del sito aiuta i motori di ricerca a scoprire, scansionare e indicizzare le pagine del tuo sito web in modo più efficiente. Con **SEO Audit**, la gestione della mappa del sito è automatizzata e ottimizzata per supportare sia le prestazioni SEO che i siti web multilingua.

Che cos'è una mappa del sito?

Una mappa del sito è un elenco strutturato di URL del tuo sito web che aiuta i motori di ricerca a comprendere:

- Quali pagine esistono sul tuo sito
- Come sono organizzate le pagine
- Quali pagine devono essere scansionate e indicizzate

SEO Audit genera una mappa del sito dinamica, ovvero:

- Si aggiorna automaticamente quando il contenuto cambia
- Non è richiesta alcuna rigenerazione manuale
- Per ogni lingua attiva vengono create mappe del sito separate

 **Suggerimento:** *una mappa del sito non garantisce il posizionamento, ma assicura che i motori di ricerca possano accedere correttamente ai tuoi contenuti.*

Impostazioni della mappa del sito

Abilita mappa del sito Si

Mappa del sito principale: <https://demo2.presta-demos.com/seo/sitemap.xml>
 Questa è una sitemap dinamica contenente sub sitemap per tutte le pagine. Invia questa sitemap a Google e agli altri motori di ricerca (Bing, Baidu, ecc...)

Mappa del sito per lingua:

- <https://demo2.presta-demos.com/seo/fr/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/es/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/it/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/cs/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/pl/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/pt/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/de/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/nl/sitemap.xml>
- <https://demo2.presta-demos.com/seo/ru/sitemap.xml>

Priorità / Frequenza di modifica

Prodotti	0.1	Settimanalmente
Categorie	0.1	Settimanalmente
CMS	0.1	Settimanalmente
Categorie CMS	0.1	Settimanalmente
Fornitori	0.1	Settimanalmente
Marchi (produttori)	0.1	Settimanalmente
Altre pagine	0.2	Settimanalmente

Priorità definisce l'importanza relativa di una pagina rispetto alle altre pagine del sito (da 0.0 a 1.0). Non influisce direttamente sul ranking né forza l'indicizzazione. Frequenza di modifica indica con quale frequenza si prevede che il contenuto di una pagina cambi, aiutando i motori di ricerca a pianificare il crawl in modo più efficiente.

Pagine da includere in mappa del sito

- All
- Prodotti
- Categorie
- CMS
- Categorie CMS
- Fornitori
- Marchi (produttori)
- Altre pagine

Numero prodotto per pagina nella paginazione della mappa del sito:

Lasciare vuoto se si desidera includere tutti i prodotti in un'unica mappa del sito (sconsigliato per cataloghi molto ampi)

Salva

Impostazioni consigliate per la mappa del sito

Per ottenere i migliori risultati SEO, consigliamo:

- Inclusi tutti i tipi di pagina importanti: pagine di prodotto, pagine di categoria, pagine CMS, pagine di marchi e fornitori
- Abilitazione della generazione della mappa del sito per tutte le lingue attive

Una volta generata la sitemap, puoi inviarla manualmente ai motori di ricerca come Google.

Tipo di negozio	È richiesto cronjob?
Piccolo negozio	NO
Negozio di medie dimensioni	Opzionale
Grande negozio con aggiornamenti frequenti	Raccomandato

 **Suggerimento:** se il tuo negozio non cambia spesso, di solito è sufficiente l'invio manuale.

Impostazioni di priorità e frequenza di modifica

Nelle impostazioni **della Sitemap, SEO Audit** consente di definire i valori **di Priorità e Frequenza di modifica** per diversi tipi di pagina. Questi valori vengono inclusi nella Sitemap per fornire ai motori di ricerca suggerimenti sull'importanza relativa delle pagine e sulla frequenza con cui potrebbero essere modificate.

- **La priorità** indica l'importanza relativa di una pagina rispetto alle altre pagine del tuo sito web. Intervallo di valori: 0,0 (minimo) → 1,0 (massimo). Non influisce direttamente sul posizionamento e non obbliga i motori di ricerca a scansionare o classificare le pagine.
- **La frequenza di modifica** indica la frequenza con cui è probabile che il contenuto di una pagina venga modificato. Questo aiuta i motori di ricerca a decidere con quale frequenza visitare nuovamente una pagina e ad allocare il budget di scansione in modo più efficiente.

 **Suggerimento:** la frequenza delle modifiche non garantisce la scansione a quell'intervallo.

Per la maggior parte dei negozi, consigliamo quanto segue:

Tipo di pagina	Priorità	Cambia frequenza
----------------	----------	------------------

Prodotti	0,1 – 0,3	Settimanale
Categorie	0,1 – 0,3	Settimanale
Pagine CMS	0,1	Mensile o settimanale
Categorie CMS	0,1	Mensile
Marchi / Fornitori	0,1	Mensile
Altre pagine	0,1 – 0,2	Settimanale

IX. RSS

RSS (Really Simple Syndication) consente alle piattaforme esterne di ricevere automaticamente aggiornamenti quando i contenuti del tuo sito web cambiano, ad esempio nuovi prodotti o pagine aggiornate. In **SEO Audit**, i feed RSS sono progettati principalmente per la distribuzione e il monitoraggio dei contenuti, non come fattore di ranking diretto.

A cosa serve l'RSS?

I feed RSS vengono comunemente utilizzati per:

- Piattaforme di aggregazione di contenuti
- Siti web di comparazione prezzi
- Monitoraggio di prodotti nuovi o aggiornati
- Lettori di notizie e strumenti di automazione

 **Suggerimento:** *RSS aiuta a diffondere i tuoi contenuti più velocemente, ma non migliora direttamente il posizionamento nei risultati di ricerca.*

Per attivare RSS:

- Imposta **Abilita feed RSS** su Sì

- Salva le tue impostazioni

Una volta abilitati, i feed RSS vengono generati automaticamente per il tuo negozio.

Pagine da includere in RSS

Puoi scegliere quali tipi di contenuto visualizzare nel feed RSS: categorie di prodotti, categorie CMS, tutti i prodotti, nuovi prodotti, prodotti speciali, prodotti popolari.

 **Suggerimento:** i feed RSS sono più efficaci quando evidenziano contenuti nuovi o aggiornati.

Contenuto prima e dopo ogni elemento

SEO Audit ti consente di inserire contenuti personalizzati: prima e dopo ogni articolo.

Questo può essere utilizzato per:

- Aggiungi una breve introduzione
- Aggiungi note legali o di branding
- Aggiungi testo di riferimento o di tracciamento

Link RSS per lingua

SEO Audit genera automaticamente feed RSS per ogni lingua attiva. Ogni URL del feed contiene solo contenuti nella lingua corrispondente e aiuta le piattaforme esterne a visualizzare correttamente i contenuti localizzati.

Limite di articoli (ultimi articoli)

Puoi definire quanti elementi visualizzare nel feed RSS. Lascia vuoto per includere tutti gli elementi. Non consigliato per cataloghi di grandi dimensioni.

