

Registro dei controlli SEO

Puoi iniziare con 5 pagine importanti dello stesso tipo, facili da seguire a ogni controllo. Compila la scheda a mano e usa una copia aggiuntiva per gli altri gruppi di pagine.

Sito / gruppo di pagine / obiettivo commerciale

Responsabile del controllo / data di avvio / fonte dei contatti

Calendario iniziale proposto

Quando	Verifica e risultato da registrare
Prima degli interventi	Verifica accessi e tracciamento. Scegli 5 pagine ed esporta gli ultimi 28 giorni completi e i 28 precedenti, con gli stessi filtri. Se il mercato è stagionale, aggiungi il confronto annuale.
Entro il giorno 30	Annota le modifiche online e le date. Controlla contenuto, risposta HTTP, canonical e link interni, poi verifica ultima scansione e indicizzazione.
Giorni 31-60	Ricontrolla ogni settimana i problemi aperti. Quando disponibili, confronta i primi 28 giorni completi dopo la scansione con i dati precedenti.
Giorno 90	Confronta ricerche, clic e contatti delle pagine modificate. Concorda con chi segue il progetto le correzioni o le attività da proseguire e la prossima verifica.

Le date servono a organizzare i controlli. Se una modifica non è online o trovi un errore, concorda subito con chi deve intervenire che cosa farà e quando, senza aspettare il giorno 90.

Registro URL: consegna e lettura da parte di Google

Nella colonna finale annota lo stato di indicizzazione e il canonical scelto da Google. Se la scansione precede la pubblicazione, annota che aspetti di verificare una nuova scansione.

URL / modifica	Online il	Scansione il	Stato / canonical

Dati e prossima decisione

Confronta periodi di uguale durata e giorni completi, con gli stessi filtri per paese, dispositivo e tipo di ricerca. Quando possibile, distingui chi cerca il marchio da chi cerca il servizio.

URL / gruppo:

Filtri usati / stagionalità / promozioni o cambiamenti del tracciamento:

Dato	Periodo precedente	Periodo successivo
Date (28 giorni completi)		
Impressioni pertinenti		
Clic		
CTR = clic / impressioni × 100		
Contatti qualificati / ordini		

Variazione % = (nuovo - precedente) / precedente × 100. Se il valore precedente è zero, riporta i valori assoluti. Non tutte le query sono visibili in Search Console; inoltre, clic, visite e contatti sono conteggi diversi e possono non coincidere.

Un esempio

Immagina di passare da 4.000 a 5.000 impressioni e da 120 a 150 clic: entrambi crescono del 25%, con CTR al 3%. Se i contatti organici restano 6, il rapporto contatti/clic scende dal 5% al 4%. Non è il tasso di conversione delle visite: alcuni contatti possono provenire da visite precedenti. Controlla le ricerche, il modulo e le richieste nel CRM prima di decidere se investire di più.

Esito e azione

Indica che cosa va corretto, che cosa aspetti di verificare oppure che cosa vuoi cambiare nel contenuto. Aggiungi il motivo della scelta e chi seguirà la prossima azione.

Esito scelto / prova osservata:

Azione / responsabile / scadenza:

Prossimo controllo / dato necessario per decidere: