



Progetto SEO Audit
di
Roberto Lo Magno



Descrizione Progetto

Il progetto prevedeva lo svolgimento di una SEO Audit, ovvero l'analisi di un sito web per indicizzarlo al meglio su Google.

Sono presenti screenshot dei risultati provenienti dai singoli tool, con la situazione attuale del sito e alcune slide su cosa modificare e perché questi cambiamenti possono aiutare il sito.

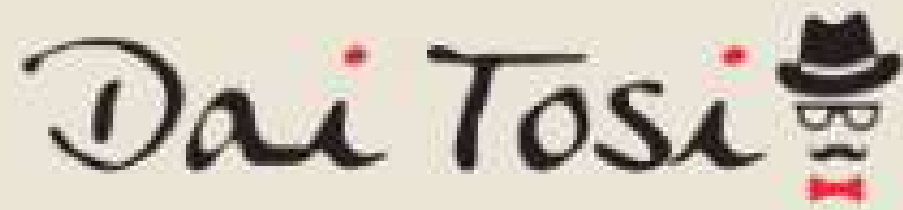
Il cliente da me scelto è una pizzeria della mia zona, ovvero Dai Tosi.

Indice

• Il cliente	1	• Audit SEO Mobile	17
• Analisi lato utente	2	• Core Web Vitals	18
• Analisi lato Google	6	• Analisi Site Audit - errori sito	20
• Index Ratio	7	• Sezione Site Audit	22
• Analisi Link Building interna	9	• Backlinks	24
• Page Rank	10	• Struttura	26
• Analisi Velocità	11	• Motivazione	28



Il cliente



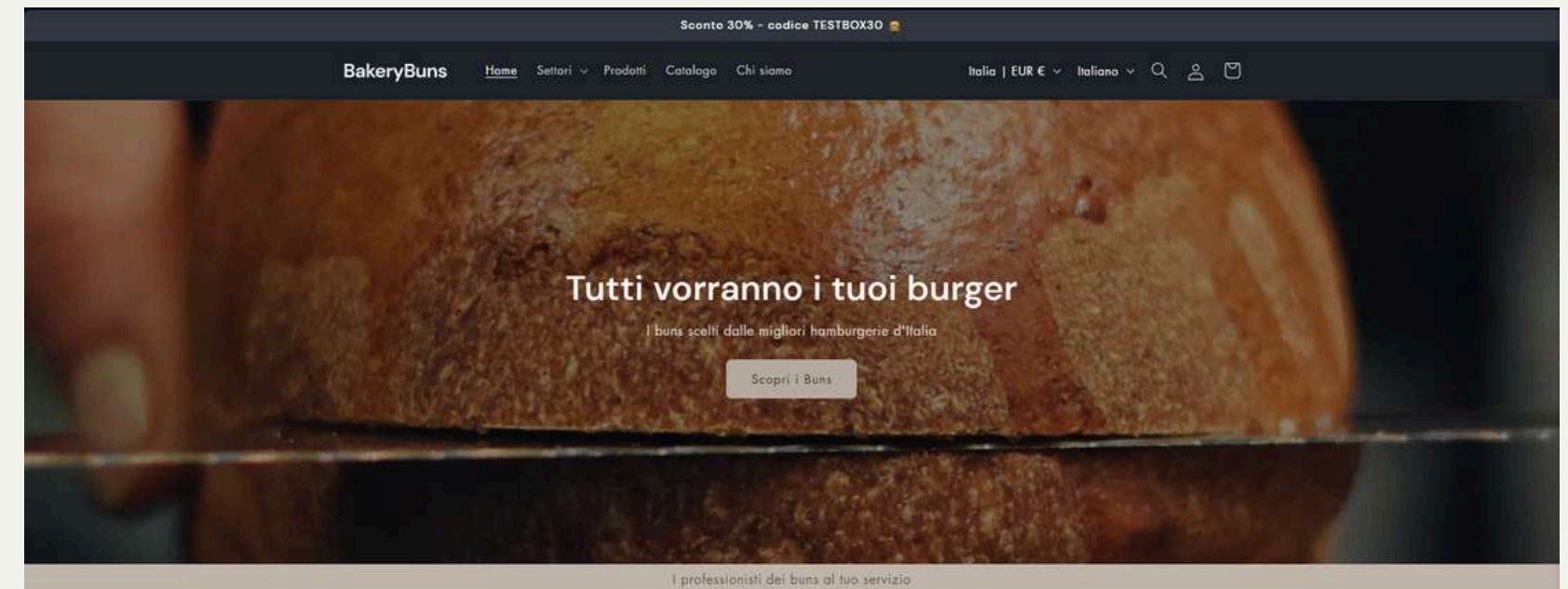
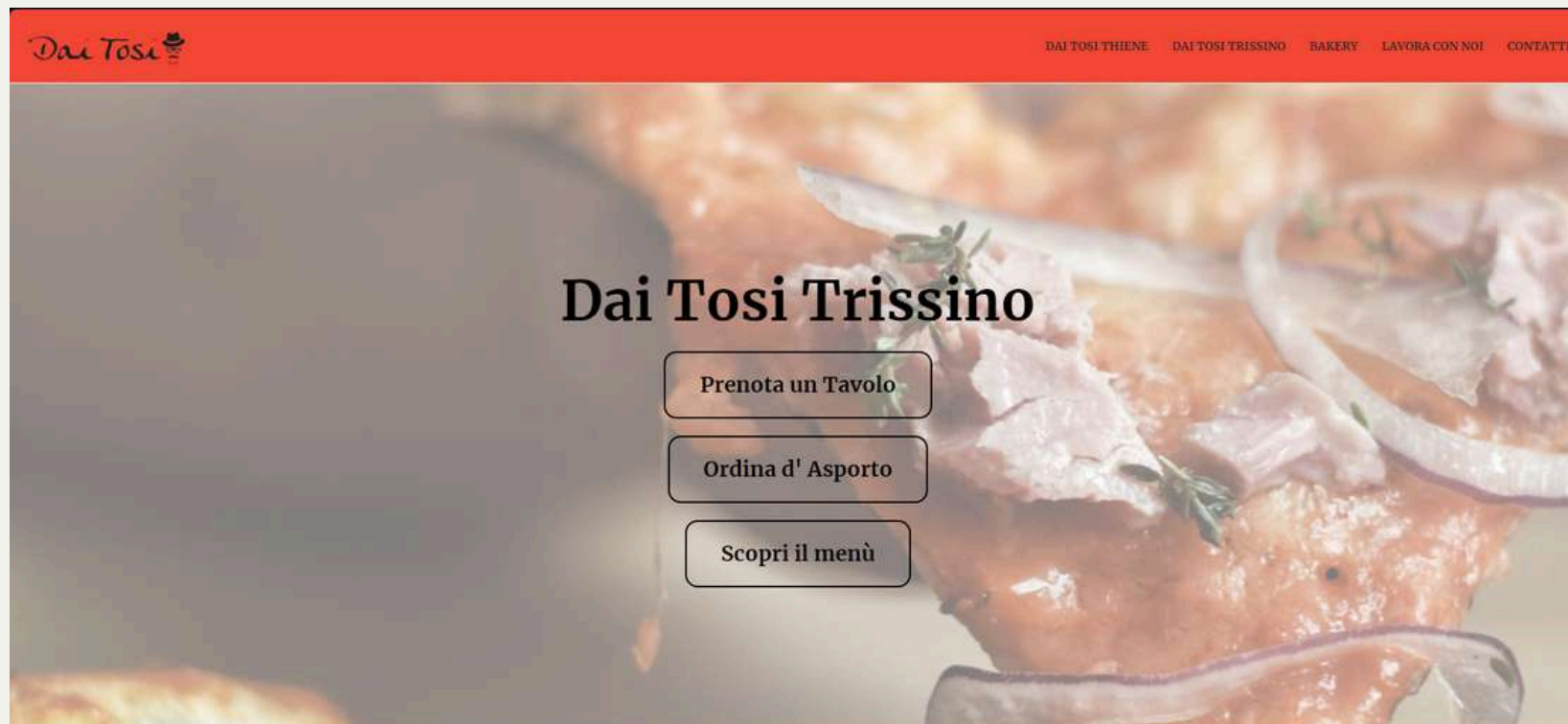
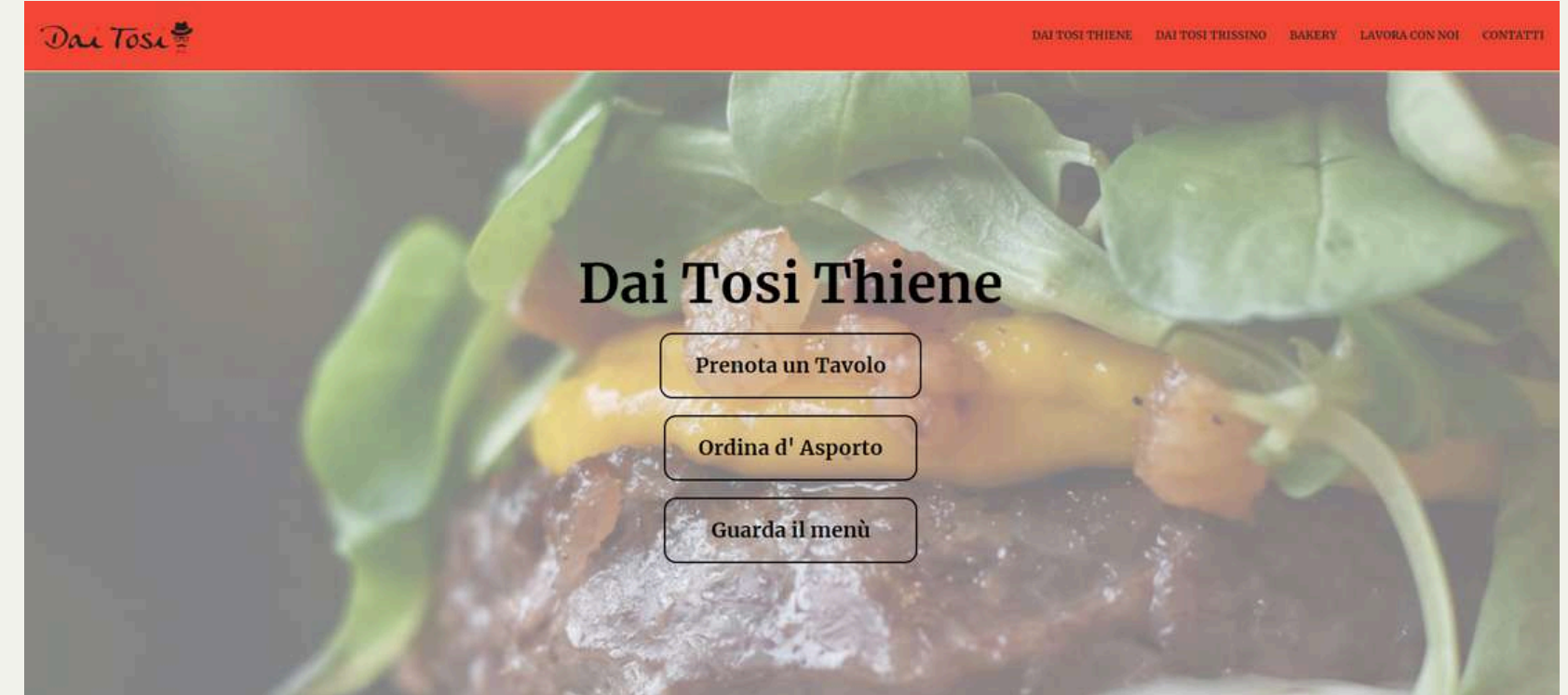
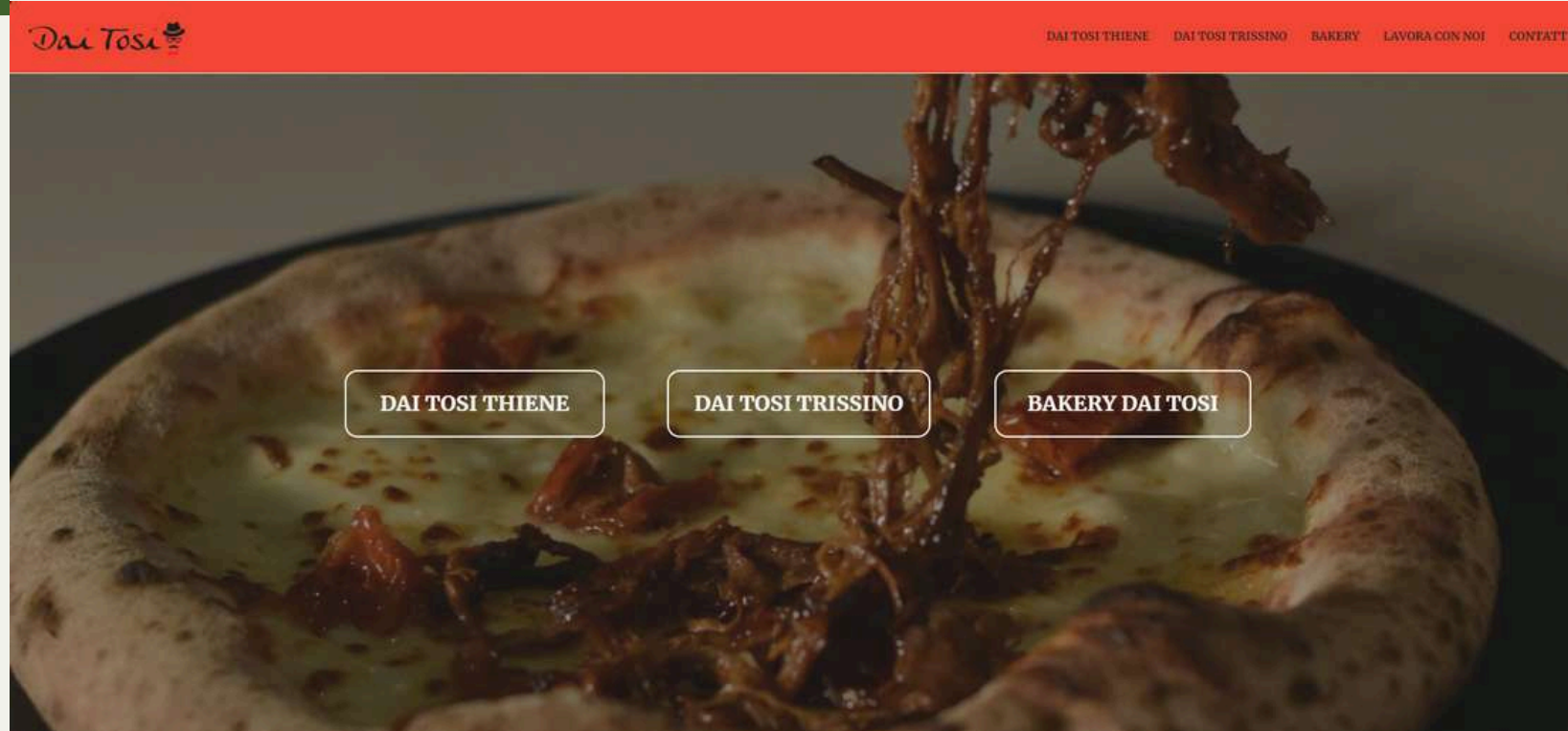
Dai Tosi