Valori consigliati:

- Piccolo negozio: 20–50 articoli
- Negozio medio: 20–30 articoli

- Negozio grande: 10–20 articoli

The screenshot shows the PrestaShop back office interface. The left sidebar is titled 'Pannello di controllo' and includes sections for VENDI (Ordini, Catalogo, Clienti, Servizi clienti, Statistiche), MIGLIORA (Moduli, Design, Spedizione, Pagamento, Internazionale, Marketing), and CONFIGURA (Parametri Negozio, Parametri Avanzati). The 'SEO AUDIT' section is expanded, showing 'Pannello di controllo', 'URL SEO', 'Mappa del sito', 'RSS' (which is selected and highlighted in blue), and 'Robots.txt'. The main content area is titled 'RSS' and 'Impostazioni RSS'. It contains the following fields:

- Abilita feed RSS:** A toggle switch set to 'Si' (Yes).
- Pagine da includere in RSS:** A list of checkboxes:
 - Categorie di prodotto
 - Categorie di CMS
 - Tutti i prodotti
 - Nuovi prodotti
 - Prodotti speciali
 - Prodotti popolari
- Contenuto da inserire prima ogni articolo nel feed:** A text input field with a dropdown menu showing 'it'.
- Contenuto da inserire dopo ogni articolo nel feed:** A text input field with a dropdown menu showing 'it'.
- Link RSS:** A list of URLs:
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/fr/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/es/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/it/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/cs/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/pl/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/pt/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/it/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/en/rss>
 - <https://demo2.presta-demos.com/seo/ru/rss>
- Limite articoli (il numero degli ultimi elementi aggiunti da visualizzare):** A text input field with a placeholder 'Lasciare vuoto se si desidera mostrare tutti gli articoli (sconsigliato per cataloghi molto ampi)'.
- Salva:** A blue 'Save' button at the bottom right.

X. ROBOTS.TXT

Il file **robots.txt** indica ai motori di ricerca quali parti del tuo sito web sono consentite o meno per la scansione. In **SEO Audit**, puoi visualizzare, modificare e rigenerare il file robots.txt direttamente dal back office, senza accedere manualmente ai file del server.

⚠ Requisito importante: *il file robots.txt deve trovarsi nella directory principale del tuo sito web, ad esempio: <https://example.com/robots.txt>. Un file robots.txt posizionato in qualsiasi altra posizione verrà ignorato dai motori di ricerca.*

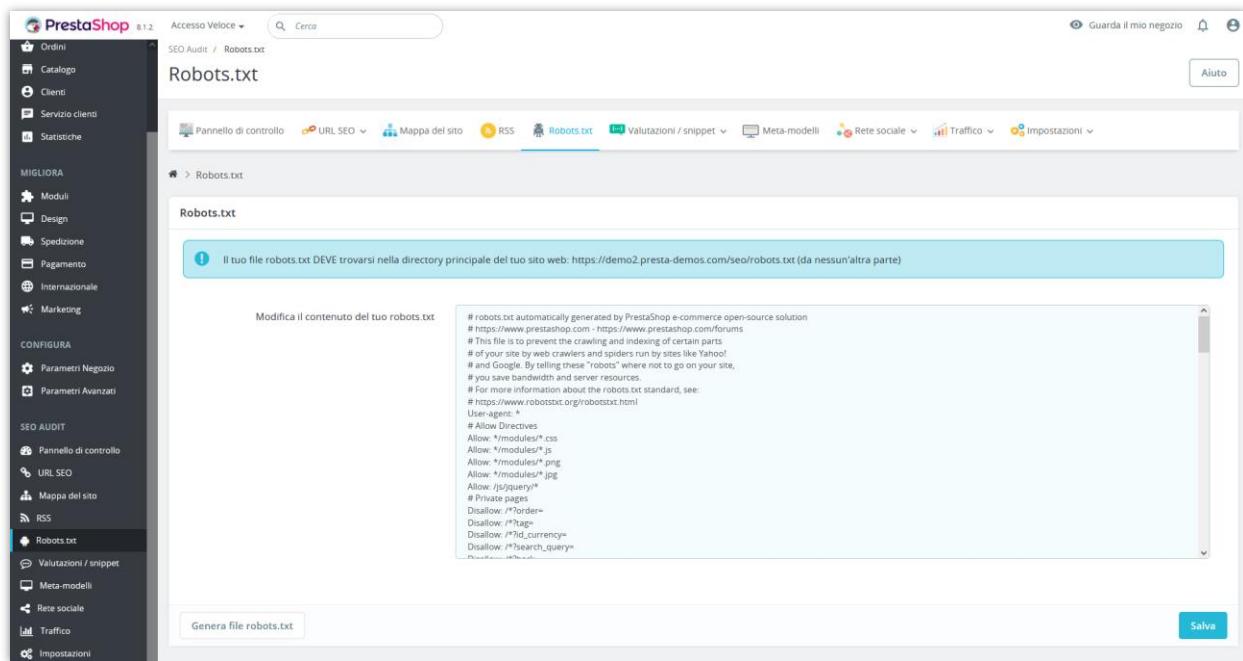
SEO Audit garantisce che il file robots.txt venga generato e aggiornato nella posizione corretta.

Cos'è (e cosa non è) Robots.txt

Robots.txt:

- Controlla il comportamento di scansione
- Aiuta a impedire ai motori di ricerca di sprecare il budget di scansione
- NON rimuove le pagine dai risultati di ricerca
- NON sostituisce i meta tag "Nessun indice"

💡 Suggerimento: *per evitare che una pagina venga visualizzata nei risultati di ricerca, utilizzare Nessun indice, non robots.txt.*



Il tuo file robots.txt DEVE trovarsi nella directory principale del tuo sito web: <https://demo2.presta-demos.com/seo/robots.txt> (da nessun'altra parte)

```
# robots.txt automatically generated by PrestaShop e-commerce open-source solution
# https://www.prestashop.com - https://www.prestashop.com/forums
# It is used to tell search engines not to index certain parts
# of your site by web crawlers and spiders used by sites like Yahoo!
# and Google. By telling these "robots" where not to go on your site,
# you save bandwidth and server resources.
# For more information about the robots.txt standard, see:
# https://www.robots.txt.org/robotstxt.html
User-agent: *
#Disallow: /index.php
Allow: /*modules*/
Allow: /*modules*/css
Allow: /*modules*/js
Allow: /*modules*/png
Allow: /*modules*/jpg
Allow: /*js/jquery*/
# Private pages
Disallow: /*order*/
Disallow: /*category*/
Disallow: /*product*/
Disallow: /*search_query*/
Disallow: /*?id_currency*/
Disallow: /*?id_lang*/

```

Modifica di Robots.txt in SEO Audit

In **SEO Audit > Robots.txt** puoi:

- Visualizza il contenuto attuale del file robots.txt
- Modifica le regole manualmente

- Rigenera il file utilizzando la struttura predefinita di PrestaShop

L'editor consente il controllo completo, pertanto le modifiche devono essere apportate con cautela.

Per impostazione predefinita, PrestaShop e **SEO Audit**:

- Consenti la scansione di risorse importanti (CSS, JS, immagini)
- Blocca la scansione di pagine non SEO come pagine di ordini, pagine di risultati di ricerca, URL di filtri e parametri, URL di sistema interni.

Queste impostazioni predefinite sono sicure e ottimizzate per la maggior parte dei negozi online. Se non hai esperienza con robots.txt, mantieni la configurazione predefinita.

