



Docente: Federico Falciani

Modulo: Seo e Sem

Email docente: federico.falciani@gmail.com

Fondamenti di Internet Marketing

**Cosa bisogna fare per essere
nella prima pagina su Google?**

Fondamenti di Internet Marketing

Per portare il nostro sito web nella prima pagina su Google dobbiamo fare attività di **S.E.O.**

ovvero

Search Engine Optimization

Fondamenti di Internet Marketing

Ma quali sono le strategie davvero efficaci per evitare di sprecare tempo e soldi?

Fondamenti di Internet Marketing

Prima di vedere quali sono le azioni più efficaci per posizionarci in prima pagina su Google,
facciamo un piccolo ripasso.

Come funziona Google?

Come funziona Google?

Google è un programma che utilizza congiuntamente database, software e algoritmi matematici per trovare informazioni sul web legate alle parole chiave richieste dagli utenti

Come funziona Google?

Google si è affermato tra i **motori di ricerca** proprio per la qualità degli strumenti utilizzati: un potentissimo algoritmo capace di effettuare ricerche veloci nei database e soprattutto l'utilizzo di strumenti software che permettono di analizzare velocemente le informazioni sul web.

Come funziona Google?

Tra gli strumenti software più utilizzati, il più importante è sicuramente quello che viene definito “**Spider**” (chiamato Googlebot): un programma che gestisce un insieme di componenti e analizzano gli indirizzi delle pagine web integrandole a categorie presenti nei database, raccolgono e memorizzano informazioni da utilizzare per il motore di ricerca.

Come funziona Google?

SEO on Page e SEO off Page

I principali fattori che influenzano il posizionamento possono essere suddivisi in fattori **on Page** e **off Page**.

I principali fattori “*on page*” sono:

- *Ottimizzazione delle parole chiave nei tag HTML, in particolare il tag title e il meta tag description;*
- *Ottimizzazione dei tag di intestazione;*
- *Ottimizzazione delle parole chiave nei titoli delle pagine*
- *Densità e prossimità delle parole chiave nei contenuti*
- *Ottimizzazione delle parole chiave nei file allegati (Pdf, immagini, video...)*

Come funziona Google?

I motori di ricerca considerano anche altri fattori, come ad esempio la **popolarità** del sito o la sua **reputazione online**, perciò dobbiamo considerare i fattori “**off page**” che possono influenzare la nostra posizione nei motori di ricerca.

Questi sono:

- *Il numero e la qualità dei **backlinck**;*
- *Utilizzo di **landing page**;*
- ***Article marketing e comunicati stampa**;*
- ***Social media marketing**;*
- *Interviste sul proprio sito con altri blogger o siti web dello stesso argomento*

Come funziona Google?

Dal 2003 al 2007 Google si è concentrato soprattutto sulle **modifiche di algoritmo** per **penalizzare tecniche innaturali di ottimizzazione** delle pagine web.

Gli algoritmi chiamati Google "*Dance*" e "*Florida*" colpiscono nel 2013 siti web che utilizzano la tecnica di ***keyword stuffing*** ovvero la **ripetizione naturale di parole chiave all'interno di una pagina web**

Come funziona Google?

Dal 2004 è la volta dell'algoritmo denominato "Austin", dedicato alla **penalizzazione delle tecniche di *Black Hat SEO***, cioè **nascondere parole chiave all'interno delle pagine web** utilizzando font di dimensioni minime e/o dello stesso colore dello sfondo per poter ripetere più volte senza disturbare la lettura del visitatore

Come funziona Google?

L'algoritmo **Nofollow** nel 2005 introduce l'attributo *Nofollow* che indica al motore di ricerca quali link non indicizzare

Ma la vera rivoluzione nel 2005 è l'aggiornamento *local Maps* che incide sui **risultati di ricerca in funzione e in relazione della localizzazione.**

Tra 2005 e 2006 fa **pulizia sui link in entrata penalizzando i link reciproci o acquistati** da siti specializzati

Come funziona Google?

Nel 2007 google continua la sua rivoluzione introducendo l'*Universal Search*, ovvero la possibilità di **ricercare notizie immagini e video** e, dal 2008, **suggerimenti in tempo reale** mentre l'utente sta digitando la parola ricercata.

Come funziona Google?

Oltre i Social Network, Google affina sempre più risultati di ricerca **premiando i contenuti di qualità** e non duplicati.

Con l'arrivo del l'algoritmo "*Panda*" nel 2011, vengono **penalizzati siti con contenuti di bassa qualità o con troppi spazi pubblicitari** e con un nuovo aggiornamento algoritmico chiamato "*Freshness*" vengono **premiati i siti con contenuti aggiornati frequentemente**

Come funziona Google?

Nel 2012 le grandi novità sono il nuovo aggiornamento algoritmico "***Penguin***" che ha **penalizzato ancora di più il *keyword stuffing* e i *backlink* di dubbia provenienza** o collegati a pagamento, oltre all'introduzione di ***Google Search Plus Your World***, con cui **risultati di ricerca** vengono determinati dal **grado di autorità e connessioni sociali con il social network Google Plus**

Come funziona Google?

Quest'ultima integrazione è legata a doppio filo con il futuro di **Google** che va verso una ricerca sempre più legata al cosiddetto **web semantico** fatto di **contenuti reali e di tecniche informatiche** come dimostra l'aggiornamento "*Knowledge Graph*" che **aggiunge informazioni nei risultati come immagini collegate, data di nascita dell'autore, video collegati ecc.**

S.E.O. Search Engine Optimization

Vediamo nel dettaglio quali sono, in sintesi, le attività della S.E.O.

S.E.O. Search Engine Optimization

La SEO è quell'attività che viene fatta sia nel sito (On Page) che fuori dal sito (Off Page) per migliorare la posizione del proprio Sito Web nei risultati naturali dei motori di ricerca (SERP)

S.E.O. Search Engine Optimization

Essere nella prima pagina del motore di ricerca è diventato un MUST!

**Se non sei in prima pagina,
non sei nessuno!!**

S.E.O. Search Engine Optimization

I motori di ricerca e le directory sono diventate una parte cruciale e sempre più crescente delle strategie di marketing online nei diversi campi di business.



[Web](#) [Immagini](#) [Gruppi](#) [Directory](#) [News](#)

[Ricerca avanzata](#)
[Preferenze](#)
[Strumenti per le lingue](#)

Cerca: il Web pagine in Italiano pagine provenienti da: Italia

[Pubblicità](#) - [Tutto su Google](#) - [Stiamo Assumendo](#) - [Google.com in English](#)

S.E.O. Search Engine Optimization

The image shows a Google search results page for the keyword "fotovoltaico". The search bar at the top contains the text "fotovoltaico" and a search button. Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Immagini", "Maps", "Shopping", "Notizie", "Più contenuti", and "Strumenti di ricerca". The search results are displayed in a list format, with each result including a title, a URL, and a snippet of text. Two red ovals highlight specific search results: one on the left side and one on the right side. A red box with the text "Pay Per Click" has arrows pointing to the highlighted results. A blue box with the text "S.E.O." has an arrow pointing to the Wikipedia result. The highlighted results are:

- Left oval:** "Fotovoltaico in Sardegna - TettoSolare.it" with URL "www.tettosolare.it/OfferteSpeciali/". The snippet includes "Impianti Chiavi in Mano IVA inclusa 3kW €65.900, 4kW €7.900, 6kW €10.900", "simulatore impianto fotovoltaico", "Offerte Speciali impianti fotovoltaico", and "Calcola un finanziamento per fotovo" and "Richiedi preventivi".
- Right oval:** "Convergenza Fotovoltaico" with URL "www.fotovoltaicoconviene.it/". The snippet includes "Il Fotovoltaico conviene ancora?", "Ecco cosa è bene sapere nel 2017", "Minieolico" with URL "www.aebconsulting.it/", "Generatori eolici ad asse verticale 3 kW, 6 kW, 10 kW, 20 kW, 30 kW", "Conviene il fotovoltaico" with URL "www.fotovoltaicoconviene.it/", "Un piccolo impianto meglio di un grande impianto. Ecco perché", "Guadagna col Fotovoltaico" with URL "www.centrosolar.it/", "L'installazione di un impianto fa guadagnare. Affidati a Centrosolar", "Energia Alternativa Solare" with URL "www.famiglia.eni.it/", "Scegli eni gas e luce la soluzione più semplice per l'Ambiente", "Energia solare alternativa" with URL "www.energiatrapuntozero.it/", "Offerta "Verde" con Elettricità al 100% prodotta da Fonti Rinnovabili", and "Fotovoltaico innovativo" with URL "www.punnyweb.it/", "Inverter e Ottimizzatori SOLAR 300E" and "Moduli fotovoltaici a film sottili".

S.E.O. Search Engine Optimization

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "dsl tarife". A heatmap is overlaid on the page, with red and yellow areas indicating high click-through rates (CTR) on the search results. The heatmap is most intense on the first few search results, particularly on the first result, "DSL Tarife vergleichen" from www.dsl-tarife.de. Other areas of high CTR are visible on the right-hand side of the page, specifically on the "DSL Tarife vergleichen" and "NetCologne" ads. The search results include various links to websites offering DSL services, such as "DSL Tarife im Vergleich", "DSL Vergleich Angebote für DSL Einsteiger und Wechsler auf Top...", "DSL Tarife - Flatrate, Volumen- und Zeittarife", "DSL Tarife - Anbieter Vergleich", "DSL Tarife - Alle DSL Tarife im Überblick", "DSL Anbieter, DSL Tarife, News, Tipps und Hilfe bei DSLWEB", and "DSL Tarifvergleich für DSL Tarife". The right-hand side of the page features several advertisements, including "DSL Tarife vergleichen", "NetCologne", "Billige DSL Tarife", "Internet Tarife Vergleich", "T-Home Tarife", "Günstiger DSL-Tarif", "DSL Internet Flat Deluxe", and "DSL von Unitymedia". The search bar at the top shows the query "dsl tarife" and the search button "Suche". The page also displays the number of results: "Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 1.220.000 für dsl tarife (0,06 Sekunden)".

S.E.O. Search Engine Optimization

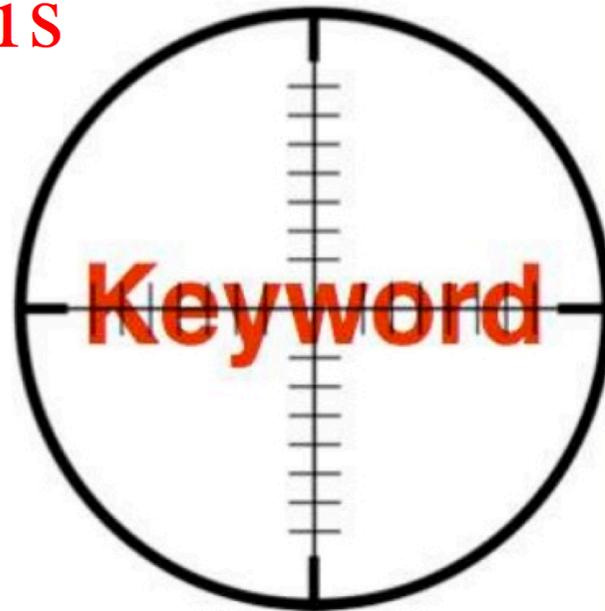


Proprio attraverso i motori di ricerca le aziende hanno l'opportunità di acquisire potenziali clienti, usando le parole chiave (keywords) più affini a ciò che stanno cercando.

S.E.O. Search Engine Optimization

Keywords Analysis

Nel lavoro della SEO è
fondamentale fare
una profonda analisi
delle parole chiave prima
di iniziare a lavorare.



S.E.O. Search Engine Optimization

PAROLE CHIAVE

La parola chiave è il termine di ricerca, una parola o una frase digitata da un utente che effettua una ricerca sul motore di ricerca che attiva a sua volta la pubblicazione del tuo annuncio pubblicitario.

Per far sì che la tua pubblicità sia pertinente con la ricerca dell'utente e che il tuo annuncio raggiunga il tuo target ideale di utenti, occorre che le tue parole chiave siano altamente correlate al prodotto o servizio che pubblicizzi.

S.E.O. Search Engine Optimization

L'analisi delle parole chiave consiste nel trovare le parole e le frasi più adatte all'ottimizzazione del tuo sito sui motori di ricerca e al posizionamento degli annunci.

E' necessario determinare le parole o frasi in cui c'è meno concorrenza, seppure con una grande quantità di visitatori.

