

Scopri come un E-commerce B2C ha aumentato
del **+86% il suo traffico organico** e raggiunto le
60.000 visite mensili qualificate con la SEO
semantica (e come puoi farlo **anche tu**)

Colombo Cristofalo | Consulente SEO | 348 78 54 941

Chi sono io? Permettimi di presentarmi e perché posso aiutarti

Mi chiamo Colombo Cristofalo e sono un SEO Specialist con oltre 5 anni di esperienza nel settore del Digital Marketing.

Aiuto professionisti e aziende a migliorare la loro visibilità online attraverso **strategie SEO** su misura e soluzioni digitali orientate ai risultati, sfruttando la **semantica** per rendere le pagine del tuo sito più rilevanti e visibili sui search engine tradizionali e i nuovi sistemi di ricerca basati sull'AI.

Nel corso degli anni ho collaborato con agenzie sia in Italia che all'estero, acquisendo competenze avanzate nella SEO e una visione strategica completa del marketing digitale.

Oggi lavoro in modo indipendente, affiancando direttamente i miei clienti per offrire un supporto personalizzato e garantendo la stessa qualità offerta dalle agenzie digitali.

Lavoro per far crescere ogni progetto combinando le strategie SEO consolidate con **approcci innovativi**, capaci di affrontare le sfide poste dalle nuove logiche di marketing introdotte dall'uso dell'AI e dai **Large Language Model**.



“Collaborare con Colombo Cristofalo al progetto del Sole 24 ORE è stata un'esperienza davvero positiva. Oltre alle sue indubbie competenze tecniche, ho apprezzato molto il suo approccio umano e la sua capacità di creare un clima di lavoro piacevole e stimolante. Colombo è un professionista serio e affidabile, ma anche una persona simpatica e con cui è facile lavorare. Consiglio vivamente Colombo per la sua professionalità e la sua umanità.”

Salvatore Petrucci, SEO e Data Analytics Specialist | Il Sole 24 Ore



Come un E-commerce ha aumentato del +86% il suo traffico organico e raggiunto le 60.000 visite mensili con una strategia SEO

Molti e-commerce oggi si trovano nella stessa situazione: per vendere devono continuamente investire in pubblicità, e appena smettono... le vendite crollano. È il segnale che il sito non sta lavorando per te, ma solo per chi clicca sugli annunci.

In questo caso studio ti mostriamo cosa è successo a un e-commerce nel settore arredamento che ha deciso di cambiare approccio e usare la SEO come leva strategica, non tecnica.

Il risultato?

- **+86%** di traffico organico in 2 anni
- Oltre **300.000 parole chiave** posizionate in Top 10 su Google
- **60.000 visite qualificate al mese** senza dipendere dagli annunci



Il problema: un sito dal potenziale inespresso

L'e-commerce operava nel settore B2C dell'arredamento, ma il traffico organico era in costante declino. Le cause erano evidenti:

- **Nessuna sezione blog**, quindi zero possibilità di intercettare ricerche informative di utenti che non conoscevano il brand in precedenza. Quindi, **Reach relativamente bassa** per i volume di prodotti offerti dalla piattaforma.
- Ottimizzazione **on-page insufficiente**: title tag, meta description e contenuti poco strategici nella pagine di categoria e in quelle prodotto, composte da una sola parola e senza un'adeguata attenzione all'intento di ricerca espresso dall'utente. Quindi, **Click-through-rate** e **tasso di engagement** insufficiente con **aumento** dei **costi per la pubblicità a pagamento** su Google.
- **Nessuna strategia di internal linking** per guidare gli utenti verso le pagine commerciali della piattaforma dove acquistare i prodotti venduti con ricaduta importante sul **tasso di conversione** del sito.
- **Problemi tecnici legati al CMS**, che rallentavano le performance. Questi problemi sono stati solo in minima parte risolti durante il periodo preso in analisi.

Il risultato? Un sito che non riusciva a emergere, con visite organiche scese **sotto le 150.000 mensili**, **tassi di conversioni bassi** e forte **dependenza dalla pubblicità a pagamento**.



La soluzione: tre ottimizzazioni mirate per invertire il trend

Per ribaltare la situazione, sono state implementato tre azioni chiave:

1. Ottimizzazione On-Page: sono stati ottimizzati i tag on-page delle pagine di categoria di primo e secondo livello e quelle delle pagine prodotto: title tag, meta description, H1 e Alt Text sono ora più chiari **semanticamente** e rispondono in modo preciso ad un **interesse di ricerca utente**.