XI. VALUTAZIONI / SNIPPET

La sezione **Valutazioni/Snippet** ti aiuta a migliorare l'aspetto delle tue pagine nei risultati dei motori di ricerca utilizzando dati strutturati (schema). Queste funzionalità possono migliorare:

- Visibilità nei risultati di ricerca
- Percentuale di clic (CTR)
- Presentazione dei risultati della ricerca (rich snippet)

⚠ Nota importante: *i dati strutturati aiutano i motori di ricerca a comprendere le tue pagine, ma non garantiscono risultati avanzati.*

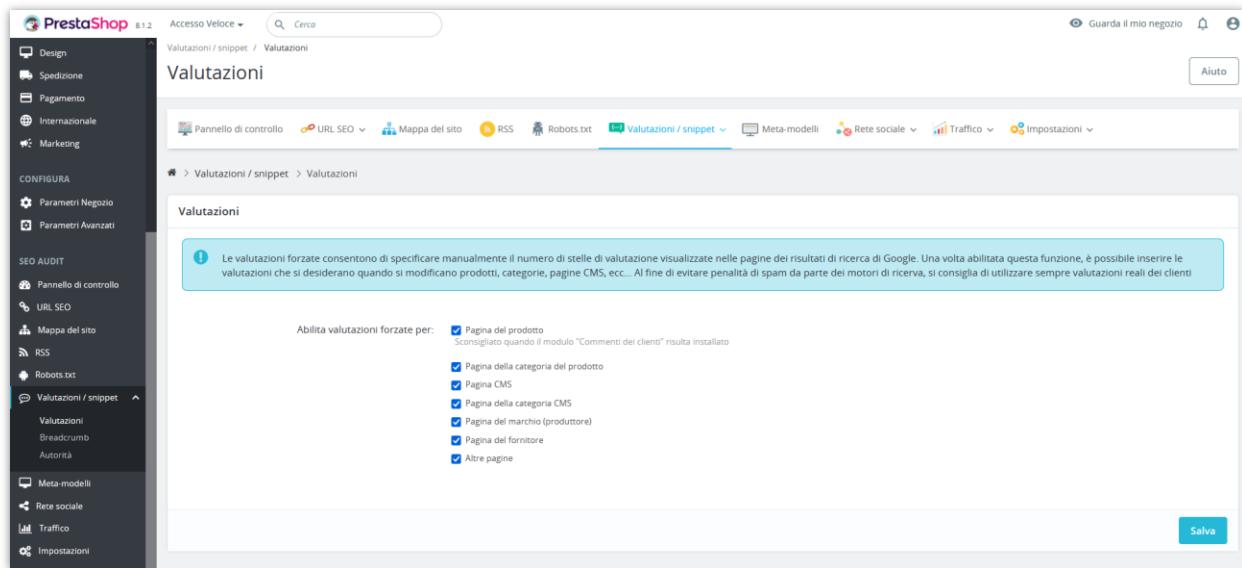
1. Valutazioni

Le valutazioni consentono ai motori di ricerca di visualizzare le valutazioni a stelle nei risultati di ricerca, quando supportate. **SEO Audit** supporta **le valutazioni forzate**, che consentono di specificare manualmente i valori di valutazione per diversi tipi di pagina.

Le classificazioni forzate consentono di:

- Definisci manualmente il valore di valutazione
- Controlla il numero di stelle visualizzate nei risultati di ricerca
- Applica valutazioni alle pagine dei prodotti, alle pagine delle categorie dei prodotti, alle pagine CMS, alle pagine delle categorie CMS, alle pagine dei marchi, alle pagine dei fornitori e ad altre pagine.

Una volta abilitati, i campi di valutazione diventano disponibili durante la modifica delle pagine.



⚠ Nota importante: *consigliamo vivamente:*

- *Utilizzo di recensioni di clienti reali generate dai moduli di revisione dei prodotti*
- *Evitare valutazioni false o fuorvianti*
- *Applicare valutazioni forzate solo quando non è disponibile alcun sistema di revisione*

I motori di ricerca possono penalizzare i siti web che mostrano dati di valutazione fuorvianti.

Un esempio di un rich snippet in una pagina dei risultati di ricerca di Google:

The 4-Hour Chef: The Simple Path to Cooking Like a Pro, Learning Anything, and Living the Good Life is the third book by Tim Ferriss, published on November ...

Published: 2012 (New Harvest) **Author:** Tim Ferriss

The 4-Hour Chef: The Simple Path to Cooking Like a Pro ... - Goodreads
<https://www.goodreads.com/book/show/13129810-the-4-hour-chef> ▾

★★★★★ Rating: 4 - 8,636 votes

The 4-Hour Chef has 8636 ratings and 407 reviews. Audrey said: What's up with this guy? I'm the type of person who loves information, loves an arcane ti...

Overview – The 4-Hour Chef | The Blog of Author Tim Ferriss
<https://tim.blog/overview-the-4-hour-chef/> ▾

2. Breadcrumb

I breadcrumb aiutano gli utenti e i motori di ricerca a comprendere la struttura del tuo sito web. **SEO Audit** aggiunge dati strutturati breadcrumb, che possono apparire nei risultati di ricerca al posto di URL lunghi.

Google

prestashop modules

Tất cả Hình ảnh Video Tin tức Thêm Cài đặt Công cụ

Khoảng 8.930.000 kết quả (0.36 giây)

PrestaShop modules for your ecommerce website ...
<https://addons.prestashop.com> > 2-modules-prestashop

More than 3000 PrestaShop modules exist to help you to customize your online store, increase traffic, improve conversion rates and build customer loyalty.

PrestaShop modules :: PrestaShop Developer Documentation
<https://devdocs.prestashop.com> > modules

11 thg 4, 2019 - PrestaShop's extensibility revolves around **modules**, which are small programs that make use of PrestaShop's functionalities and changes them ...

Breadcrumbs

Breadcrumbs:

- Migliorare la navigazione dell'utente
- Chiarire la gerarchia delle pagine
- Aiuta i motori di ricerca a categorizzare le pagine
- Migliora l'aspetto dei risultati di ricerca

Per abilitare i breadcrumb, vai su: **Valutazione / Frammento > Breadcrumb**. Imposta **Abilita breadcrumb** su "Sì" per attivare i dati strutturati del breadcrumb.

Opzioni di configurazione del breadcrumb

- Testo di ancoraggio per la homepage: definisce l'etichetta per il breadcrumb della homepage. Esempio: *Home*
- Prefisso per i breadcrumb della pagina di ricerca: aggiunge un prefisso per le pagine dei risultati di ricerca, utile per chiarezza nella navigazione e nell'indicizzazione.
- Breadcrumb per pagina 404: definisce il testo del breadcrumb per le pagine 404. Facoltativo ma consigliato per una migliore esperienza utente.
- Configurazione del nodo intermedio: è possibile definire la struttura dei breadcrumb. Questo crea una gerarchia logica:

Home > Categoria > Prodotto

Home > Categoria CMS > Pagina CMS

3. Autorità

La sezione "**Autorità**" definisce chi o cosa rappresenta il tuo sito web nei dati strutturati.

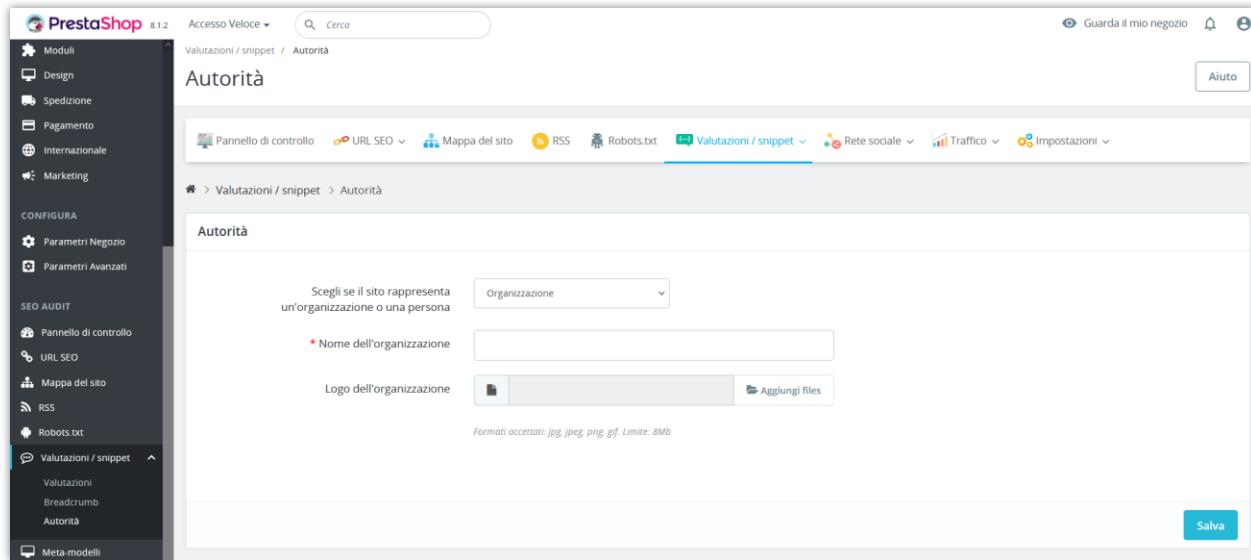
Queste informazioni aiutano i motori di ricerca a comprendere:

- Identità del marchio
- Proprietà del sito web
- Segnali di fiducia

Puoi scegliere se il tuo sito web rappresenta un'organizzazione o una persona. Seleziona l'opzione che meglio rispecchia il tuo sito web.

