

AUDIT SEO E GEO · LAMARKETER.AI

Report tecnico

Il dettaglio per chi gestisce il sito: cosa è stato rilevato, dove, come si corregge e come si verifica.



Punteggio del sito

5 miglioramenti trovati, in ordine di impatto

Come è stato fatto l'audit

L'audit ha analizzato 115 pagine del sito lamarketer.ai (114 indirizzi trovati in sitemap, la home contata una volta sola con e senza barra finale), con dati raccolti il 17 ottobre 2026. Sono state controllate 7 aree: scansione tecnica del sito (reindirizzamenti del dominio, robots.txt, sitemap, canonical, intestazioni di sicurezza), analisi delle pagine (titoli, descrizioni, H1, conteggio parole, dati strutturati), controllo dei link (link interni rotti e pagine non collegate tra le 115 lette), velocità: test di Google (PageSpeed Insights, telefono) più il dato reale di Chrome (CrUX) per l'LCP, immagini (presenza dell'attributo alt), contenuti (autore, data, fonti sulle pagine editoriali) e verifica dei testi che contengono promesse di guadagno o cifre (temi YMYL). Il sito risponde con server cloudflare: ogni intervento su intestazioni o reindirizzamenti va verificato in quel pannello (probabilmente quello dell'hosting, non necessariamente un account Cloudflare separato del titolare). Non è stato riconosciuto con certezza un CMS: le modifiche a titoli, descrizioni e dati strutturati vanno fatte nel codice del tema o nel sistema di gestione contenuti usato dal sito.

Riepilogo degli interventi

CODICE	INTERVENTO	CHI	PRIORITÀ	TEMPO STIMATO
M01	107 pagine della sezione /risorse/ non collegate tra loro nella scansione	Tecnico (dettaglio qui sotto)	MEDIA	3 ore
M02	2 titoli sopra la soglia di 65 caratteri su 115 pagine	Tecnico (dettaglio qui sotto)	MEDIA	20 minuti
M03	2 descrizioni sopra la soglia di 160 caratteri su 115 pagine	Tecnico (dettaglio qui sotto)	MEDIA	20 minuti
M04	Verifica del collegamento di Search Console e Bing Webmaster Tools	Titolare	BASSA	20 minuti
M05	Content-Security-Policy assente nella risposta della home	Tecnico (dettaglio qui sotto)	BASSA	30 minuti

Il dettaglio, voce per voce

Qui ci sono solo gli interventi che richiedono chi gestisce il sito. Quelli segnati "Titolare" nella tabella li fa il titolare con il report e il kit.

M01 - 107 pagine della sezione /risorse/ non collegate tra loro nella scansione		MEDIA
DIAGNOSI	107 delle 115 pagine lette dall'audit ricevono solo il link dell'indice e nessun link da altre guide. L'unico punto che le raggiunge tutte è l'indice https://www.lamarketer.ai/risorse/ . Questo vale solo per i collegamenti contati tra le 115 pagine analizzate: una pagina può comunque essere raggiunta da un punto che l'audit non vede (email, annuncio).	
ESEMPI	10 esempi su 107: l'elenco completo è nel piano delle correzioni (Excel), foglio "Elenchi completi". https://www.lamarketer.ai/risorse/100-scorciatoie-immagini https://www.lamarketer.ai/risorse/10prompt https://www.lamarketer.ai/risorse/10tool-nascosti https://www.lamarketer.ai/risorse/20-prompt https://www.lamarketer.ai/risorse/20tool https://www.lamarketer.ai/risorse/30prompt https://www.lamarketer.ai/risorse/5-cose-claude https://www.lamarketer.ai/risorse/5-errori https://www.lamarketer.ai/risorse/50cose https://www.lamarketer.ai/risorse/5errori-avanzati	
INTERVENTO	1. Individua nel modello (template) usato per le pagine della sezione /risorse/ il punto dove inserire un blocco di link correlati, in fondo o a lato del contenuto. 2. Per ogni guida, aggiungi 2-3 link verso guide correlate per argomento (le guide sui prompt rimandano ad altre guide sui prompt, quelle su Claude rimandano ad altre su Claude). 3. Applica la modifica al modello condiviso, non pagina per pagina: se il sito non usa un modello comune, ripeti l'inserimento manuale su ciascuna delle 107 pagine, elenco completo nell'Excel allegato.	
VERIFICA	Dopo la pubblicazione, riesegui la scansione interna del sito (o apri alcune pagine e conta i link in uscita verso altre guide): il numero di pagine senza nessun link in entrata dalle altre pagine dovrebbe scendere in modo significativo rispetto a 107.	
KIT	Nel kit, da completare: le pagine mancanti sono nel piano delle correzioni, foglio "Elenchi completi" (voce M01).	