S.E.O. Search Engine Optimization

Esempio:

la frase “vacanze in Sardegna” viene cercato su google 9000 volte al mese e restituisce più di 21.000.000 risultati. Inutile dire che questo è un settore molto competitivo. “Vacanze a Chia” che restituisce solo 605.000 risultati è cercato per 50 volte al mese, è sicuramente più vantaggioso.

Inoltre possiamo ottenere una posizione di rilievo in meno tempo su 605.000 mila risultati che su 21.000.000 mila e, con una frase di ricerca più mirata, avremo l'ulteriore vantaggio di dare ai visitatori esattamente quello che cercano.

S.E.O. Search Engine Optimization

La competitività del settore e dei termini di ricerca che stai utilizzando può influenzare la tua abilità di SEO per scalare la classifica del motore di ricerca.

Termini di ricerca generici come “Vacanza”, “Viaggio” o “hotel” saranno molto più competitivi e molto più difficili per posizionarsi rispetto a parole chiave più dettagliate come “Vacanze a Barcellona”, oppure, “Hotel a Roma” e affini al tuo business ed al tuo sito.

S.E.O. Search Engine Optimization

E' più facile e veloce posizionarsi per parole chiave specifiche che sono meno competitive e più rilevanti al nostro business.

Con parole chiave strategiche sarà più facile ottenere un traffico di alta qualità e ottenere più conversioni.



S.E.O. Search Engine Optimization

Inoltre è di vitale importanza utilizzare una strategia SEO a lungo termine per assicurare che il nostro sito web sia costantemente ottimizzato.

Se smettiamo di fare SEO al nostro sito ma i nostri concorrenti al contrario continuano a farlo, non ci vorrà molto prima che il nostro sito venga scavalcato da questi fino a scomparire del tutto dalle posizioni più.

S.E.O. Search Engine Optimization

Per fare questa analisi possiamo utilizzare i tools di Google, come ad esempio Google keyword tools, Google explorer, Google trends...

S.E.O. Search Engine Optimization

Densità e Prossimità delle parole chiave

Sull'utilizzo delle parole chiave c'è da dire che dobbiamo considerare e chiarire due aspetti importanti: la Densità e la Prossimità.

Possiamo quantificare la Densità attraverso il rapporto tra il numero delle volte che abbiamo ripetuto la parola chiave ed il totale delle parole presenti nella pagina web. Questo rapporto si esprime in percentuale.

S.E.O. Search Engine Optimization

Esempio:

Se ripetiamo 6 volte una parola chiave in un testo con 150 parole parole totali, la densità sarà pari al 4%.

$$6 / 150 \times 100 = 4\%$$

S.E.O. Search Engine Optimization

Per fare un lavoro ottimale e migliorare il posizionamento nella Serp occorre distribuire la parola chiave scelta equamente sul testo. Il posizionamento di più parole chiave, ovvero la concentrazione, in una sola parte del testo potrebbe essere vista male da Google.

Dobbiamo fare in modo di mantenere il testo più naturale possibile curando e dando priorità prevalentemente ai contenuti e alla leggibilità del testo.

S.E.O. Search Engine Optimization

Proprio per questo accanto al concetto di Keywords Density si è fatto strada il concetto “Keywords Rank”: ovvero non conta solo la densità di parole chiave ma conta molto anche la posizione all'interno del testo.

Per prossimità, dunque, intendiamo la distanza delle parole chiave all'interno di un testo.

S.E.O. Search Engine Optimization

Inoltre c'è da dire che:

Google tende a posizionare per i primi posti nelle SERP le pagine in cui due parole chiave sono riportate senza alcuna congiunzione o altra parola in mezzo ad esempio “Corsi Cagliari” piuttosto che “Corsi a Cagliari”;

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione SEO.



S.E.O. Search Engine Optimization

Che cos'è l'Ottimizzazione SEO?

L'ottimizzazione SEO è molto importante e fondamentale, non può prescindere dal lavoro di un Web Marketer .

Come puoi raggiungere la prima pagina di Google e la tanto ambita prima posizione, con così tanti siti web concorrenti che stanno tutti a lottare per le stesse parole chiave?