Autorità organizzativa

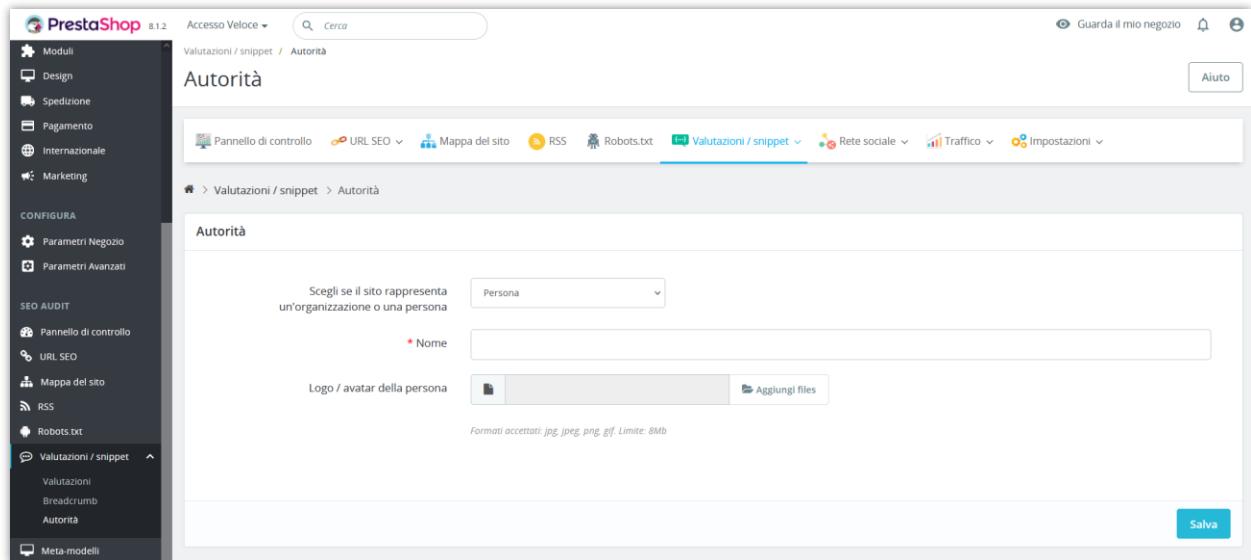
Se il tuo sito web rappresenta un'azienda o un marchio, scegli "**Organizzazione**". Il logo potrebbe essere utilizzato dai motori di ricerca nei risultati avanzati, se applicabile.



The screenshot shows the PrestaShop 8.1.2 back office interface. The left sidebar contains a navigation menu with various sections like 'Moduli', 'Design', 'Spedizione', 'Pagamento', 'Internazionale', 'Marketing', 'CONFIGURA', 'Parametri Negozio', 'Parametri Avanzati', 'SEO AUDIT', 'Pannello di controllo', 'URL SEO', 'Mappa del sito', 'RSS', 'Robots.txt', 'Valutazioni / snippet' (which is currently selected), 'Valutazioni', 'Breadcrumb', 'Autorità', and 'Meta-modelli'. The main content area is titled 'Autorità' and contains a form for configuring authority settings. The form includes a dropdown for 'Scegli se il sito rappresenta un'organizzazione o una persona' (Choose if the site represents an organization or a person), a text input for 'Nome dell'organizzazione' (Name of the organization), a file upload input for 'Logo dell'organizzazione' (Organization logo), and a 'Salva' (Save) button.

Autorità della persona

Se il tuo sito web rappresenta una persona, scegli **"Persona"**. Questa opzione è adatta a marchi personali, consulenti individuali e blogger.



The screenshot shows the PrestaShop 8.1.2 back office interface. The left sidebar contains a navigation menu with various sections like 'Moduli', 'Design', 'Spedizione', 'Pagamento', 'Internazionale', 'Marketing', 'CONFIGURA', 'Parametri Negozio', 'Parametri Avanzati', 'SEO AUDIT', 'Pannello di controllo', 'URL SEO', 'Mappa del sito', 'RSS', 'Robots.txt', 'Valutazioni / snippet' (which is currently selected), 'Valutazioni', 'Breadcrumb', 'Autorità', and 'Meta-modelli'. The main content area is titled 'Autorità' and contains a form for configuring authority settings. The form includes a dropdown for 'Scegli se il sito rappresenta un'organizzazione o una persona' (Choose if the site represents an organization or a person) set to 'Persona', a text input for 'Nome' (Name), and a file upload input for 'Logo / avatar della persona' (Logo / person's avatar). A 'Salva' (Save) button is at the bottom right.

XII. META MODELLO

La sezione **Meta Template** ti consente di generare automaticamente meta titoli, meta descrizioni e contenuti alternativi per le immagini per diversi tipi di pagine del tuo negozio. Questa funzionalità è particolarmente utile quando:

- Hai un catalogo ampio
- Molte pagine mancano di metadati
- Desideri una struttura SEO coerente in tutto il sito

 **Nota importante:** *i meta template sono un meccanismo di fallback. Se una pagina ha già contenuti SEO personalizzati, tali contenuti dovrebbero sempre essere preferiti.*

Come funzionano i meta-modelli

I meta template utilizzano variabili (segnaposto) come nome del prodotto, categoria, marca, prezzo, ecc., quindi generano automaticamente meta contenuti per le pagine che non dispongono di dati SEO personalizzati. Possono essere applicati separatamente per ogni tipo di pagina.

Esempio: *Nome prodotto + Separatore + Categoria*

L'output finale verrà generato dinamicamente per ogni pagina.

Prima di abilitare i meta template:

- Definisci una struttura chiara per ogni tipo di pagina
- Evita il riempimento di parole chiave
- Mantieni i titoli entro la lunghezza consigliata
- Scrivi descrizioni che suonino naturali agli utenti

1. Pagine dei prodotti

Forza l'utilizzo del meta template per le pagine prodotto: se abilitato, i meta template verranno applicati alle pagine prodotto. Se disabilitato, verranno utilizzati solo i metadati inseriti manualmente.

Mostra prodotti nei risultati di ricerca: controlla se le pagine dei prodotti sono indicizzabili. Se abilitato, i prodotti appariranno nei risultati di ricerca.

Meta titolo (Prodotti): utilizzare una struttura chiara e descrittiva, ad esempio: *Nome del prodotto + Separatore + Categoria del prodotto.*

Meta description (Prodotti): le meta description devono riassumere chiaramente il prodotto, incoraggiare i clic e rimanere entro la lunghezza consigliata. Struttura consigliata: *Nome del prodotto + breve riepilogo del prodotto + marca o categoria.*

Contenuto alternativo delle immagini (prodotti): il testo alternativo aiuta la SEO delle immagini, migliora l'accessibilità e la visibilità nella ricerca immagini di Google. Struttura consigliata: *Nome del prodotto + Categoria.*

2. Pagine di categoria

Le pagine di categoria aiutano i motori di ricerca a comprendere la struttura del tuo catalogo.