Dai Tosi è una realtà culinaria locale che unisce l'idea di gourmet a prodotti come pizze e hamburger.

Ha preso velocemente piede e attualmente ha 3 locali separati, ognuno specializzato un un prodotto. Il locale di Thiene (VI) offre hamburger, quello di Trissino (VI) è una pizzeria, mentre il terzo è una bakery di prodotti panificati (es. buns per hamburger).

Attualmente i locali di **Dai Tosi** rappresentano un luogo di ritrovo adatto a famiglie, comitive di amici, coppie, ecc.. e offrono una vera e propria esperienza culinaria gourmet.

Analisi lato utente



Il sito di **Dai Tosi** è così suddiviso: c'è una pagina principale nella quale sono presenti dei box cliccabili che portano alle pagine per ogni locale. **Dai Tosi Trissino** e **Dai Tosi Thiene** fanno parte del dominio principale **Dai Tosi**, mentre per i buns c'è un sito a posta (bakerybuns.it). Per il progetto ho deciso di concentrarmi sul dominio principale **Dai Tosi**.

La **Homepage** del sito principale presenta, appunto dei box che rimandano alle sezioni apposite per ogni locale. In alto troviamo un header con le stesse voci dei box al centro (un po' ridondanti) più altre voci dedicate a **Contatti** e **Lavora con noi**. Manca una sezione **Chi siamo** che sia in grado di spiegare Mission e USP di **Dai Tosi**.

	THIENE Viale Francesco Bassani, 87/M, 36016 Thiene VI 0445 175 0684 f daitosithiene @ dai_tosi_official dai_tosi_official	TRISSINO Via Palladio, 43, 36070 Trissino VI 0445 962819 f daitositrissino @ dai_tosi_official dai_tosi_official	BAKERY Via S. Massimiliano Kolbe, 23d, 36016 Thiene VI 376 049 4320 f Bakery-Il-forno-Dai-Tosi @ bakery_daitosi dai_tosi_official	POLICY Privacy e Cookie Policy Termini e Condizioni DESIGN Powered by Best Menu Group
---	---	---	---	---

In fondo sono presenti tutti i recapiti, i social e i luoghi di ogni locale. Ogni elemento è cliccabile. I link instagram non portano a nessuna pagina (penso non siano stati aggiornati dopo la decisione di dedicare una pagina apposita ad ogni locale invece che una per tutti).

Le pagine di **Dai Tosi Thiene** e **Dai Tosi Trissino** presentano la stessa impostazione con 3 box verticali (sarebbe stato meglio metterli orizzontali per mantenere coerenza con la homepage) per prenotare un tavolo, ordinare d'asporto (link a bestmenuapp per gestire la prenotazione) e vedere il menù (PDF).

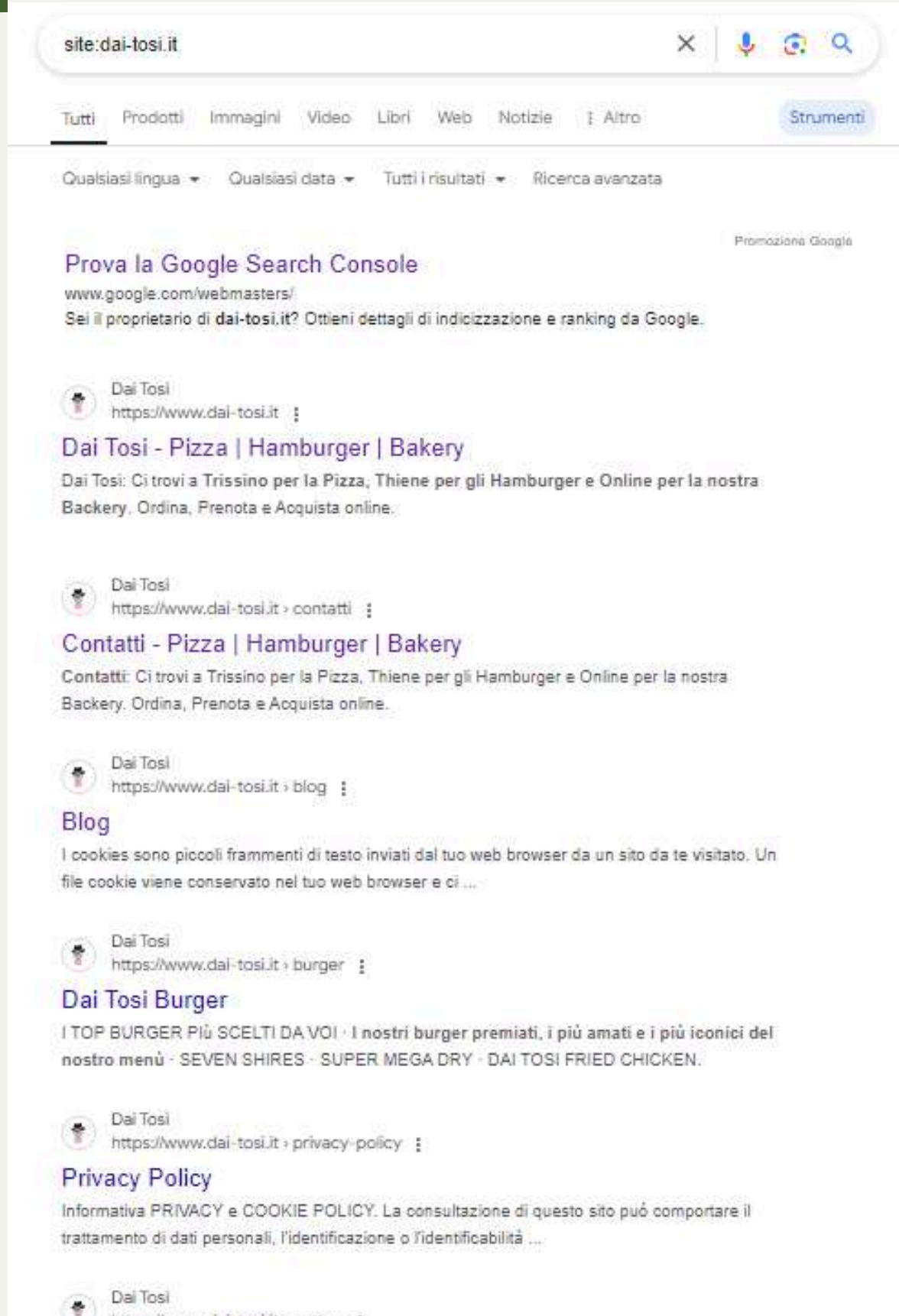
Tutti questi tasti funzionano.

Ognuna delle due pagine prosegue con una parte dedicata ai Buns (attività più recente) con un pulsante “prova i nostri buns” che non è stato collegato correttamente al nuovo sito **BakeryBuns**, ma porta invece ad una pagina “coming soon” in un dominio dai-tosi.shop.

In fondo, in ogni pagina, è presente lo stesso **footer** della pagina principale con gli stessi link instagram non funzionanti.

Le pagine **Lavora con noi** e **Contatti** funzionano, anche se quest’ultima non è altro che una schermata bianca con il solito Footer dei recapiti già visto in precedenza nelle altre sezioni.

Analisi lato Google



Per verificare la corretta indicizzazione su Google ho utilizzato site:dai-tosi.it e ho ottenuto circa 12 risultati di ricerca.

Tutti i risultati utilizzano protocollo Https quindi va bene.

Il title fa capire di cosa si tratta e rispetta il limite di caratteri (55-60). Va bene.

La meta description (max 155) avrebbe bisogno di essere rivista in base alle parole chiave.

Un esempio potrebbe essere: “Dai Tosi: l’avventura culinaria gourmet che non ti aspetti. Pizze, Hamburger, Buns e tanto altro. Un’esperienza tutta da provare nei nostri locali.” (147)

Index Ratio

The screenshot shows the Screaming Frog SEO Spider interface. The main table lists 97 URLs with their status (200 OK) and indexability (Indicizzabile). The right sidebar shows a summary of internal pages: 97 total, with 9 HTML (9.28%), 35 JavaScript (36.08%), 39 CSS (40.21%), 12 Images (12.37%), 0 File multimediali (0%), 0 Caratteri (0%), 0 XML (0%), 2 PDF (2.06%), and 0 Plugin (0%). A donut chart below the sidebar visualizes this distribution.

Nome	Valore
Tutti	97 100%
HTML	9 9,28%
JavaScript	35 36,08%
CSS	39 40,21%
Immagini	12 12,37%
File multimediali	0 0%
Caratteri	0 0%
XML	0 0%
PDF	2 2,06%
Plugin	0 0%

L'Index Ratio l'ho calcolato grazie all'aiuto di Screaming Frog.

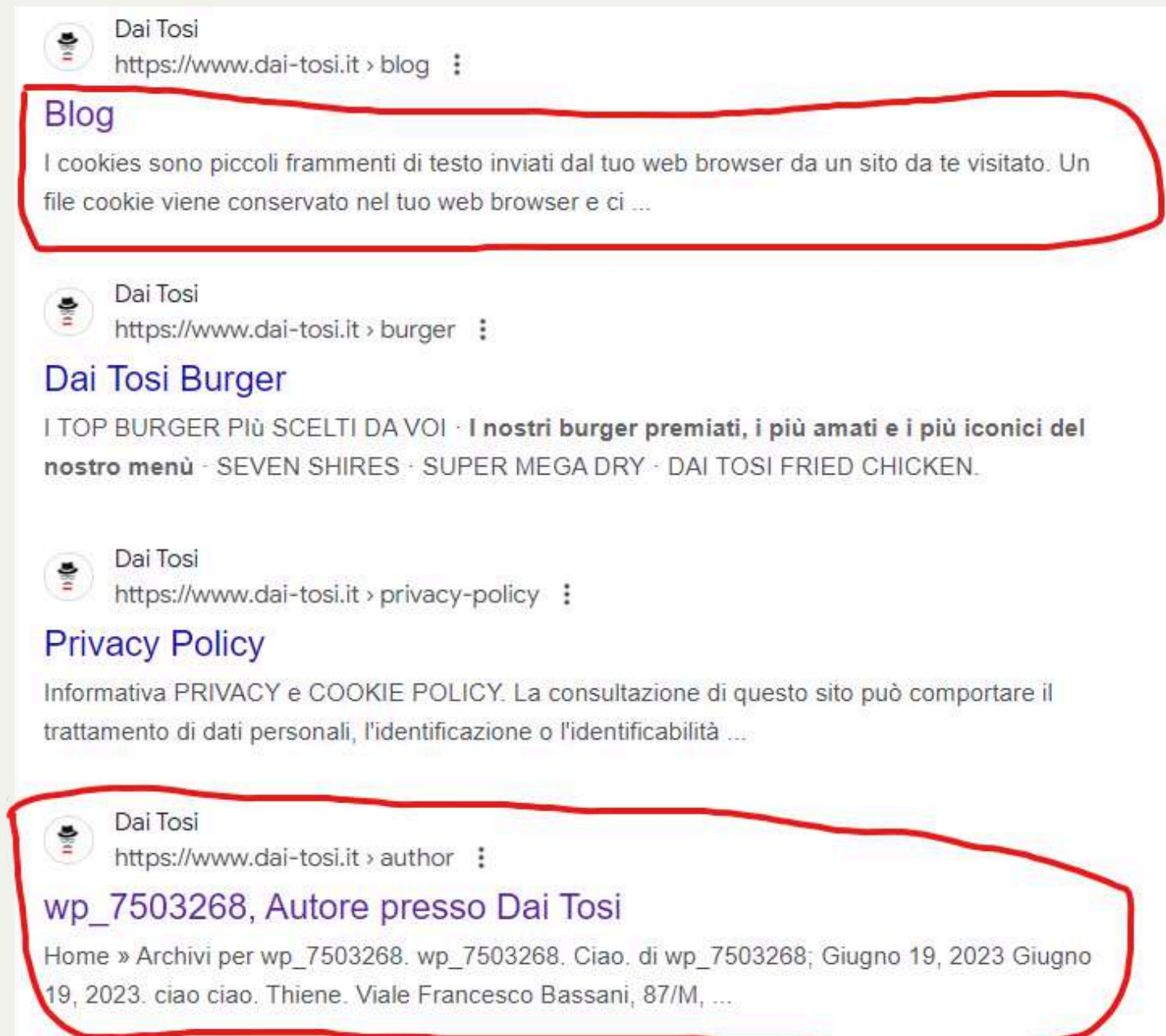
Il valore adeguato di **Index Ratio** dovrebbe essere compreso tra 90% e 110%

Utilizzando questo strumento ho trovato 9 pagine HTML con status 200 ed indexable.