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottizzazione Seo On Page/Off Page

TAG H ATML

BACKLINK

PAGERANK

PAROLE CHIAVE NEL DOMINIO

PAROLE CHIAVE NEL TITOLO

PAROLE CHIAVE NELLA DESCRIZIONE

PAROLA CHIAVE NEL TITOLO DEL POST

PAROLE CHIAVE IN ALTRE PARTI DEL POST

ETÀ DEL DOMINIO

S.E.O. Search Engine Optimization

I TAG HTML

Il concetto è quello di favorire lo spider ad accedere al nostro sito, questo lo facciamo fornendogli tutte le informazioni possibili in merito ai contenuti

S.E.O. Search Engine Optimization

I TAG HTML, detti anche meta tag, sono informazioni nascoste all'occhio del visitatore, ma contenute all'interno del codice HTML, i quali permettono di comunicare agli Spider le informazioni su un pagina web o su un documento multimediale collegato.

S.E.O. Search Engine Optimization

Per modificare o inserire questi tag bisogna agire sul codice html oppure utilizzando un CMS (Content Management System) ovvero un software che serve per gestire i contenuti di un sito web, come nel caso di Wordpress, Joomla, Drupal, attraverso un plugin dedicato.

S.E.O. Search Engine Optimization

II TAG TITLE

Uno dei codici che più influenzano i motori di ricerca è il Tag Title, ovvero il tag legato al titolo della nostra pagina web.

Esempio di codice:

```
<html>  
<HEAD>  
<TITLE>Titolo della pagina con parole chiave</TITLE>
```

Le parole chiave più importanti devono essere inserite nella sinistra (come in tutti gli altri tag "più a sinistra" significa "più importante")

La sua lunghezza è importante perché, se contenente troppi caratteri, viene automaticamente tagliato dal motore di ricerca: è consigliato quindi non superare gli 80 caratteri, spazi compresi...

S.E.O. Search Engine Optimization

II TAG DESCRIPTION

L'altro codice che più influenza i motori di ricerca è il Tag Description, ovvero il tag legato alla descrizione della nostra pagina web.

Esempio di codice:

```
<HTML>  
<HEAD>  
<TITLE>Titolo</TITLE>  
<meta name="description" content="Descrizione"/>
```

Il meta tag description viene utilizzato per dare allo spider e all'utente una breve descrizione dei contenuti che si trovano nella pagina. La sua lunghezza non deve superare i 158 caratteri, spazi compresi, altrimenti verrà tagliata automaticamente nella sua visualizzazione.

S.E.O. Search Engine Optimization

IL TAG KEYWORDS

Il meta tag keywords è il meno importante tra i metatag che si prefiggono di fornire ai motori di ricerca informazioni importanti sulla pagina. Questo componente dell'<head> è ad oggi quasi completamente ignorato dagli spider dei motori di ricerca che lo considerano solamente per dare una valutazione di attinenza verso i contenuti della pagina.

Il miglior consiglio è quello di non inserire più di 5-6 parole chiave.

In questo tag sarà comunque importante riportare le chiavi della pagina.

```
<HTML>
```

```
<HEAD>
```

```
<TITLE>Titolo</TITLE>
```

```
<meta name="description" content="Descrizione"/>
```

```
<meta name="keywords" content="keyword1,keyword2,keyword3"/>
```

S.E.O. Search Engine Optimization

BACKLINK:

questi sono gli elementi più importanti quando tenti di posizionarti per una parola chiave e sono anche tra i più difficili da ottenere. Google dà molta considerazione ai backlink.

Se trovi siti con molti backlink posizionati in prima pagina per la stessa parola che stai cercando di ottimizzare, effettua l'ottimizzazione SEO per un'altra parola.

S.E.O. Search Engine Optimization

-  Inserisci link su altri siti o blog che puntino al tuo sito. I link su Twitter o Facebook non saranno calcolati perché non vengono seguiti i tag, ma sono molto importanti per far conoscere il tuo sito alle altre persone (SMO).
-  Anche i link interni aiutano. Quando scrivi un post inserisci alcuni link che puntano verso altri post presenti nel tuo sito sempre legate allo stesso argomento, oppure verso pagine esterne (con l'attributo re=nofollow).
-  Non ossessionarti sui backlink, cerca di concentrarti sulla scrittura di contenuti importanti ed interessanti. Saranno i tuoi lettori a condividere il tuo post se sarà utile.

S.E.O. Search Engine Optimization

PAGE RANK:

Questo è il secondo elemento più importante da guardare quando si effettua un'ottimizzazione SEO. Misura l'autorità che un sito possiede agli occhi di Google.

Anche se i siti con un alto **Page Rank** saranno difficili da battere c'è una possibilità di ottenere qualche successo nell'ottimizzazione SEO in quanto ci sono anche altri elementi da prendere in considerazione.

Il Page Rank è una scala di valori che va da 0 a 10.
E' molto più facile passare da 1 a 4 che da 4 a 5.

S.E.O. Search Engine Optimization

Per fornire un'idea chiara del "peso" del PageRank, la scala da uno a dieci non è una scala "lineare" ovvero, in termini più semplici, un PR8 non vale il doppio di un PR4.

Visto sotto altri punti di vista, ciò significa che la difficoltà di arrivare a PR8 è di gran lunga superiore al doppio di difficoltà per raggiungere PR4.

Un buon modo per rendersi conto del reale peso del PageRank è quello di immaginare una scala di tipo "esponenziale", ovvero PR1 "vale" uno, PR2 "vale" dieci, PR3 "vale" 100, e così via, moltiplicando per dieci ogni successivo valore di PageRank.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il calcolo del **PageRank** viene effettuato attraverso l'applicazione di una formula matematica.

Il PageRank può essere considerato una versione più raffinata e complessa della "Link Popularity" (LP).

La LP è uno dei tanti fattori che i principali motori di ricerca analizzano per attribuire la posizione ad una pagina web e coincide col numero complessivo di link che puntano a quella pagina.

Maggiore è il numero dei link che puntano ad una pagina e migliore sarà la posizione di quella pagina nei risultati delle ricerche.

S.E.O. Search Engine Optimization

I motori di ricerca, dunque, trattano i link come dei "consigli" che un sito web offre ai propri visitatori. Un link ad un sito esterno può essere considerato come un invito per l'utente a visitare il sito che beneficia del link.

Ne consegue che i motori che si basano (parzialmente) sulla LP, daranno una preferenza ai siti che ricevono un numero di link maggiore rispetto agli altri. Questo criterio, però, presenta diverse pecche, ad esempio penalizza fortemente i piccoli siti nati da poco, che necessitano di molto tempo prima di ottenere una buona quantità di link da altri siti.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il PageRank di Google si basa anch'esso sui link ricevuti da una pagina e il valore di pagerank sale anche con l'aumentare del numero di link che puntano alla pagina, ma introduce un elemento nuovo che minimizza i problemi che sorgevano finora con la Link Popularity: invece di tener conto solo della **quantità** dei link ricevuti, il PageRank prende in considerazione anche il valore di PageRank delle pagine che offrono i link!

S.E.O. Search Engine Optimization

Un **link** ricevuto da una pagina che possiede un **Pagerank alto** "**vale**" **più di un link ricevuto da una pagina dal valore di pagerank basso** e contribuisce maggiormente a far aumentare il valore di PageRank della pagina che riceve il link.

S.E.O. Search Engine Optimization

La differenza tra questo metodo e quello "bruto" della LP è considerevole: con la LP la "spinta in più" derivata dai link ricevuti si basa esclusivamente sul **numero dei link**, pertanto i reali vantaggi si notano solo ricevendo una consistente quantità di link provenienti da altri siti web.

Col PageRank, invece, è possibile ottenere benefici analoghi (o persino migliori) anche ricevendo pochissimi link, purché provenienti da pagine considerate "importanti" da Google, ovvero pagine che possiedono un valore di PageRank alto.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il primo passo da effettuare per prendere familiarità col PageRank è quello di installare su [Mozilla Firefox](#) la **toolbar SEOquake**. Si tratta di uno strumento che consente di verificare il valore di PageRank della pagina web visualizzata nella finestra di Firefox. È possibile prelevare e installare la toolbar di Google partendo da questa pagina del sito di Google: <http://www.seoquake.com/>, oppure dal sito <http://www.prchecker.info/>