Forza l'uso del meta template per le pagine di categoria: abilita questa opzione se le pagine di categoria non hanno dati SEO.

Mostra le pagine delle categorie di prodotto nei risultati di ricerca: mantieni attiva questa opzione per la visibilità SEO.

Meta titolo (Categorie): Struttura consigliata: *Nome categoria + Separatore + Nome negozio.*

Meta descrizione (Categorie): Utilizzo: *Nome della categoria + breve descrizione* dei prodotti in questa categoria.

Contenuto alternativo dell'immagine (categorie): consigliato: *nome della categoria + prodotti.*

3. Pagine CMS

Forza l'uso del meta template per le pagine CMS: abilita questa opzione se le pagine CMS non sono completamente ottimizzate.

Mostra le pagine CMS nei risultati di ricerca: si consiglia di mantenere questa opzione abilitata per la maggior parte delle pagine CMS.

Meta titolo (CMS): Struttura consigliata: *Titolo della pagina + Separatore + Nome del negozio.*

Meta descrizione (CMS): Utilizzo: *Titolo della pagina + breve riepilogo del contenuto della pagina.*

4. Pagine di categoria CMS

Le categorie CMS aiutano a strutturare i contenuti informativi.

Forza l'uso del meta template per le pagine delle categorie CMS: abilitalo se alle categorie CMS mancano dati SEO.

Meta titolo (categoria CMS): consigliato: *nome della categoria CMS + separatore + nome del negozio.*

Meta descrizione (categoria CMS): utilizzo: *nome della categoria CMS + breve panoramica della categoria.*

5. Pagine del marchio (produttore)

Forza l'uso del meta template per le pagine del marchio: abilitalo se le pagine del marchio non hanno dati SEO.

Meta titolo (Pagine del marchio): Consigliato: *Nome del marchio + prodotti + Nome del negozio.*

Meta descrizione (Pagine del marchio): Utilizzo: *Nome del marchio + descrizione dei prodotti offerti.*

Contenuto alternativo dell'immagine (pagine del marchio): consigliato: *nome del marchio + logo.*

6. Pagine dei fornitori

Le pagine dei fornitori sono spesso meno importanti per la SEO.

Forza l'uso del meta template per le pagine dei fornitori: abilitalo solo se le pagine dei fornitori sono rilevanti per la tua strategia SEO.

Mostra le pagine dei fornitori nei risultati di ricerca: facoltativo. Molti negozi scelgono di disabilitare questa opzione.

Meta titolo e descrizione (Fornitori): mantieni semplici e informativi: *nome del fornitore + prodotti.*

XIII. SOCIAL

La sezione **Social** ti aiuta a controllare come appaiono il tuo sito web e le sue pagine quando vengono condivisi sui social network come Facebook, X (Twitter) e Pinterest.

I metadati social corretti migliorano:

- Tasso di clic (CTR) dalle piattaforme social
- Coerenza visiva quando i link vengono condivisi
- Riconoscimento del marchio

1. Profili social

Questa sezione ti consente di dichiarare i profili social ufficiali della tua organizzazione.

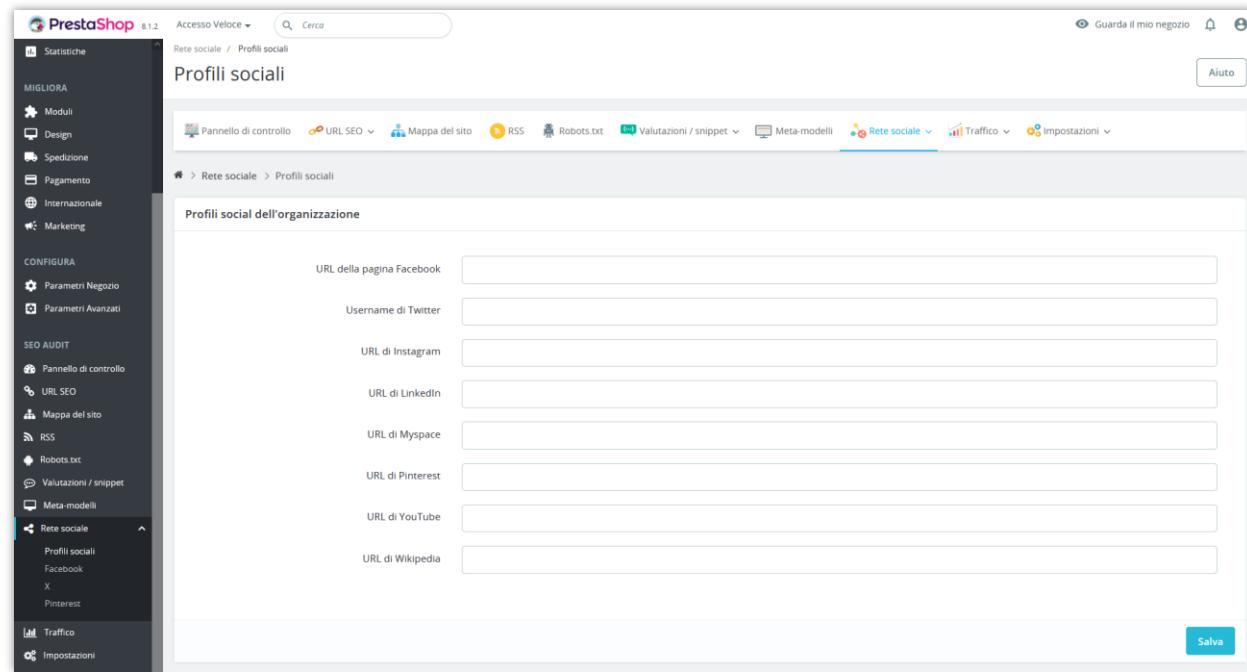
I motori di ricerca utilizzano queste informazioni per:

- Comprendi l'identità del tuo marchio
- Associa il tuo sito web agli account social ufficiali
- Migliorare i segnali di fiducia del marchio

Configurazione consigliata:

- Compila solo profili reali e attivi
- Non aggiungere un segnaposto o account personali
- Utilizzare URL completi dove richiesto

💡 Suggerimento: anche se non utilizzi attivamente tutte le piattaforme, ti consigliamo di aggiungere i tuoi canali social principali (Facebook, Instagram, LinkedIn).



The screenshot shows the PrestaShop back office interface. The left sidebar has a 'Rete sociale' (Social Network) section selected. The main content area is titled 'Profili sociali' (Social Profiles). It contains a table with fields for various social media platforms:

Profilo social dell'organizzazione	URL della pagina Facebook	Username di Twitter	URL di Instagram	URL di LinkedIn	URL di Myspace	URL di Pinterest	URL di YouTube	URL di Wikipedia

At the bottom right of the form is a 'Salva' (Save) button.