$IR = (\text{pagine indicizzate su google/pagine html con HTTP o HTTPS con status 200 ed indexable su Screaming Frog}) * 100 = (12/9) * 100 = 133.3\%$

L'Index Ratio trovato indica che ci sono delle problematiche da affrontare, come per esempio contenuti duplicati, ma indicizzati da Google.

La problematica che ipotizzo potrebbe essere che, nel momento in cui utilizzo **site:dai-tosi.it** escono delle pagine indicizzate su Google, che però non sono presenti o non sono visualizzabili direttamente dal sito, e che quindi non vengono trovate da **Screaming Frog**.



Sto parlando della sezione Blog che non è visibile navigando dal sito e che non è stata rilevata da **Screaming Frog**, ma che è presente nell'indicizzazione di Google. Probabilmente è stato predisposto per un uso futuro.

Nel caso si decidesse di non usarlo sarebbe meglio toglierlo per migliorare l'**Index Ratio**.

Analisi Link Building interna



Per analizzare la **Link Building Interna** ho utilizzato lo strumento apposito di **Screaming Frog** che mostra un diagramma con i nodi.

In questo specifico caso non sono presenti particolari problemi.

Ogni sezione è facilmente raggiungibile con 2, massimo 3 click (prenotazione tavolo).

Non sono presenti né pagine scollegate, né pagine collegate solo a una pagina, se non quelle relative a “prenota un tavolo Thiene” e “prenota un tavolo Trissino”.

Si potrebbe inserire una CTA alla fine della prenotazione che collega alla prenotazione nell'altro locale dicendo “Completa la tua esperienza provando anche i nostri hamburger/le nostre pizze

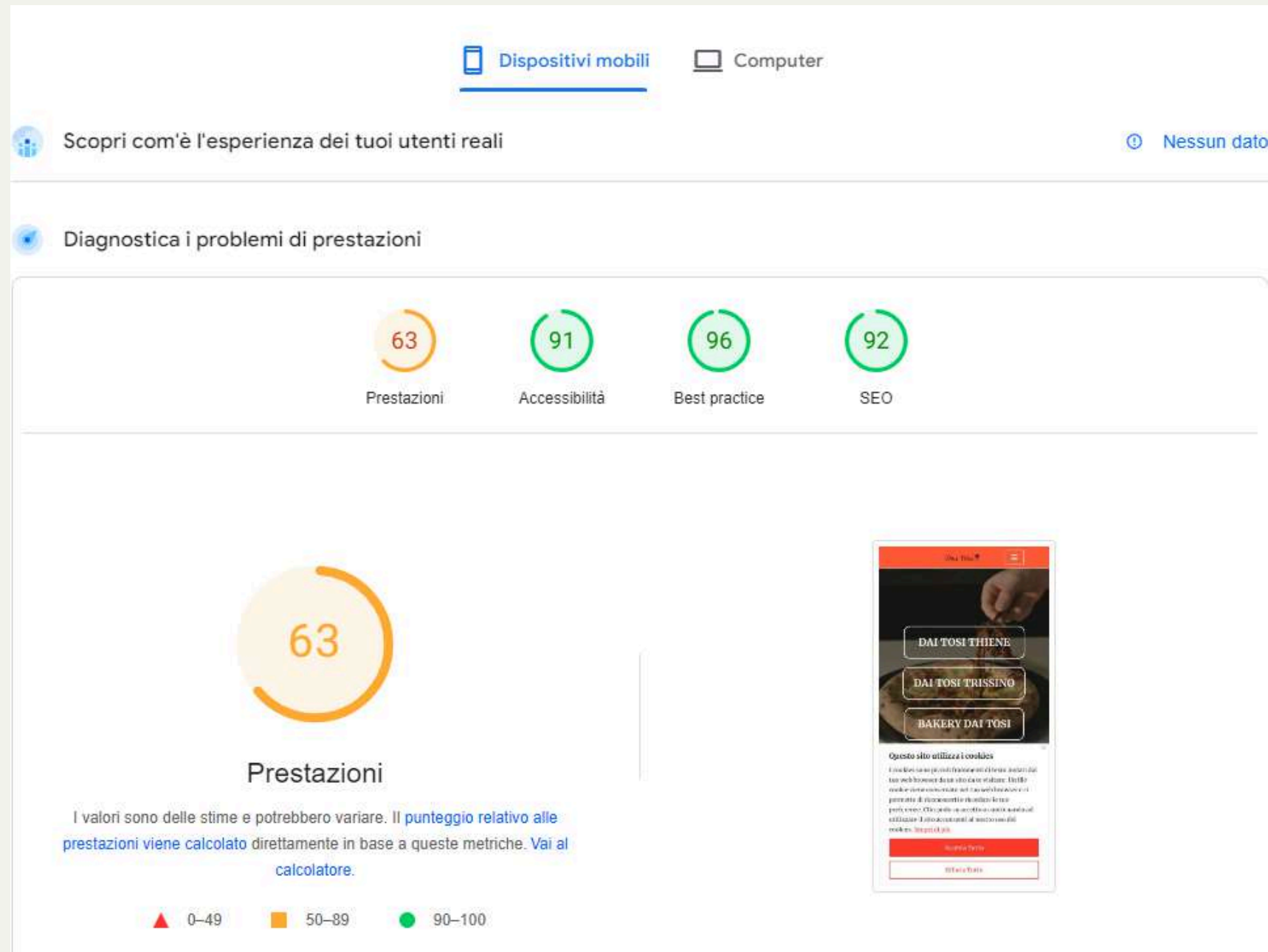
Page Rank

Riga	Indirizzo	Link Score ▼
1	https://www.dai-tosi.it/dai-tosi-trissino/	100
2	https://www.dai-tosi.it/dai-tosi-thiene/	100
3	https://www.dai-tosi.it/	95
4	https://www.dai-tosi.it/privacy-policy/	95
5	https://www.dai-tosi.it/termini-e-condizioni/	95
6	https://www.dai-tosi.it/lavora-con-noi/	95
7	https://www.dai-tosi.it/contatti/	95
8	https://www.dai-tosi.it/prenota-tavolo-thiene/	1
9	https://www.dai-tosi.it/wp-content/uploads/2024/07/menu-sito.pdf	1
10	https://www.dai-tosi.it/wp-content/uploads/2023/10/Nuovo-menu-Dai-Tosi-Pizza.pdf	1

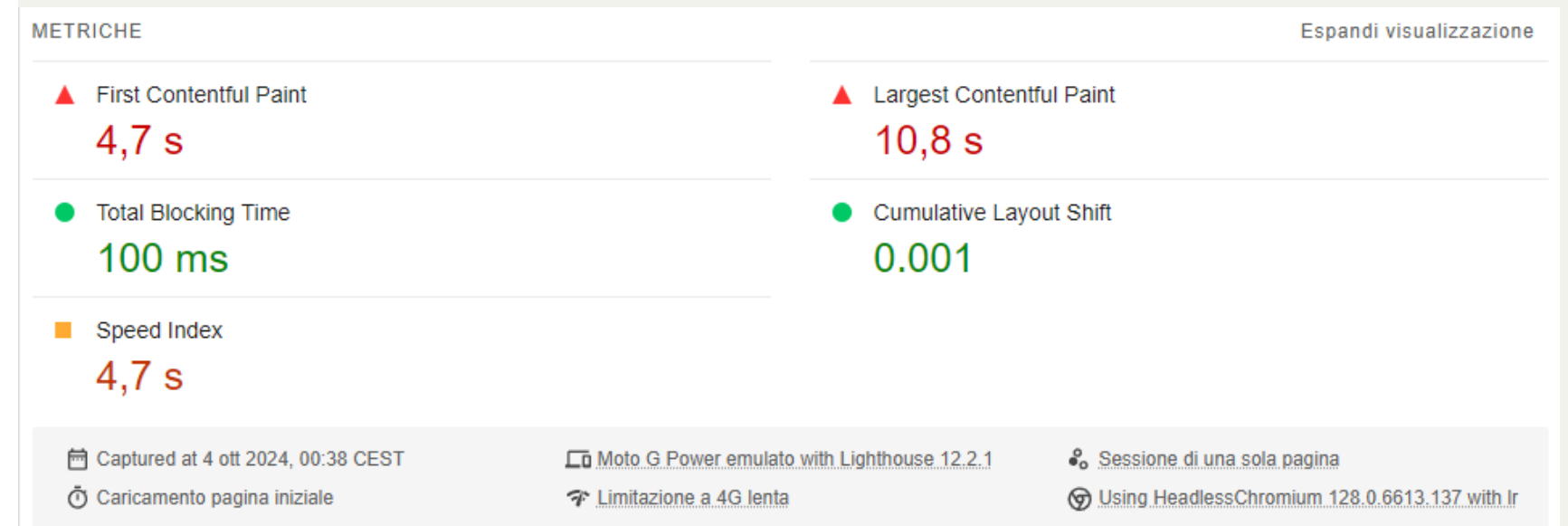
Questi sono i 10 indirizzi con più link in entrata.