M02 - 2 titoli sopra la soglia di 65 caratteri su 115 pagine

MEDIA

DIAGNOSI	https://www.lamarketer.ai/risorse/claude-primi-passi ha un titolo di 66 caratteri ("I primi passi con Claude: le 5 cose da configurare prima di usarlo"); https://www.lamarketer.ai/controllo/ ha un titolo di 79 caratteri ("Controllo gratuito del sito: quanto si vede su Google e sull'AI lamarketer.ai"). 0 titoli sono sotto i 30 caratteri. 76 titoli finiscono già con " · @lamarketer.ai" nel codice della pagina.ai" (17 caratteri) a 56 titoli su 115: questi 2 titoli fuori misura non dipendono dalla coda, perché la contengono già o non la aggiungono.
PAGINE	<i>Entrambe le pagine segnalate (anche nel piano delle correzioni, foglio "Elenchi completi").</i> https://www.lamarketer.ai/risorse/claude-primi-passi https://www.lamarketer.ai/controllo/
INTERVENTO	1. Apri il campo del titolo SEO (title tag) delle 2 pagine nel sistema di gestione dei contenuti del sito. 2. Questi 2 titoli non hanno la coda automatica: scrivi direttamente tra 50 e 60 caratteri. 3. Nel kit trovi i 2 titoli proposti già calcolati su questa base, da incollare nel campo del titolo.
VERIFICA	Visualizza il codice sorgente della pagina pubblicata (tag <title>) e conta i caratteri del titolo finale, coda compresa se presente.
KIT	Pronto nel kit (voce M02).

M03 - 2 descrizioni sopra la soglia di 160 caratteri su 115 pagine

MEDIA

DIAGNOSI	https://www.lamarketer.ai/risorse/claude-primi-passi ha una descrizione di 165 caratteri; https://www.lamarketer.ai/controllo/ ha una descrizione di 235 caratteri ("Incolla l'indirizzo del tuo sito: in circa 1 minuto ricevi un punteggio da 0 a 100 sui problemi tecnici e sui contenuti che possono rendere il sito più difficile da leggere per Google e per gli assistenti AI. Gratis, senza registrarti."). 0 descrizioni sono sotto i 70 caratteri.
PAGINE	<i>Entrambe le pagine segnalate (anche nel piano delle correzioni, foglio "Elenchi completi").</i> https://www.lamarketer.ai/risorse/claude-primi-passi https://www.lamarketer.ai/controllo/
INTERVENTO	1. Apri il campo della meta description delle 2 pagine nel sistema di gestione dei contenuti. 2. Accorcia il testo verso 120-155 caratteri, mantenendo solo i fatti presenti nella pagina (titolo, H1, sottotitoli), senza aggiungere servizi o promesse non presenti. 3. Nel kit trovi le 2 descrizioni proposte, già nella fascia 120-155 caratteri.
VERIFICA	Visualizza il codice sorgente della pagina pubblicata (tag <meta name="description">) e conta i caratteri del testo finale.
KIT	Pronto nel kit (voce M03).

M05 - Content-Security-Policy assente nella risposta della home BASSA

DIAGNOSI	Nella risposta della home raccolta dall'audit non compare l'intestazione Content-Security-Policy. Le altre intestazioni di sicurezza principali sono già presenti: Strict-Transport-Security (già attiva, durata 1 anno), X-Content-Type-Options (nosniff), X-Frame-Options (SAMEORIGIN), Referrer-Policy (strict-origin-when-cross-origin). Il server risponde come cloudflare.
PAGINE	https://www.lamarketer.ai/
INTERVENTO	1. Contatta chi gestisce il server o il pannello davanti al sito (probabilmente il pannello dell'hosting, che può risultare come cloudflare nelle intestazioni) per valutare l'aggiunta di Content-Security-Policy. 2. Parti in modalità Report-Only con una policy minima (per esempio Content-Security-Policy-Report-Only: default-src 'self'), per individuare eventuali blocchi senza interrompere funzioni del sito. 3. Solo dopo aver verificato che niente si rompe, valuta di passare alla policy attiva (senza Report-Only).
VERIFICA	Esegui 'curl -sI https://www.lamarketer.ai/' e controlla la presenza dell'intestazione Content-Security-Policy (o Content-Security-Policy-Report-Only) nella risposta, verificando che le pagine continuino a funzionare normalmente nel browser.
KIT	Nel kit, da completare (voce M05).