Perchè?

L'ottimizzazione on-page aiuta il motore di ricerca a comprendere meglio di cosa tratta la pagina e associarla a query e interessi di ricerca specifici di un pubblico target. Se queste ottimizzazioni mancano, il motore di ricerca non presenterà la pagina come alternativa valida all'utente, compromettendo quindi la **visibilità e l'acquisizione di clienti** al sito e-commerce.

Accessori Bagno: Catalogo, Prezzi e Offerte

Rendi il tuo bagno un luogo speciale! Plantane, dispenser, porta bicchieri e tanti altri accessori per il tuo bagno ti attendono da lperceramica.



Accessori Bagno Ci sono 329 prodotti

Accessori Bagno Ci sono 329 prodotti. Arredobagno Made in Italy - Plantane Bagno - Angoliere Doccia - Mensole Doccia - Mobili Bagno - Portasapone Doccia ...



Title (in blu) e meta description non ottimizzati: il titolo della pagina non riporta informazioni utili al motore e agli utenti. La meta description manca completamente ed è generata in modo automatico da Google con le informazioni riportate in pagina.



La soluzione: tre ottimizzazioni mirate per invertire il trend

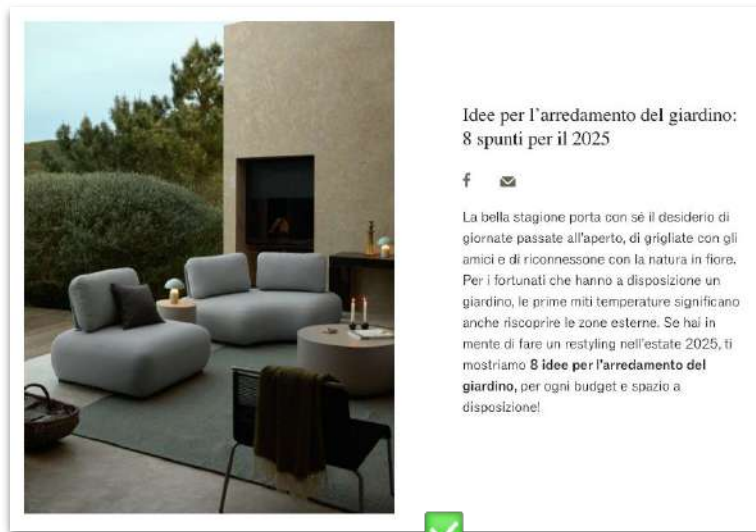
2. Creazione della sezione Blog: Grazie al blog è stato possibile attrarre traffico proveniente da differenti livelli del **funnel di marketing**, intercettando anche utenti “**freddi**”, che non sono ancora pienamente consapevoli del loro bisogno né delle soluzioni disponibili.



Perchè?

La sezione Blog di un e-commerce è uno strumento strategico per **intercettare le ricerche informative** degli utenti che si trovano nelle fasi iniziali del funnel di marketing, ancora inconsapevoli del loro reale bisogno. Attraverso contenuti mirati, è possibile catturare il loro interesse e guidarli progressivamente verso la conversione sul sito.

Inoltre, il blog contribuisce ad ampliare la **copertura tematica** del sito, rendendolo più **autorevole** e **affidabile** agli occhi dei motori di ricerca, che tendono a premiarlo con un posizionamento migliore nei risultati di ricerca (SERP).