Di questi, solamente 5 sono presenti nell'header: Dai Tosi Trissino, Dai Tosi Thiene, Homepage, Lavora con noi, Contatti. Prenota un tavolo potrebbe essere inserito nell'header con un menù a tendina che fa scegliere in quale locale prenotarlo.

Analisi Velocità Mobile



PageSpeed di Google.



Desktop

Dispositivi mobili Computer

Scopri com'è l'esperienza dei tuoi utenti reali Nessun dato

Diagnostica i problemi di prestazioni

88 Prestazioni 91 Accessibilità 96 Best practice 92 SEO

88

Prestazioni

I valori sono delle stime e potrebbero variare. Il [punteggio relativo alle prestazioni viene calcolato](#) direttamente in base a queste metriche. [Vai al calcolatore.](#)

▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100

PageSpeed di Google.

METRICHE Espandi visualizzazione

■ First Contentful Paint 1,0 s	■ Largest Contentful Paint 2,1 s
● Total Blocking Time 0 ms	● Cumulative Layout Shift 0.002
● Speed Index 1,2 s	

📅 Captured at 4 ott 2024, 00:38 CEST 🖥️ Desktop emulato with Lighthouse 12.2.1 👤 Sessione di una sola pagina

🕒 Caricamento pagina iniziale ⚙️ Limitazione personalizzata 🌐 Using HeadlessChromium 128.0.6613.137 with Ir

Mobile

Per quanto riguarda il mobile le prestazioni non sono buone (63). Un sito ottimizzato dovrebbe avere un punteggio che va da 70 a 99. Accessibilità (91), Best practice (96) e SEO (92), invece, hanno dei buoni punteggi.

Le migliorie più urgenti da fare sono le seguenti:

DIAGNOSTICA	
▲ Elemento Largest Contentful Paint — 10.840 ms	▼
▲ Elimina le risorse di blocco della visualizzazione — Potenziali riduzioni di 3.390 ms	▼
▲ Riduci i contenuti CSS inutilizzati — Potenziali riduzioni di 146 KiB	▼
▲ Riduci al minimo il lavoro del thread principale — 2,9 s	▼
▲ Riduci il codice JavaScript inutilizzato — Potenziali riduzioni di 123 KiB	▼
▲ Pubblica immagini in formati più recenti — Potenziali riduzioni di 640 KiB	▼
▲ Rimanda immagini fuori schermo — Potenziali riduzioni di 64 KiB	▼
▲ Usa immagini di dimensioni adeguate — Potenziali riduzioni di 31 KiB	▼

Desktop

Per quanto riguarda la visualizzazione desktop, invece, le prestazioni migliorano di molto. Un punteggio di 88 è sicuramente accettabile, ma migliorabile. Accessibilità (91), Best practice (96) e SEO (92) anche in questo caso hanno dei buoni punteggi.

Le migliorie da fare in questo caso sono:

DIAGNOSTICA	
▲ Elemento Largest Contentful Paint — 2.050 ms	▼
▲ Pubblica immagini in formati più recenti — Potenziali riduzioni di 691 KiB	▼
▲ Elimina le risorse di blocco della visualizzazione — Potenziali riduzioni di 700 ms	▼
▲ Riduci i contenuti CSS inutilizzati — Potenziali riduzioni di 146 KiB	▼
▲ Riduci il codice JavaScript inutilizzato — Potenziali riduzioni di 123 KiB	▼
▲ Minimizza CSS — Potenziali riduzioni di 7 KiB	▼
▲ Minimizza JavaScript — Potenziali riduzioni di 4 KiB	▼
▲ Evita di pubblicare codice JavaScript precedente in browser moderni — Potenziali riduzioni di 7 KiB	▼

Le migliorie da attuare sia lato mobile, sia lato desktop sono:

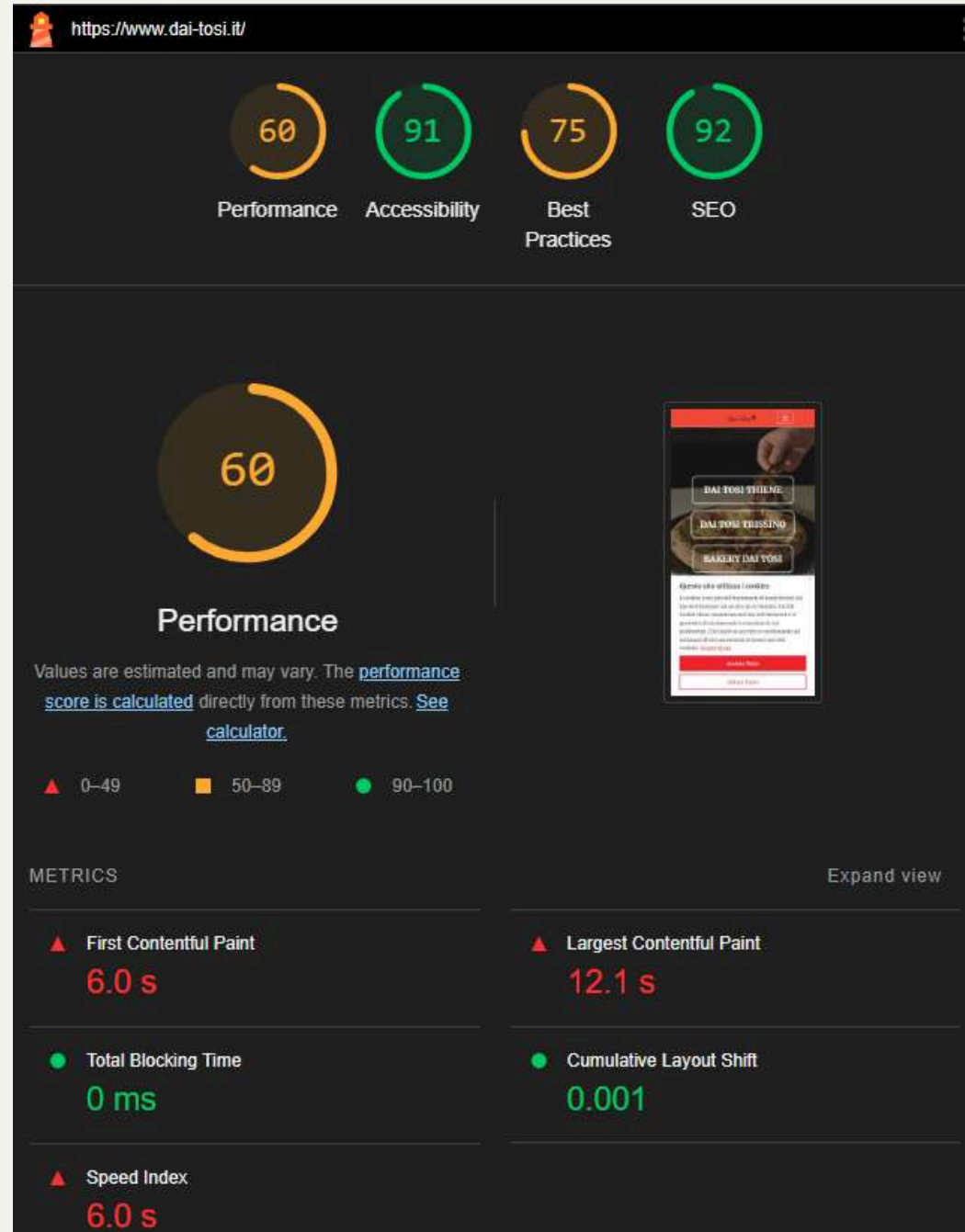
- Lavora per migliorare il LCP (Largest Contentful Paint) ovvero la metrica che indica il momento in cui viene visualizzata l'immagine più grande. Plugin Imagify di Wordpress per ottimizzare le immagini.
- Elimina le risorse di blocco della visualizzazione: alcune risorse bloccano la prima visualizzazione della pagina.
- Riduci i contenuti CSS inutilizzati: riduci le regole inutilizzate dei fogli di stile e rimanda i contenuti CSS non usati per i contenuti above the fold al fine di ridurre i byte consumati dall'attività di rete.
- Pubblica immagini in formati più recenti: I formati come WebP e AVIF spesso consentono una compressione migliore rispetto ai formati PNG o JPEG. Download più veloci e un minor consumo di dati.
- Riduci codice JavaScript inutilizzato

Invece, per quanto riguarda il lato mobile, quello più problematico:

- Riduci al minimo il lavoro del thread principale: ridurre i tempi di analisi, compilazione ed esecuzione di JavaScript. Potrebbe essere utile pubblicare payload JavaScript di dimensioni inferiori.
- Rimanda immagini fuori schermo: usare il caricamento lento per le immagini fuori schermo e nascoste al termine del caricamento di tutte le risorse fondamentali per ridurre il Tempo all'interattività.
- Usa immagini di dimensioni adeguate: immagini di dimensioni adeguate per consumare meno rete dati e ridurre i tempi di caricamento.

Audit SEO Mobile

In questo caso l'obiettivo è verificare 2 cose: la prima è se il sito è mobile friendly e la seconda è se il sito utilizza la tecnologia AMP.



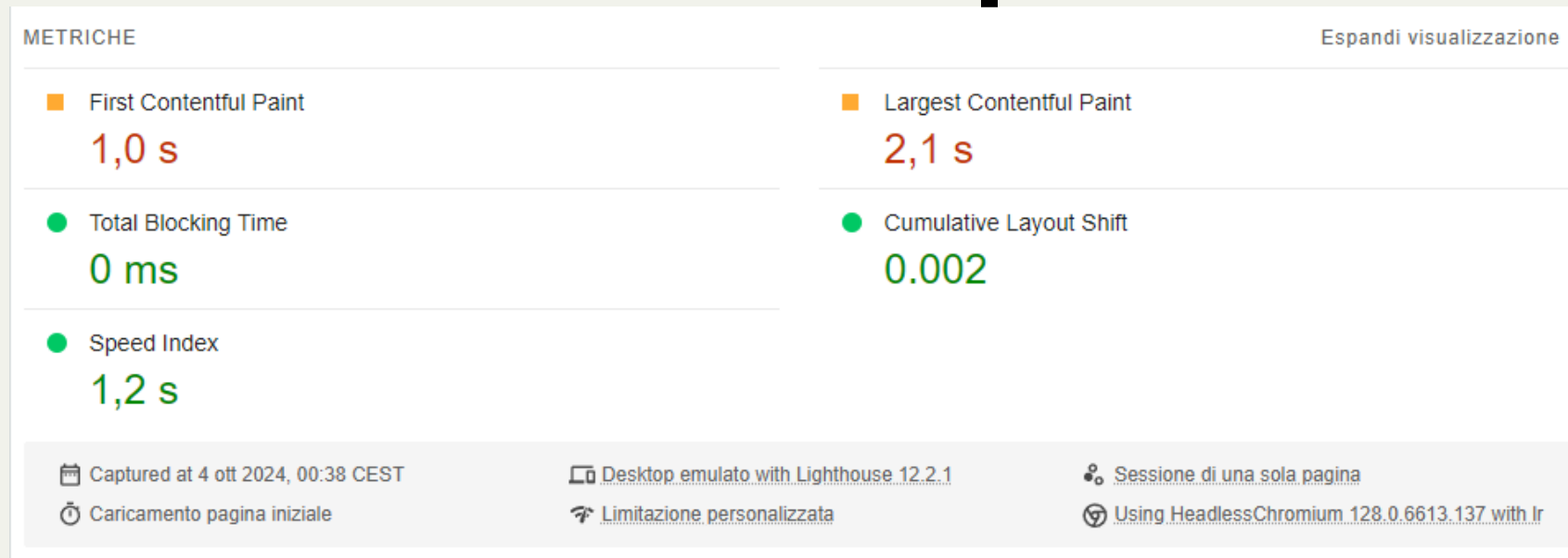
Tramite lo strumento Lighthouse di Google ho potuto verificare che le performance non sono ottimali e andrebbero sistemate per rendere il sito mobile-friendly



Con un altro strumento di Google ho poi verificato la presenza della tecnologia AMP. In questo caso non è presente e non è obbligatorio implementarla.

Core Web Vitals

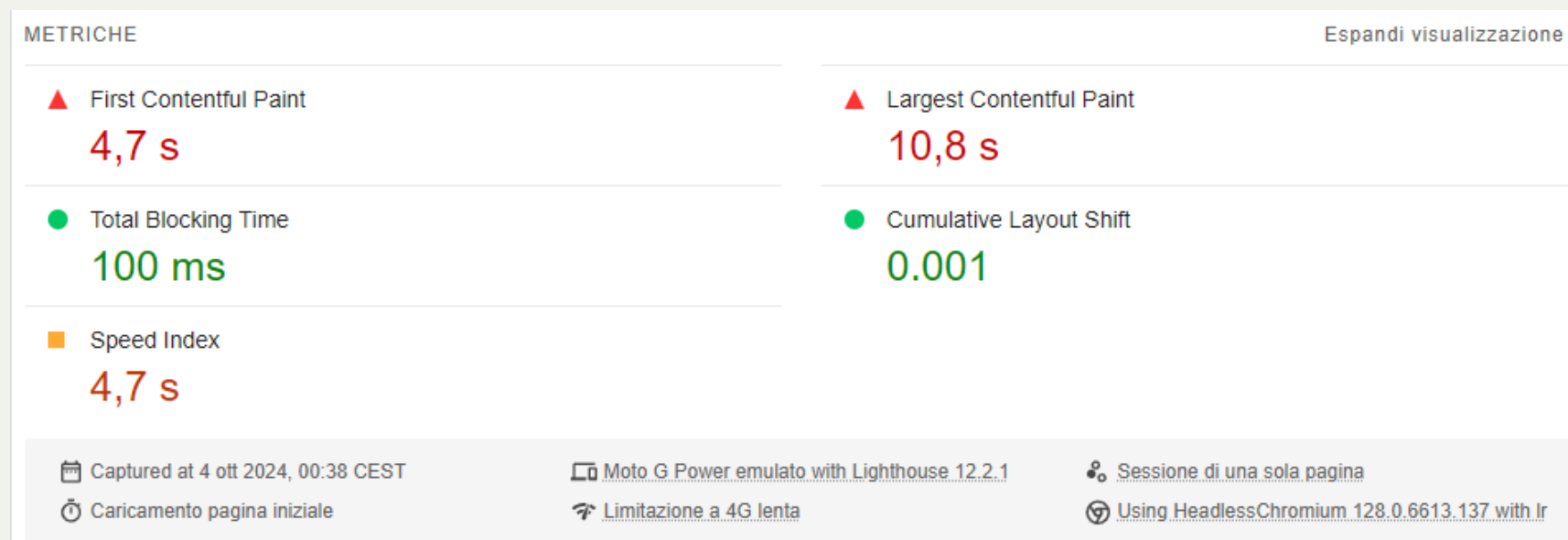
Desktop



I Core Web Vitals sono elementi specifici che Google considera importanti nell'esperienza utente complessiva di una pagina web.

In questo caso, sia lato desktop, ma soprattutto lato mobile andrebbero migliorati alcuni parametri.

Mobile

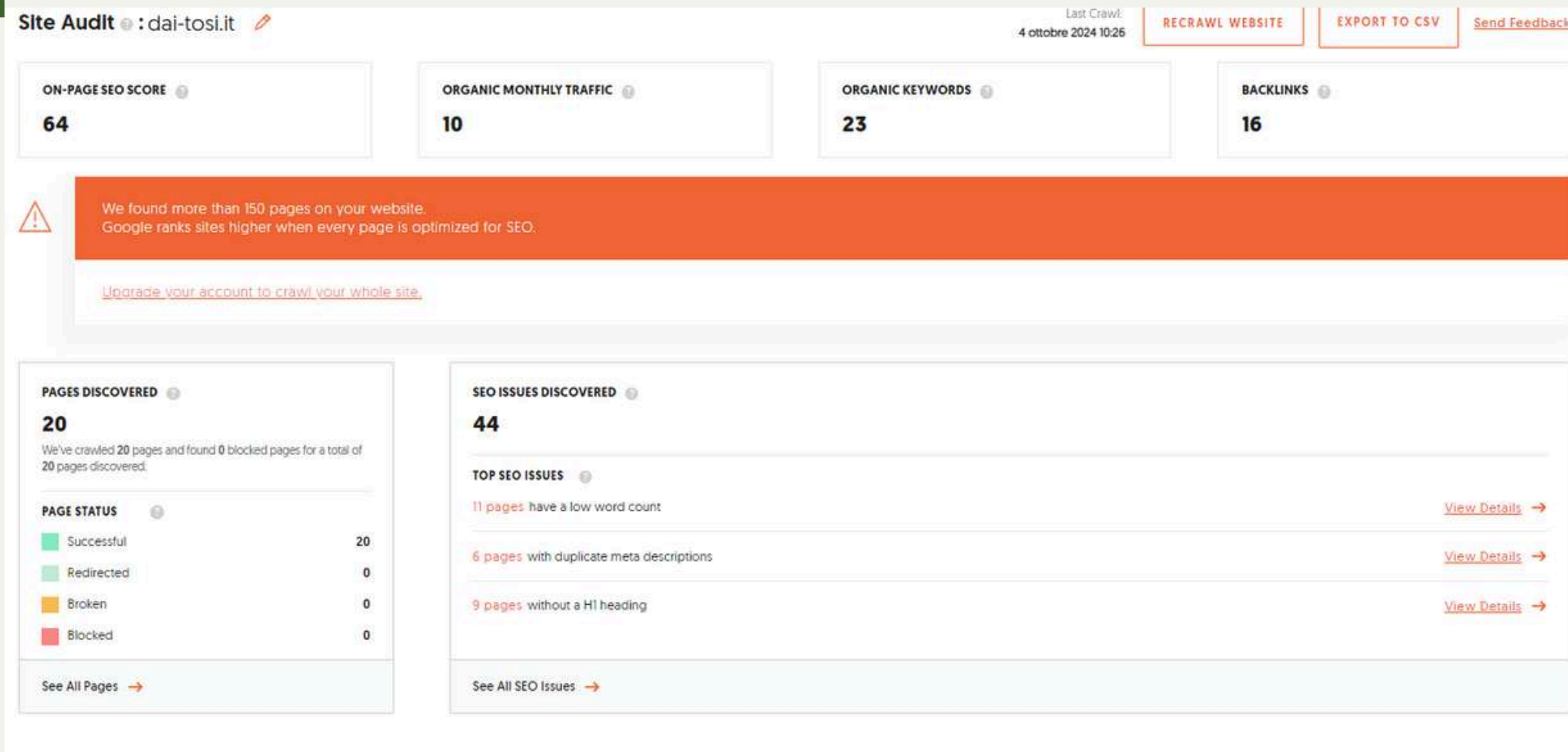


Innanzitutto, la prima metrica su cui si potrebbe lavorare sia lato desktop, sia lato mobile è il **First Contentful Paint** il quale indica il momento in cui vengono visualizzati il primo testo o la prima immagine. Possiamo vedere che su mobile questa misura è 4 volte più grande rispetto a lato desktop.

Anche il **Largest Content Paint** è problematico su entrambi, ma sicuramente da sistemare per il mobile, in quanto questa metrica che indica il momento in cui vengono visualizzati il testo o l'immagine più grandi, ha un valore di quasi 11 secondi.

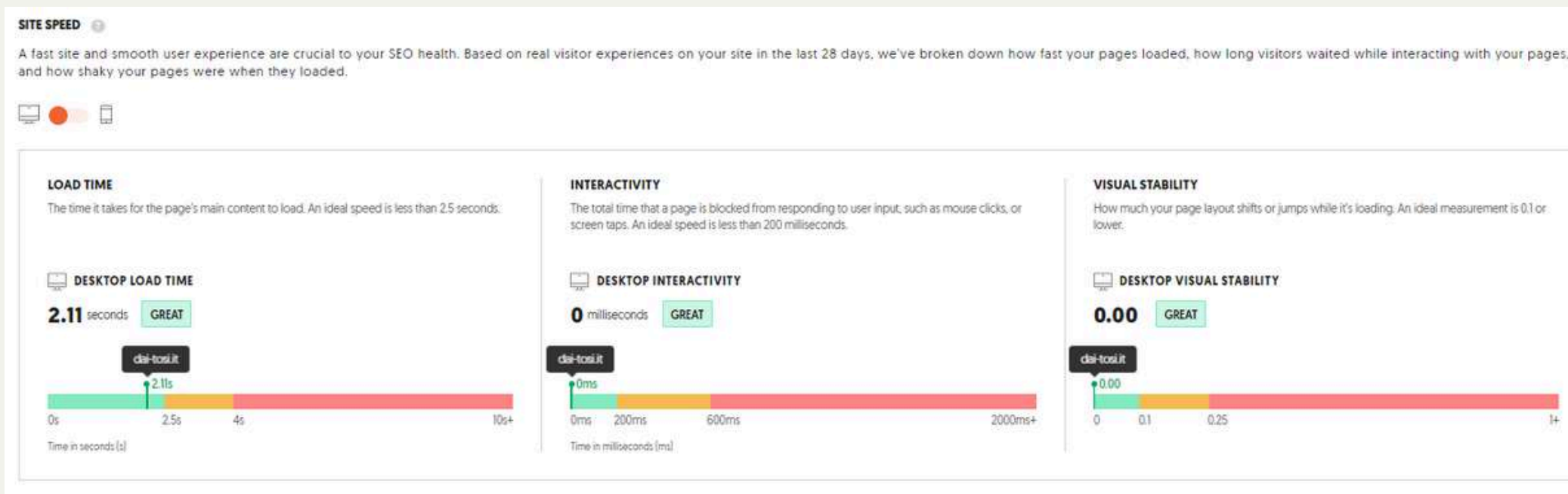
Infine, e questa volta solo lato mobile, andrebbero implementate delle migliorie per far scendere lo **Speed Index**, ovvero la metrica che mostra la velocità con cui diventano visibili i contenuti di una pagina. In questo caso ammonta a più di 4 secondi e mezzo.

Analisi Site Audit - errori sito



Utilizzando lo strumento di **UberSuggest** il risultato ci evidenzia le problematiche in ottica SEO:

- 11 pagine contengono poche parole
- 6 pagine hanno meta description duplicate
- 9 pagine non hanno un heading H1
- 9 pagine non hanno una meta description
- 9 pagine hanno un tag <title> troppo corto



11 pagine contengono poche parole

- Se una pagina ha poco testo, Google non comprende bene l'argomento trattato. Di conseguenza non sarà in grado di classificarli in modo efficace rispetto alle parole chiave.

6 pagine hanno meta description duplicate e 9 pagine non hanno una meta description

- Le meta description sono i brevi testi che si vedono nei risultati di ricerca sotto i titoli delle pagine. Forniscono una rapida descrizione del contenuto della pagina. Ogni pagina deve avere una meta description unica e rilevante per i contenuti.

9 pagine non hanno un heading H1

- I crawler dei motori di ricerca preferiscono contenuti ben strutturati con una gerarchia chiara. L'H1 è il tag più importante e indica di cosa tratta la pagina, quindi dovrebbe essere unico e includere keyword rilevanti. Assicuratevi che ogni pagina abbia un solo H1 pertinente al contenuto.

9 pagine hanno un tag <title> troppo corto

- Se il tag title contiene meno di 30 caratteri, per i motori di ricerca sarà difficile capire di cosa trattano i contenuti e avrà un impatto negativo sul posizionamento.

Sezione Site Audit

Site Audit [Domain info](#) [Recrawl](#) [GA / GSC Setup](#) [PDF](#) [Export](#) [Settings](#)

dal-tosi.it/ • Current crawling: 1 minute ago • Next autocrawling: in 2 days

[All pages](#) [Indexable pages](#) [+ Create segment](#)

Criticals: 19

Warnings: 187

Opportunities: 116

Notices: 138

Website Score: 43

Crawled pages: 24

Issues list

[View all pages](#) [View external links](#)

[All Issues](#) [Criticals](#) [Warnings](#) [Opportunities](#) [Notices](#) [Zero issues](#) Sort by: default

Links (8 issues)

Issues with internal backlinks, internal links and external links, their anchors, HTTP status codes and rel attributes.

Orphan URLs - only found via sitemap: 11 pages	+11	View issue
Page has an anchored image with no alt text: 20 pages	+20	View issue
Has an internal link with no anchor text: 20 pages	+20	View issue
Page has outbound internal links with one word anchor: 20 pages	+20	View issue
Page has internal backlinks with the same anchor: 6 pages	+6	View issue
Page has incoming followed links that do not use descriptive anchor text: 1 page	+1	View issue
Empty links "#": 20 pages	+20	View issue
Page has more than 2 links to internal page with the same anchor: 1 page	+1	View issue

Checks passed: 21

Indexability (4 issues)

Content relevance (15 issues)

Issues that can reduce the relevance of content to search intent: missing, empty or repeatable content tags, outdated content etc.

Lorem ipsum content on the live site: 1 page	+1	View issue
--	----	----------------------------

Affected pages by category

Links	84%
Indexability	0%
Content relevance	84%
Duplicate content	17%
Security	5%
Internal	0%
Page speed	84%
Redirects	0%
Social media	84%
Code validation	84%
Search traffic	0%
Mobile friendly	84%
Xml sitemaps	0%
Localization	0%

^ Duplicate content (3 issues)

Issues that can lead to appearing duplicate pages in Google index and drop in positions of popular pages.

Page has identical headings: 4 pages	+4	View issue
--------------------------------------	----	----------------------------

^ Security (5 issues)

Issue that can lead to hacking the site by scammers and using it for their own purposes or stealing the data of visitors to your site.

Redirect to HTTPS is not implemented in response header	site-level	View issue
Defence against cross-site scripting attacks is not implemented	site-level	View issue

^ Page speed (5 issues)

Issues that can lead to slow page loading speed and a decrease in the percentage of conversions as a result.

Home page is rated 41 of 100 in Mobile PageSpeed Insights	site-level	View issue
---	------------	----------------------------

Gli errori più critici, trovati grazie a **sitechecker** sono i seguenti:

- URL orfani - trovati solo tramite la sitemap: questi sono URL non rilevabili tramite il collegamento interno e hanno un codice di stato diverso da 404. Sono individuabili solo tramite sitemap e "fluttuano" all'interno dell'URL di un dominio, sfuggendo ai crawler e alla normale indicizzazione di Google.
- È stato trovato del contenuto "Lorem ipsum" su una pagina live. Il contenuto "Lorem ipsum" è un testo fittizio utilizzato nel design e nella tipografia per riempire temporaneamente spazi destinati a contenuti reali.
- Alcune pagine hanno intestazioni identiche. Esempio: h1 = h3, h2 = h3
- La protezione contro attacchi XSS non è attiva. La CSP aiuta a prevenire attacchi come XSS e iniezioni di dati, utilizzati per furto di dati, alterazione di siti e diffusione di malware.
- Come già detto, la velocità di caricamento della home page sui dispositivi mobili è lenta.