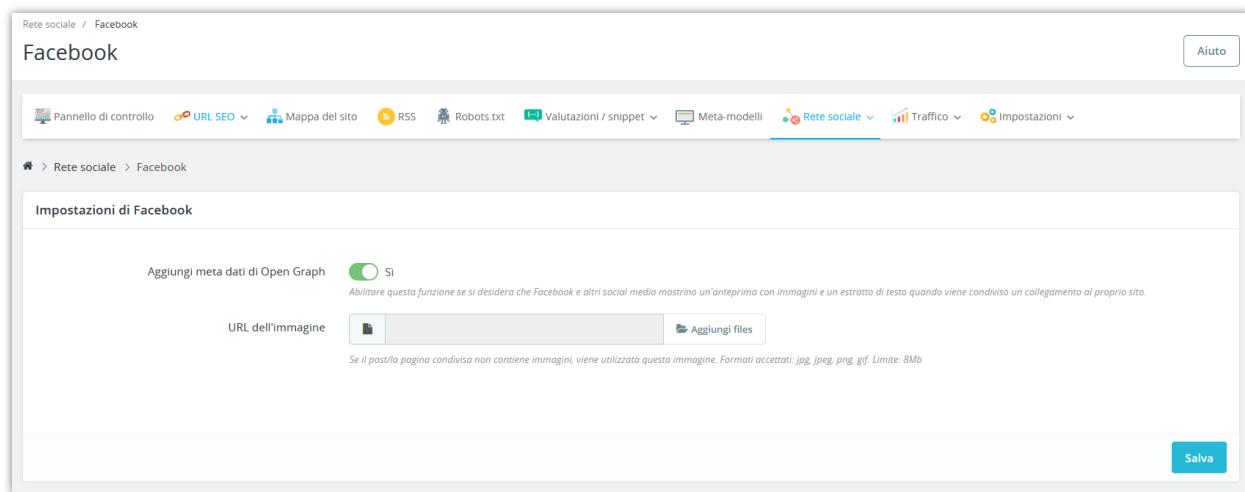
2. Configurazione specifica per Facebook, Twitter e Pinterest

Facebook utilizza i metadati Open Graph (OG) per generare anteprime dei link quando le tue pagine vengono condivise. Se abilitato, Facebook può visualizzare il titolo della pagina, la descrizione e l'anteprima dell'immagine.

Aggiungi metadati Open Graph: abilita questa opzione per attivare le anteprime di Facebook.

Immagine predefinita: utilizzata quando una pagina condivisa non ha una propria immagine. Dimensioni consigliate: 1200 × 630 px. Formati accettati: JPG, PNG

 **Nota:** *i metadati di Open Graph vengono riutilizzati anche da Pinterest.*

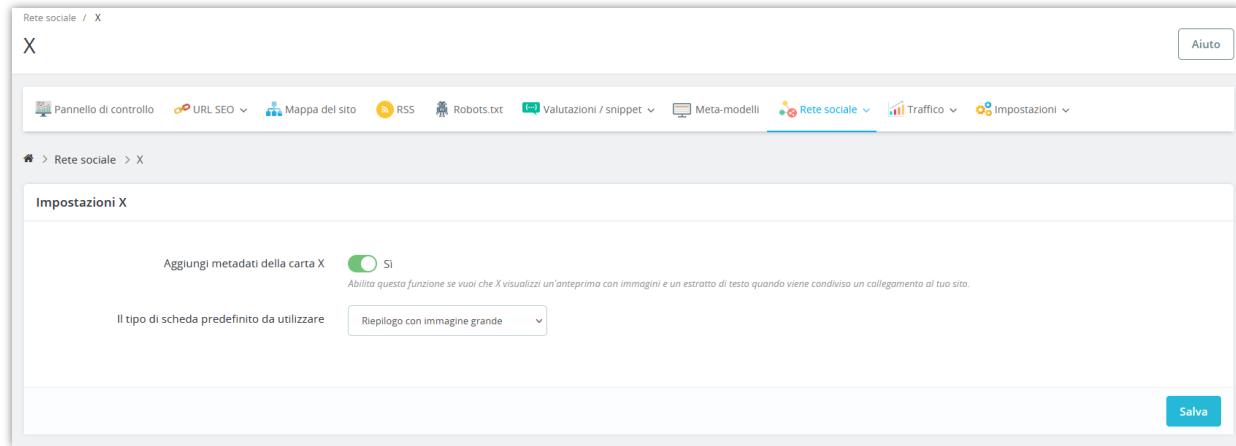


X (in precedenza Twitter) utilizza i metadati X Card per visualizzare anteprime dettagliate.

Aggiungi metadati alla scheda X: consente anteprime avanzate quando i link vengono condivisi su X.

Tipo di scheda predefinito: Riepilogo con immagine grande (consigliato). Visualizza un'immagine grande con titolo e descrizione.

 **Suggerimento:** *le schede X utilizzano lo stesso titolo e la stessa descrizione definiti nelle impostazioni SEO o nei meta template.*



Rete sociale / X

Pannello di controllo URL SEO Mappa del sito RSS Robots.txt Valutazioni / snippet Meta-modelli Rete sociale Traffico Impostazioni

Rete sociale > X

Impostazioni X

Aggiungi metadati della carta X Si
Abilita questa funzione se vuoi che X visualizzi un'anteprima con immagini e un estratto di testo quando viene condiviso un collegamento al tuo sito.

Il tipo di scheda predefinito da utilizzare: Riepilogo con immagine grande

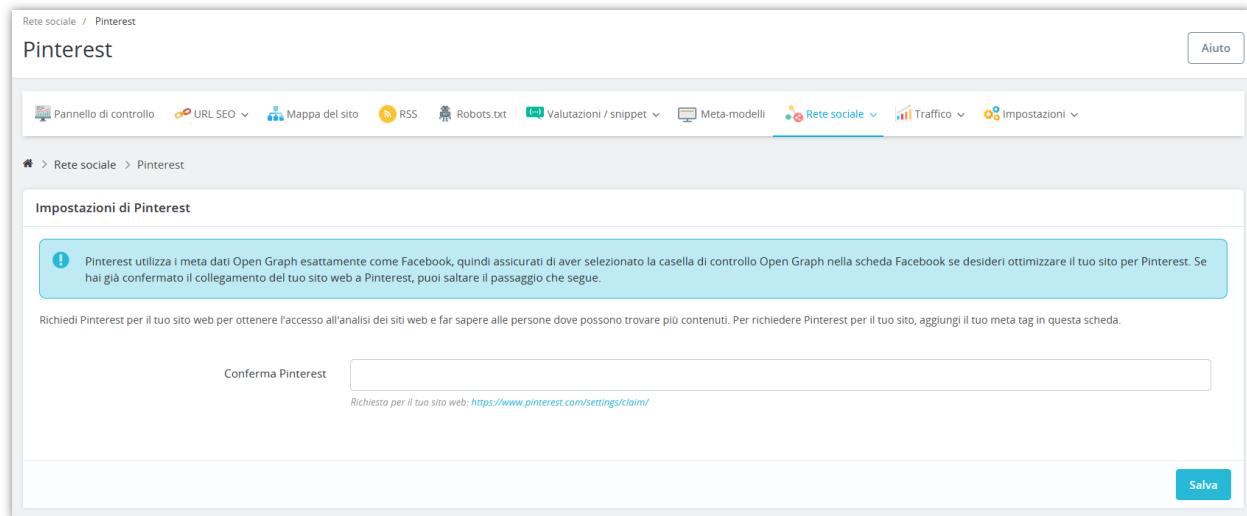
Salva

Anche Pinterest si basa sui metadati Open Graph, in modo simile a Facebook.

Conferma Pinterest: utilizzata per verificare la proprietà del sito web su Pinterest Business. Incolla qui il meta tag fornito da Pinterest.

⚠ Note importanti: se Open Graph è abilitato per Facebook, non è richiesta alcuna configurazione aggiuntiva per le immagini. Pinterest utilizzerà automaticamente il titolo, la descrizione e l'immagine originali.

⌚ Come rivendicare il tuo sito web: <https://www.pinterest.com/settings/claim/>



Rete sociale / Pinterest

Pannello di controllo URL SEO Mappa del sito RSS Robots.txt Valutazioni / snippet Meta-modelli Rete sociale Traffico Impostazioni

Rete sociale > Pinterest

Impostazioni di Pinterest

Pinterest utilizza i metadati Open Graph esattamente come Facebook, quindi assicurati di aver selezionato la casella di controllo Open Graph nella scheda Facebook se desideri ottimizzare il tuo sito per Pinterest. Se hai già confermato il collegamento del tuo sito web a Pinterest, puoi saltare il passaggio che segue.

Conferma Pinterest

Richiedi Pinterest per il tuo sito web per ottenere l'accesso all'analisi dei siti web e far sapere alle persone dove possono trovare più contenuti. Per richiedere Pinterest per il tuo sito, aggiungi il tuo meta tag in questa scheda.

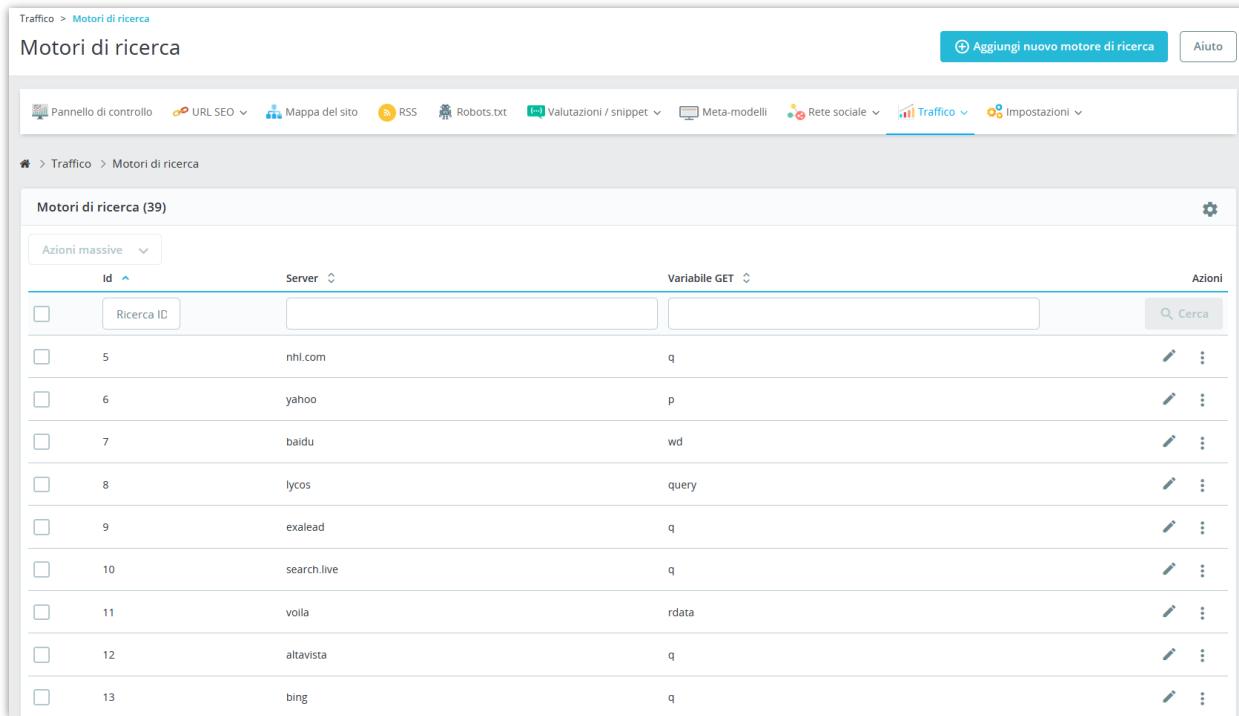
Richiesta per il tuo sito web: <https://www.pinterest.com/settings/claim/>

Salva

XIV. TRAFFICO

Molti dei tuoi visitatori arriveranno dai motori di ricerca. Per sapere cosa stavano cercando e come puoi migliorare il tuo negozio online in base alle loro query di ricerca, devi conoscere le loro query.

Questa pagina presenta una tabella di tutti i motori di ricerca supportati dal tuo sito web PrestaShop, il che significa che PrestaShop può riconoscerlo ed estrarre la query che il visitatore di quel dato motore di ricerca ha utilizzato per trovare il tuo negozio.



Id	Server	Variabile GET	Azioni
5	nhl.com	q	
6	yahoo	p	
7	baidu	wd	
8	lycos	query	
9	exalead	q	
10	search.live	q	
11	voila	rdata	
12	altavista	q	
13	bing	q	

XV. IMPOSTAZIONI

La sezione **Impostazioni** contiene configurazioni globali che influenzano il funzionamento **di SEO Audit** nell'intero negozio. Queste impostazioni vengono solitamente configurate una sola volta durante la configurazione iniziale e modificate solo quando:

- Migri il tuo negozio
- Si cambia server o hosting

- Vuoi automatizzare i flussi di lavoro SEO
- Vuoi utilizzare la generazione di contenuti assistita dall'intelligenza artificiale

1. Impostazioni generali

Questa sezione contiene opzioni globali relative alla SEO e strumenti di verifica per i webmaster.

Verifica degli Strumenti per i Webmaster

SEO Audit ti consente di verificare il tuo sito web sui principali motori di ricerca aggiungendo automaticamente meta tag di verifica.

Come funziona:

- Incolla il codice di verifica fornito dal motore di ricerca
- **SEO Audit** inserisce automaticamente il meta tag richiesto nella tua homepage
- Non è richiesta alcuna modifica manuale del tema

 **Nota:** se il tuo sito è già verificato tramite un altro metodo (DNS, file HTML, ecc.), puoi tranquillamente saltare questo passaggio.

Altre impostazioni

Separatore del titolo: definisce il simbolo utilizzato tra le parti del meta titolo. Esempio:

Nome del prodotto | Nome del marchio

Abilita analisi automatica: se abilitata, **SEO Audit** ricalcola automaticamente i punteggi SEO e di leggibilità dopo le modifiche al contenuto.

Generale

Strumenti per webmaster

E' possibile utilizzare le caselle sottostanti per effettuare la verifica con i diversi Strumenti per i Webmaster. Questa funzione aggiungerà un meta tag di verifica sulla tua homepage. Segui i link ai diversi Strumenti per i Webmaster e cerca le istruzioni del metodo di verifica dei metatag per ottenere il codice di verifica. Se il tuo sito è già stato verificato, puoi semplicemente ignorare quanto appena detto.

Codice di verifica di Google

Ottieni il tuo codice di verifica di Google [Google Search Console](#)

Codice di verifica di Bing

Ottieni il tuo codice di verifica di Bing [Bing Webmaster Tools](#)

Codice di verifica di Baidu

Ottieni il tuo codice di verifica di Baidu [Baidu Webmaster Tools](#)

Codice di verifica di Yandex

Ottieni il tuo codice di verifica di Yandex [Yandex Webmaster Tools](#)

Ho verificato il mio sito web utilizzando altri metodi di verifica

Salva

Altre impostazioni

Separatore titolo: - - : . * ~ < >

Abilita analisi automatica: Si

Salva

2. Backup

La sezione Backup consente di esportare e importare in modo sicuro le impostazioni **di SEO Audit**.