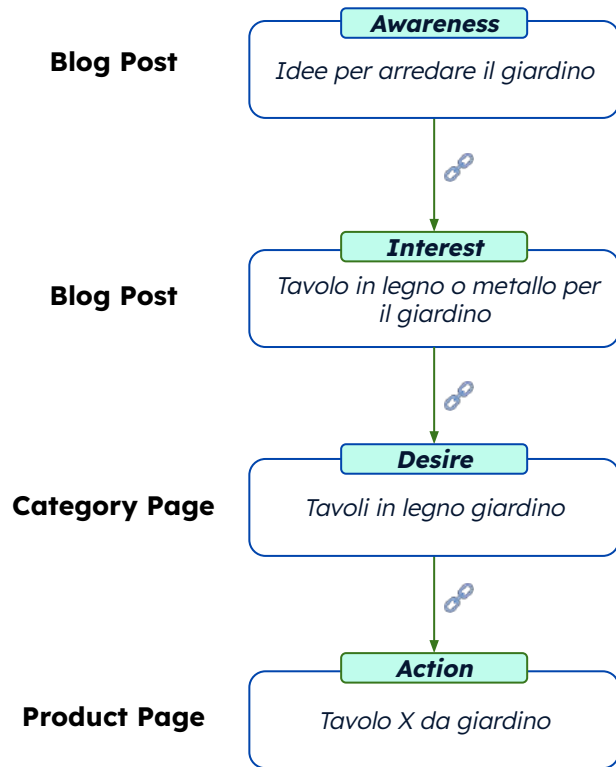
La soluzione: tre ottimizzazioni mirate per invertire il trend

3. Internal Linking intelligente: i contenuti informativi sono stati **collegati strategicamente** alle pagine di categoria e prodotto, creando un percorso fluido che ha aiutato gli utenti a scoprire e acquistare i prodotti.



Perchè?

I link interni consentono di costruire un percorso utente chiaro e ben strutturato, facilitando la navigazione e contribuendo all'**aumento delle conversioni** sulla piattaforma. Allo stesso tempo, permettono di creare **cluster tematici** coerenti, fondamentali per l'organizzazione dei contenuti. Dal punto di vista SEO, la loro presenza è cruciale per trasferire **autorevolezza** tra le pagine del sito, favorendone il posizionamento in SERP e l'acquisizione di traffico qualificato



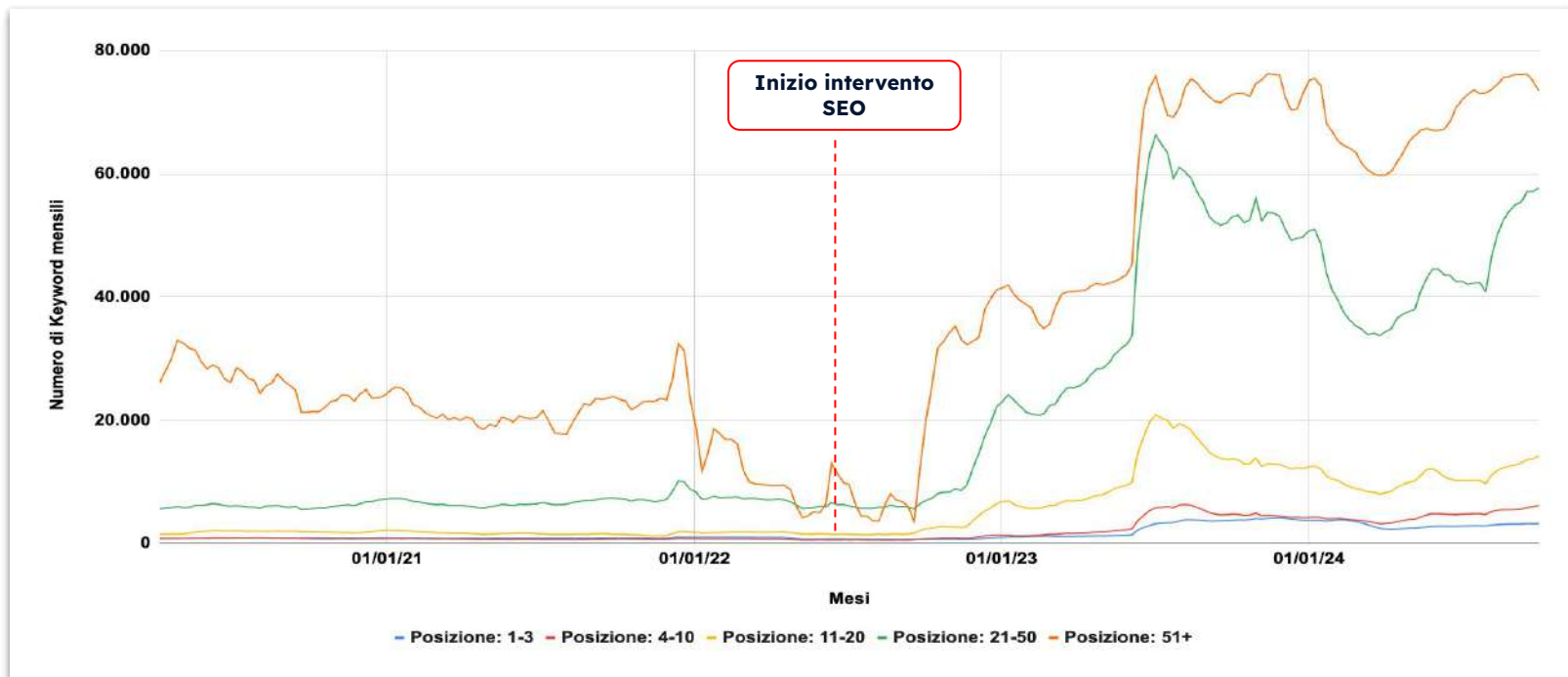
I risultati ottenuti: il traffico organico aumenta