Note tecniche

-
- 1 sola pagina è in noindex, /privacy/: è coerente con il suo scopo di informativa privacy, non è un problema da correggere.
- Il peso della home trasferito è di circa 0,3 MB con 4 script in pagina, nessuno su altri domini: non è una priorità di intervento in questo momento.
- Il server risponde come cloudflare: ogni intervento su reindirizzamenti o intestazioni va verificato in quel pannello, che può essere quello dell'hosting e non necessariamente un account Cloudflare separato del titolare.

Il significato delle sigle e delle parole tecniche

SEO

Tutto quello che si fa perché il sito compaia tra i risultati di Google quando qualcuno cerca quello che offri.

GEO

Come SEO, ma per gli assistenti AI (ChatGPT, Gemini, Copilot, Perplexity): far sì che, quando rispondono, citino e consiglino il tuo sito.

Titolo per Google (title)

La riga blu che compare nei risultati di Google. Non è per forza il titolo che vedi sulla pagina. Di solito si cambia nel riquadro del plugin SEO (Yoast, Rank Math, All in One SEO) che trovi sotto il testo, quando modifichi la pagina.

Descrizione per Google (meta description)

Le 2 righe grigie sotto il titolo nei risultati di Google: servono a convincere a cliccare. Si scrive nello stesso riquadro del plugin SEO, sotto il testo della pagina.

H1 (titolo principale)

Il titolo principale della pagina, quello che dice di cosa parla. Serve 1 per pagina perché è il primo segnale che Google e gli assistenti AI leggono per capire l'argomento: senza, o con più titoli principali, devono indovinarlo, e la pagina rischia di comparire per le ricerche sbagliate. Si cambia nell'editor della pagina: nel blocco del titolo si sceglie il livello (H1, H2, H3...). H2 e H3 sono i sottotitoli.

Canonical

Un'indicazione nascosta nella pagina che dice a Google: "di questa pagina, la versione da mostrare è questa". Serve quando 2 pagine sono quasi uguali, per evitare che Google le confonda. Di solito si imposta nel riquadro del plugin SEO, nelle impostazioni avanzate della pagina.

Noindex

Un'indicazione che dice a Google: "non mostrare questa pagina nei risultati". La pagina resta sul sito e chi ha il link la vede. Si attiva nel riquadro del plugin SEO, nelle impostazioni avanzate della pagina.

Reindirizzamento (redirect)

Quando chi apre un indirizzo viene portato in automatico su un altro. Si usa per le pagine spostate o eliminate, così chi arriva dal vecchio link non trova un errore. Di solito si imposta con un plugin apposito o lo fa chi gestisce il sito.

Sitemap

L'elenco delle pagine del sito, in un file pensato per Google. Di solito lo crea da solo il plugin SEO: va solo comunicato a Google tramite Search Console.

Search Console

Lo strumento gratuito di Google per il proprietario del sito: mostra con quali ricerche il sito compare, quante persone cliccano e se Google trova errori. Si collega una volta sola.

Bing Webmaster Tools

Lo stesso strumento, ma di Bing, il motore di ricerca di Microsoft. Conta perché anche alcuni assistenti AI, per esempio Copilot e la ricerca di ChatGPT, si appoggiano a Bing per trovare le pagine. Si collega in pochi minuti importando i dati da Search Console.

Dati strutturati

Informazioni scritte nel codice della pagina in un formato che Google e gli assistenti AI leggono senza dubbi: chi sei, indirizzo, telefono, orari, prodotti. Il visitatore non le vede. Di solito si aggiungono con il plugin SEO o le aggiunge chi gestisce il sito.

Testo alternativo (alt)

La descrizione scritta di un'immagine: la leggono Google e chi usa un lettore di schermo. Si scrive nella Libreria media, cliccando sull'immagine, nel campo "Testo alternativo".

Indicizzazione

Quando Google ha letto una pagina e l'ha messa nel suo archivio: solo le pagine indicizzate possono comparire nei risultati.

Robots.txt

Un piccolo file del sito che dice ai programmi di Google e degli assistenti AI quali parti del sito possono leggere.

Velocità (LCP)

Quanto ci mette a comparire, sul telefono, la parte più grande della pagina (di solito l'immagine o il titolo in alto). Sotto i 2,5 secondi è buono.