Esportare

È possibile esportare le impostazioni SEO in un file XML, tra cui:

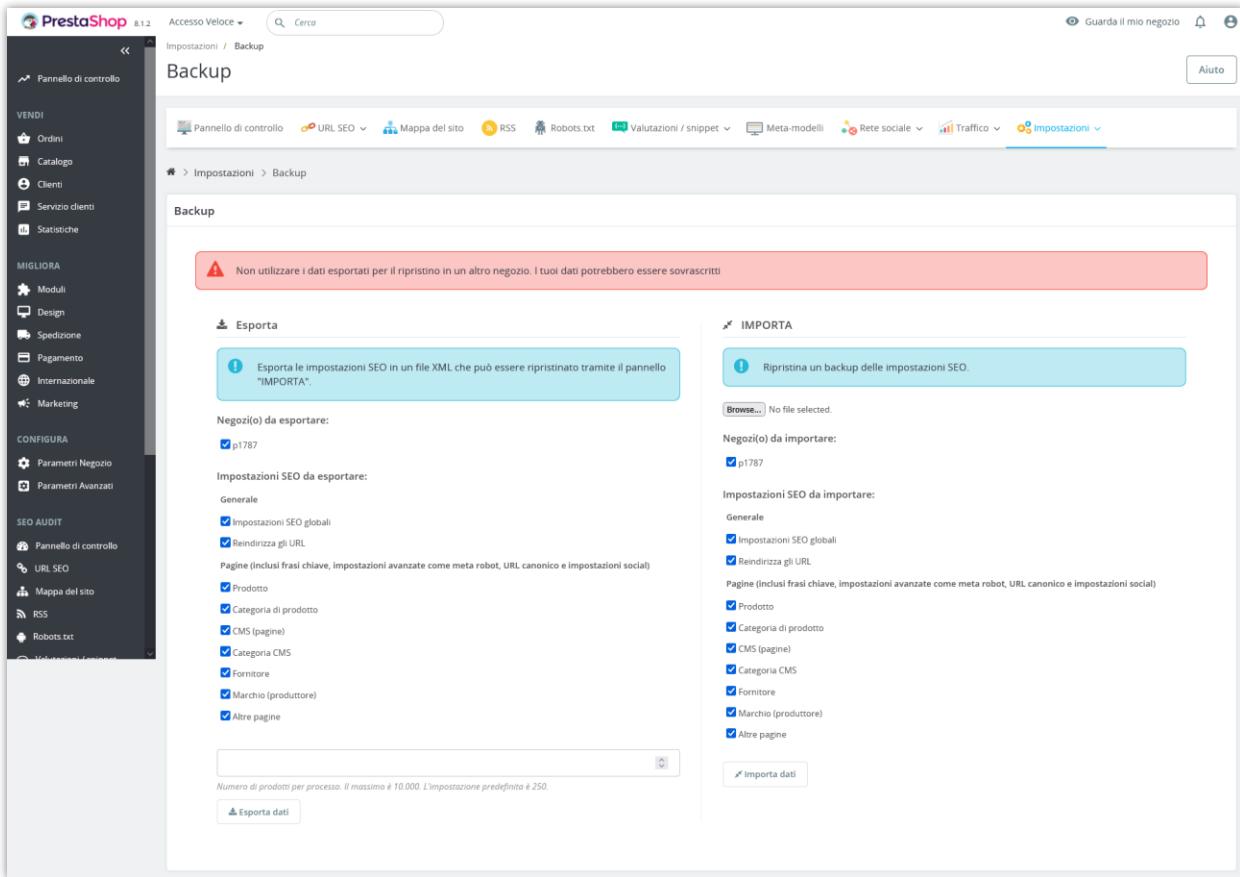
- Impostazioni SEO globali
- Reindirizzamenti URL
- Impostazioni SEO per le pagine

💡 Suggerimento: puoi limitare il numero di prodotti elaborati per esportazione per evitare timeout del server su cataloghi di grandi dimensioni.

Importare

Carica un file XML precedentemente esportato, quindi seleziona il negozio e le impostazioni da ripristinare. **SEO Audit** applicherà automaticamente le impostazioni selezionate.

⚠️ Attenzione: non utilizzare i dati esportati per ripristinare le impostazioni su uno store completamente diverso, a meno che non si comprendano appieno le conseguenze. I dati SEO esistenti potrebbero essere sovrascritti.



The screenshot shows the 'Backup' section of the SEO Audit module in the PrestaShop 8.1.2 admin interface. The left sidebar contains categories like VENDI, MIGLIORA, and CONFIGURA. The main content area has a breadcrumb 'Backup' and a warning message: 'Non utilizzare i dati esportati per il ripristino in un altro negozio. I tuoi dati potrebbero essere sovrascritti'. The 'IMPORTA' section shows a 'Browse...' button with 'No file selected.' and a list of checkboxes for selecting SEO settings to import. The 'Generale' section is selected, with checkboxes for 'Impostazioni SEO globali' and 'Reindirizza gli URL'. Below these are checkboxes for 'Prodotto', 'Categoria di prodotto', 'CMS (pagine)', 'Categoria CMS', 'Fornitore', 'Marchio (produttore)', and 'Altre pagine'. A note at the bottom says 'Numero di prodotti per processo. Il massimo è 10.000. L'impostazione predefinita è 250.' and a 'Esporta dati' button is at the bottom.

3. ChatGPT

La sezione **ChatGPT** ti consente di integrare la generazione di contenuti basata sull'intelligenza artificiale direttamente in **SEO Audit**. Questa funzionalità ti aiuta a:

- Genera meta titoli SEO-friendly
- Genera meta descrizioni
- Crea descrizioni di prodotti
- Scrivi il contenuto della pagina CMS
- Accelerare i flussi di lavoro di ottimizzazione SEO

Integrazione ChatGPT

Abilita ChatGPT: attiva o disattiva le funzionalità AI a livello globale

Modello ChatGPT: seleziona il modello AI utilizzato per la generazione di contenuti

Chiave API: inserisci la tua chiave API OpenAI. Necessaria per il funzionamento delle funzionalità di ChatGPT

 **Nota di sicurezza:** *mantieni privata la tua chiave API e non condividerla pubblicamente.*

Modelli di prompt

SEO Audit fornisce modelli di prompt modificabili per diversi casi d'uso, come descrizioni di prodotti, descrizioni di categorie, meta titoli, ecc.

Puoi:

- Aggiungi nuovi prompt
- Modifica i prompt esistenti
- Personalizza tono e struttura
- Adatta i prompt alla voce del tuo marchio

 **Suggerimento:** *i messaggi ben scritti producono contenuti decisamente migliori. Dedica del tempo a ottimizzarli per la tua attività.*

Integrazione ChatGPT

Abilita ChatGPT: Si

Modello ChatGPT: gpt-3.5-turbo

* Chiave API: sk-eMFR1aznMk... [Come ottenerne la chiave API](#)

Modelli di prompt (9)

Etichetta	Contenuto	Azione
Write a product category description	Think like an ecommerce merchandising specialist and write a product category description to category {category_name} on an ecommerce store [brand]	Modificare
Generate a page meta title	Think like an ecommerce SEO expert and generate a page meta title for {category_name} from the brand [brand] from the [industry] industry	Modificare
Generate a page meta description	Think like an ecommerce SEO expert and generate a page meta description for {category_name} from brand [brand] from the [industry] industry	Modificare
CMS page - meta description	Write meta description for {page_name} page	Modificare
Page content	Write content for {page_name} page	Modificare
Description	Write description for {product_name} product	Modificare
Write a product description	Think like an ecommerce merchandising specialist and write a product description to list {product_name} on an ecommerce store [brand]	Modificare
Generate a page meta title	Think like an ecommerce SEO expert and generate a page meta title for {product_name} from the brand [brand] from the [industry] industry	Modificare
Generate a page meta description	Think like an ecommerce SEO expert and generate a page meta description for {product_name} from brand [brand] from the [industry] industry	Modificare

XVI. GRAZIE

Grazie ancora per aver acquistato il nostro prodotto e per aver letto questa documentazione. Ci auguriamo che sia utile ed efficiente nell'installazione e nell'utilizzo del modulo **SEO Audit**. Se avete domande a cui non trovate risposta in questo documento, non esitate a contattarci.