Il traffico organico è cresciuto del **+86% rispetto al 2022** e del **+44% rispetto al 2023**. I risultati degli interventi SEO, attuati a luglio 2022, hanno apportato benefici dopo un mese dalla loro attuazione, bilanciando gli investimenti sulla pubblicità a pagamento.



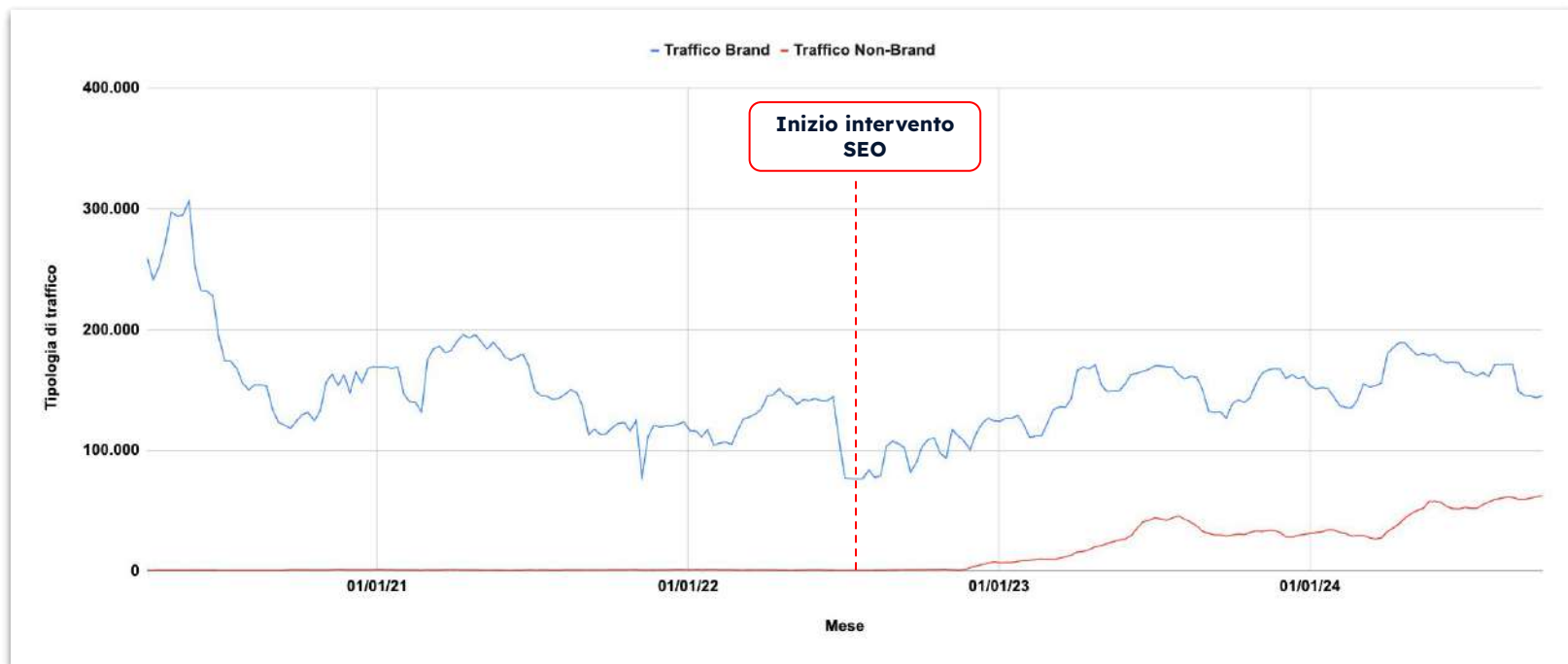
I risultati ottenuti: le keyword posizionate aumentano

Le **keyword in prima pagina** sono aumentate del **+453% rispetto al 2022** e del **+121% rispetto al 2023**. Posizionare keyword nelle prime 10 posizioni di Google permette di comparire con più frequenza negli **snippet** di testo generati dalla AI.