S.E.O. Search Engine Optimization

The image shows a screenshot of the PR Checker website. At the top, the logo 'PR CHECKER .info' is displayed. Below it, a navigation bar contains links: '<- PAGERANK CHECKER -/>', 'CHECK PAGE RANK', 'NEWS & UPDATES', 'LINK TO US', 'CONTACT US', and 'ADD TO BOOKMARKS'. On the left side, there are social media icons for Facebook (8.9k likes) and Google+ (4.439). The main content area features a heading 'Free PAGE RANK Checker for your Web site!' followed by a paragraph explaining the tool's purpose. A red arrow points from the text 'Inserisci l'URL del tuo Sito Web' to the input field of a form that contains 'http://' and a 'Check PR' button. Below the form, there is a paragraph about installing the tool on a website and a link to examples of the tool's output.

PR CHECKER .info Page Rank checker is a free tool to check Google™ page ranking of any web site pages easily and to display your site's PageRank™ value on your web pages

<- PAGERANK CHECKER -/> » CHECK PAGE RANK » NEWS & UPDATES » LINK TO US » CONTACT US » ADD TO BOOKMARKS

f Like 8.9k g+1 4.439

Free PAGE RANK Checker for your Web site!

by adding our page rank checker tool (page rank icon) to your site you can instantly and easily check web ranks (i.e. check PR) of all your web site pages **right on your web site.**

Please note: **Google™ search engine** and **PageRank™ algorithm** are trademarks of Google Inc.

Learn more about Google PageRank™ algorithm on Google.com web site.
We recommend to check [Ranking information](#) and [PageRank™ technology](#) pages.

» also see our **Easy, Online & Instant PR check tool** that lets you instantly **check pagerank** value of your web pages on-line!

http://

In order to install our **Page Rank checking** tool on your site, you just need to add a small piece of HTML code to those web pages where you want to check the page rank and free PR checker tool will show the small icon that displays the current Google.com PageRank of the web page.

» Here are the examples of the **small icons** shown by **page rank checker** tool that

S.E.O. Search Engine Optimization

Aumentare il PageRank di un sito

Iniziamo subito a dire che **non esiste un "PageRank del sito"**.

Il PageRank è un valore attribuito a singole pagine e non ad interi siti web. Si tratta di una precisazione importante, in quanto generalmente le pagine di un sito web hanno valori di PageRank molto diversi tra loro e non è corretto fare una "media" nè credere che tutte le pagine abbiano identico valore di PageRank.

Il metodo principale per aumentare il PageRank di un sito consiste appunto nel cercare di ricevere link da altri siti .

Su Wikipedia potete trovare il calcolo del PageRank spiegato in maniera completa: <http://en.wikipedia.org/wiki/PageRank>

S.E.O. Search Engine Optimization

**Questa è la formula più rapida
per aumentare il PR**

$$\text{PR } X * 15$$
$$\text{PR } (X+1) * 3$$

Se vuoi un PageRank 5 devi avere
15 backlink da siti con **PageRank 5**

0

3 backlink da siti con **PageRank 6**

S.E.O. Search Engine Optimization

Attenzione! La porzione di PageRank trasmessa dalla pagina "donatrice" **diminuisce con l'aumentare del numero dei link presenti nella pagina stessa.**

In parole più semplici, un link proveniente da una pagina con PR6 (ma strapiena di link ad altre pagine) può regalare meno PageRank di un link proveniente da una pagina con PR5 (ma contenente pochi link ad altre pagine).

Questo aspetto viene spesso sottovalutato o addirittura ignorato da diversi webmaster che si buttano spesso in una "cieca" caccia a link da pagine dal PageRank consistente senza però badare al numero dei link che tali pagine contengono.

S.E.O. Search Engine Optimization

Bisogna invece avere ben chiaro che i parametri da prendere in considerazione sono *due* e che il reale obiettivo è ottenere link da pagine dal **PR più alto possibile** e col **minor numero di link** pubblicati sulla pagina.

Ogni pagina del sito deve essere ben integrata nel sito stesso, quindi ogni pagina deve ricevere **almeno un link** e dare **almeno un link** ad un'altra pagina del sito. Di solito ciò avviene con naturalezza in tutti i siti che possiedono una buona struttura di navigazione, ma in ogni caso è sempre buona norma controllare che ogni pagina sia collegata alle altre.