Backlinks



TITOLO E URL PAGINA DI PROVENIENZA PAGINA DI DESTINAZIONE	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	SPAM SCORE	ANCHOR TEXT	VISTO LA PRIMA VOLTA	VISTO L'ULTIMA VOLTA
Dai Tosi Trissino - trissino Origine impresaitalia.info/users/5359/dai-tosi-trissino/trissino/ Destinazione dai-tosi.it/home-trissino/	55	28	9%	www.dai-tosi.it/home-trissino/	03/08/2023	18/11/2023
Dai Tosi-Thiene — Delicious Vegan Options & Sustainable Dining in Vicenza abillion Origine abillion.com/restaurants/vicenza-dai-tosi-thiene-1048846/ Destinazione dai-tosi.it/	45	27	1%		04/08/2024	04/08/2024
vi - Cambiamenti Origine premiocambiamenti.it/impres/vi/ Destinazione dai-tosi.it/trissino/	34	22	2%	https://www.dai-tosi.it/trissino	24/12/2021	28/06/2022
Origine cylex-italia.it/thiene/ristorante-bireria-the-legend-10602918.html Destinazione dai-tosi.it/	29	33	3%	sito internet	23/08/2020	23/08/2020
Selezioniamo pizzaioli a Trissino dai tosi - Rysto lavoro nella ristorazione Origine rysto.com/it/job/selezioniamo-pizzaioli-a-thiene-07072021/ Destinazione dai-tosi.it/	28	23	15%	sito web	09/08/2021	09/08/2021
Ristorante Dai Tosi in Thiene con cucina italiana Origine gastroranking.it/dai-tosi_329103/ Destinazione dai-tosi.it/dai-tosi-thiene/	20	24	3%	sito web	18/10/2023	27/07/2024
Marketing SoftSkillsAcademy.it Origine softskillsacademy.it/annuncio/marketing/ Destinazione dai-tosi.it/	15	14	1%	http://www.dai-tosi.it	18/03/2024	26/09/2024
Recensioni su Dai Tosi-Thiene - Ristorante a Grumolo Pedemonte, Vicenza Origine bussola-pro.com/930904/dai-tosi-thiene/ Destinazione dai-tosi.it/	14	21	34%	http://www.dai-tosi.it/	26/05/2020	26/07/2024
Dai Tosi - Trissino - Trissino, Provincia di Vicenza - Ristobo Origine ristobo.it/dai-tosi-trissino/ Destinazione dai-tosi.it/dai-tosi-trissino/	4	8	3%	dai-tosi.it	01/07/2024	01/07/2024
Dai tosi thiene tripadvisor alcoweb.it, responsabile relazioni pubbliche von dai tosi, hat Origine faceva-andrai-dura.net/LocationPhotoDirectLink-g1077068-d5818531-1306371566-Dai_cuomo-Thiene... Destinazione dai-tosi.it/	1	7	N/A	cuomo thiene picture 20180306 203824 large.jpg	07/08/2020	07/08/2020
Dai tosi thiene, i tosi vi danno il benvenuto! scoprite Origine eri-paziente.icu/home/veneto/ndrangheta-33-arresti-bltz-a-vicenza-19j178774o04ol.7183386/ Destinazione dai-tosi.it/thiene/galleria/	1	6	N/A	for thiene italy	19/07/2020	19/07/2020

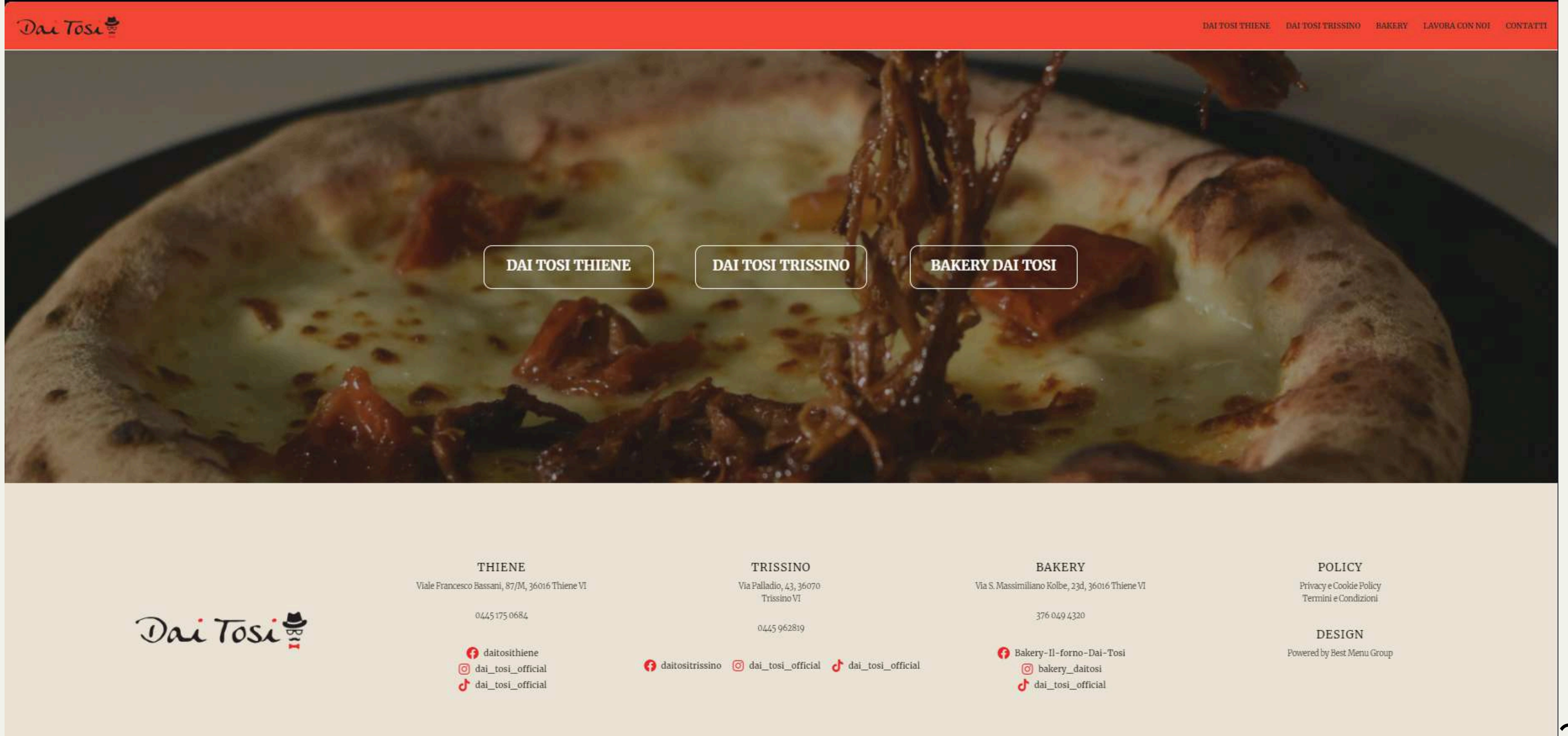
Come vediamo dallo screen, ci sono 16 backlinks di cui 7 con tag NoFollow. Si osserva anche un valore basso della Domain Authority (9). Questo valore riflette la probabilità di un dominio di posizionarsi bene nei risultati di ricerca (SERP), con un punteggio che varia da 0 a 100; un numero più alto indica un migliore posizionamento.

Di tutti i link, solo 1 ha uno Spam Score rilevante (34%), ma è un link nofollow. In futuro, in casi di backlinks con Spam Score alto, si può aggiungere il Disavow Google per evitare siti nocivi.

Per riuscire ad ottenere backlink di qualità da pagine autorevoli si potrebbe pensare a varie soluzioni:

- Ottenere articoli da pagine online o riviste specializzate del posto che si occupano di cucina e attività locali di qualità.
- Pensare ad una campagna di influencer marketing legata a tutte le nicchie dei Food Blogger, con video e reindirizzamenti al sito.
- Creare serate tematiche con enti locali e autorevoli.

Struttura



Ci sono alcuni miglioramenti che possono essere attuati nella struttura del sito:

- Sicuramente introdurrei una pagina extra **Chi siamo** per far capire qual è l'idea dietro questi locali e che cosa vogliono offrire di diverso. Magari introducendo anche un pezzo di storia di com'è nato il primo locale, ecc. In questo modo si può dedicare anche una breve sezione che rimanda al sito **Bakery**.
- Sistemerei l'**header** aggiungendo **Prenota un tavolo** con un menù a tendina che collega direttamente alle sezioni di Thiene o di Trissino. Per un cliente che conosce già il posto potrebbe essere un motivo in più per usare il sito, dato che più veloce, piuttosto che chiamare. Manca un **Breadcrumb**.
- Il **footer** è da rifare completamente. Presenta dei link non funzionanti, ma soprattutto è caotico. Non è ben chiara la divisione in colonne (Thiene, Trissino, Bakery) e anche gli elementi all'interno non hanno uno schema, non partono dallo stesso punto, alcuni sono più in alto e altri più in basso. Si potrebbe riprogettare con una divisione più netta e associando la città al prodotto (I nostri hamburger - Thiene, Le nostre pizze - Trissino, La nostra Bakery), soluzione ottimale per i nuovi clienti.

Motivazione

Ho scelto di analizzare **Dai Tosi** perché sono andato più volte e apprezzo molto il loro prodotto e il fatto che siano ragazzi giovani con voglia di fare e molta preparazione.

Ritengo, tuttavia, che non sempre riescano a comunicare appieno lo scopo e il valore del loro prodotto.

Per questo motivo ho scelto il loro sito, perché ritengo che la presenza online sia ormai imprescindibile anche per le attività locali e ottimizzarla in modo adeguato non può che portare vantaggi.

Grazie per l'attenzione