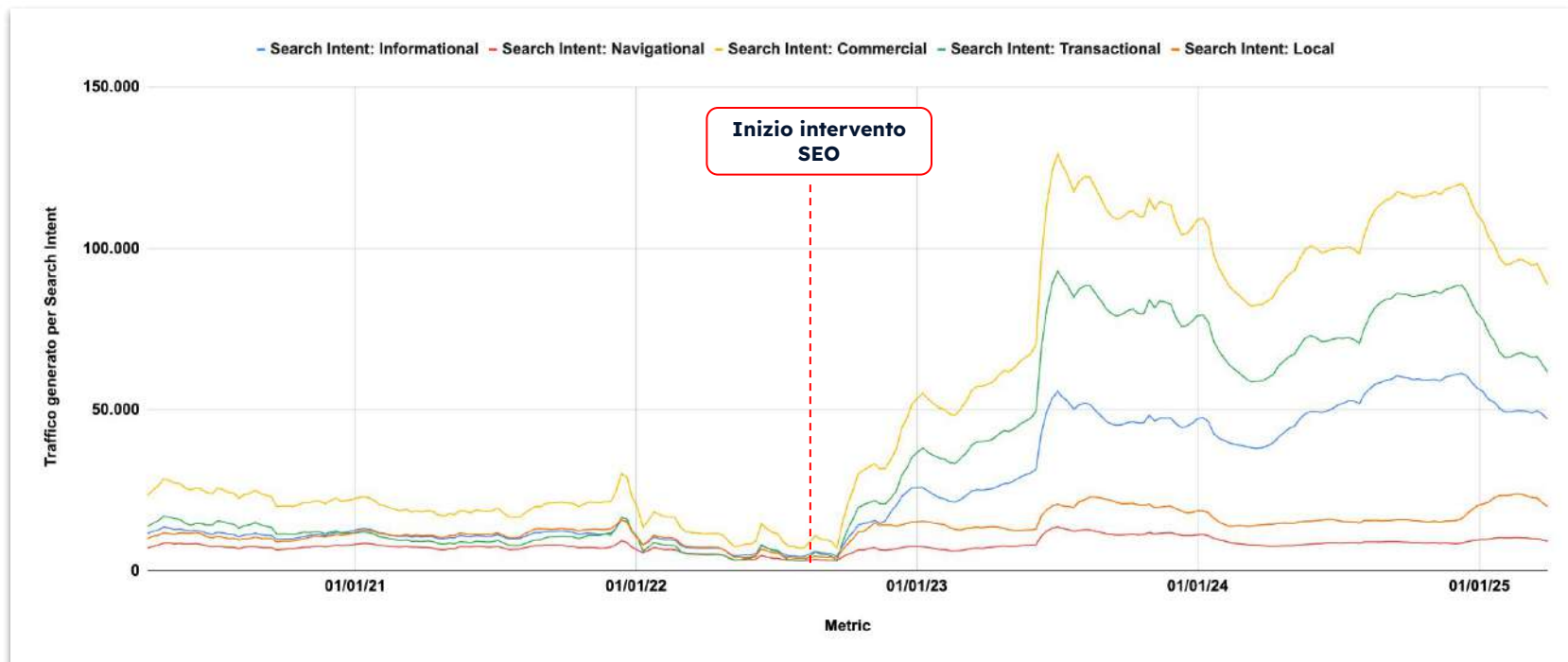
I risultati ottenuti: aumentano le visite da query non di brand

Il traffico da keyword non di brand ha superato le **62.000 visite mensili qualificate**, grazie al blog che ha permesso di attrarre nuovi utenti.



I risultati ottenuti: migliore distribuzione di autorevolezza

Il passaggio di **autorevolezza** dalle pagine del blog a quelle di prodotto grazie all'ottimizzazione dell'**internal linking** ha facilitato il ranking delle pagine **commerciali**, aumentando la **visibilità** e le **conversioni**.



Ricapitoliamo

DOPO IL MIO INTERVENTO

- **Meno di 150.000 visite organiche/mese** e trend in calo
 - **Dipendenza massiccia dagli annunci a pagamento** per generare vendite
 - **Tassi di conversione bassi** e ridotta visibilità sulle keyword strategiche
 - **Assenza di un blog** per intercettare ricerche informative degli utenti
 - **Ottimizzazione on-page quasi inesistente e poca visibilità sui motori di ricerca** (title, meta description, contenuti di categoria/prodotto minimal)
 - **Nessuna strategia di internal linking**, con conseguente navigazione poco intuitiva
- **Aumento del +86% di traffico organico** in 2 anni e **+44%** rispetto all'anno successivo
 - **60.000 visite organiche/mese** altamente qualificate
 - **Keyword in prima pagina aumentate del +453%** (oltre 300.000 keyword totali)
 - **Blog attivo**: copertura delle ricerche informative e funnel di marketing più completo.
 - **Pagine posizionate e visibili** capaci di attirare click e l'attenzione dei motori di ricerca.
 - **Internal linking strategico**: distribuzione ottimale di autorevolezza alle pagine di vendita e aumento delle conversioni

Vuoi ottenere risultati simili?

Se il tuo sito fatica a crescere e il traffico organico non porta risultati, una strategia SEO può fare la differenza.

Investire in **contenuti di qualità**, **ottimizzazione on-page** e un'architettura strategica dei **link** interni può trasformare un sito stagnante in una macchina da traffico e conversioni.

Se anche tu senti di:

- spendere troppo in pubblicità per ottenere vendite;
- non attirare nuovi clienti da Google;
- avere un sito che “non rende come dovrebbe” in termini di conversioni dei prodotti e ROI

... allora è il momento di ripensare alla SEO non come una questione tecnica, ma come una **leva di business**.

Contattami alla mail **c.cristofalo.seospecialist@gmail.com** per un'analisi personalizzata e trasforma il tuo sito in una risorsa vincente!

Scrivimi su **LinkedIn** un DM o contattami al numero **348-78 54 941**.



Cosa farò per te nell'analisi personalizzata? Perché è importante farla subito?

In cosa consiste l'analisi personalizzata?

- **Analisi del contesto iniziale del sito:** capiamo lo stato di salute del sito web, su quali topic è ben posizionato e come genera traffico rispetto alla concorrenza.
- **Analisi tecnica:** individuiamo i gap tecnici che possono compromettere la scansione e la comprensione delle pagine del sito ed eventuali soluzioni innovative proposte dai competitor.
- **Analisi semantica e contenutistica:** individuiamo le opportunità di ottimizzazione dei contenuti in pagina e della strategia content da poter attuare sul sito.
- **Creazione di una strategia SEO con una road-map di interventi** e check mirati per colmare le lacune individuate e migliorare le performance organiche del sito.

Perché non aspettare:

- **Effetto cumulativo della SEO:**
Prima si parte, prima si ottengono i benefici. La SEO richiede tempo, ma restituisce risultati costanti e duraturi. Iniziare oggi vuol dire costruire fin da subito una base organica forte, che continua a generare valore nel tempo — senza dipendere da budget pubblicitari continui.
- **Riduzione del costo per acquisizione cliente (CAC):**
A medio-lungo termine, un buon posizionamento organico diminuisce la necessità di investire in pubblicità, facendo calare il costo per acquisizione e aumentando i margini di profitto.
- **Aumento del valore del brand e dell'e-commerce:**
Un sito ben posizionato su Google aumenta di valore anche agli occhi di potenziali investitori o acquirenti. Una strategia SEO efficace rende l'azienda più attraente sul mercato.
- **Migliore gestione del funnel di vendita:**
Con contenuti studiati per ogni fase del viaggio dell'utente, l'e-commerce può intercettare il pubblico in tutti i momenti decisionali, massimizzando così le possibilità di vendita.

Vuoi fare lo stesso con il tuo e-commerce?

Contattami!

E-mail: c.cristofalo.seospecialist@gmail.com

DM LinkedIn: www.linkedin.com/in/colombo-cristofalo

Cellulare: 348 - 78 54 941

Colombo Cristofalo | Consulente SEO