S.E.O. Search Engine Optimization

Grande attenzione va prestata agli "outbound link", ovvero ai **link in uscita verso siti esterni**. Innanzitutto, è **sconsigliato accumulare molti outbound link sulle pagine con PR alto**, a cominciare dalla homepage. È molto meglio offrire outbound link seguendo le seguenti semplici regole:

1. offrire link solo a siti che giudichiamo di buona qualità;
2. offrire link solo a quei siti che migliorano l'esperienza di navigazione degli utenti del nostro sito;
3. offrire link principalmente a siti in tema col nostro;
4. integrare gli outbound link nel testo della pagina, usando come testo del link alcune parole-chiave inerenti gli argomenti sviluppati nella pagina stessa;
5. evitare categoricamente link a siti che usano trucchi di posizionamento (testi invisibili, doorway, link-farm, cloaking, ecc.) in quanto un link è come un "consiglio" che viene dato ai visitatori del proprio sito e ai motori non fa piacere sapere che consigliamo la visita di siti "poco puliti";
6. Offrire link ad altri siti, se creati con cognizione di causa, è importantissimo per tematizzare il proprio sito e per migliorare la sua posizione.

S.E.O. Search Engine Optimization

PAROLE CHIAVE NEL DOMINIO:

Una delle prime scelte da compiere, in parte legate alle tecniche SEO. Vedi se la parola chiave più importante è libera o è nel dominio dei tuoi concorrenti. Questa è un'ottima tecnica perché Google apprezza notevolmente questa cosa. Avere un dominio con la parola chiave prescelta, e importante per il tuo business, ti aiuta incredibilmente nella tua ottimizzazione SEO.

S.E.O. Search Engine Optimization

Ecco alcuni consigli per fare la scelta ideale:

- Utilizzate un nome non troppo lungo, facile da ricordare (mai più di 3 parole chiave)
- Scegliere parole comuni utilizzate dalla maggior parte delle persone
- Scegliere un nome unico e non confondibile con altri
- Cercare di evitare caratteri speciali o trattini tra due parole
- Corrispondenza con gli argomenti trattati nel sito

Poco importante risulta la scelta del dominio (.it, .com, .net, .org) che può dipendere dal pubblico di riferimento

S.E.O. Search Engine Optimization

PAROLE CHIAVE NEL TITOLO:

Quando realizzi un Sito Web o un Blog, è importante per il suo posizionamento utilizzare la parola chiave principale, la più importante, quella che caratterizza meglio il tuo Sito o Blog, nel TITOLO.

S.E.O. Search Engine Optimization

PAROLE CHIAVE NELLA DESCRIZIONE:

Come per il punto precedente, avere le parole chiave nella descrizione è una tecnica molto potente per posizionarsi sui motori di ricerca. Anche in questo caso gli spider di Google iniziano da sinistra verso destra, dall'alto verso il basso, ragion per cui, è rilevante iniziare con le parole chiave più importanti per noi.

S.E.O. Search Engine Optimization

IL TITOLO DEL POST:

Google presta molta attenzione ai titoli. Questi sono alcuni punti da tenere in considerazione:

- Google prende maggiormente in considerazione le prime parole del titolo rispetto alle successive.
- Non inserire il nome del tuo blog nel tag del titolo dei singoli post. Questo sminuisce le parole chiave. Ma ovviamente se stai cercando di posizionare il tuo brand, incorporare il nome del tuo blog al titolo potrebbe essere una buona strategia.
- Includi nel titolo alcune parole chiave che identificano il tuo post.

S.E.O. Search Engine Optimization

Come già detto Google dà grande importanza alle prime parole del titolo e premia una forma di contenuti formata da due parti: una sintetica più una descrittiva. Così facendo possiamo inserire una seconda parola chiave nella parte descrittiva.

Esempio:

Ristoranti Cagliari: tutti i ristoranti di cucina vegetariana

Un'altra tecnica utilizzata è quella dell'inserimento nel titolo del separatore pipe | che rappresenta un elemento interessante per Google che lo riconosce come un separatore che divide il tag title in due parti.

Caratteristica fondamentale riguarda la lunghezza del titolo che deve mantenersi in un massimo di 12 parole e 70 caratteri, perché appaia totalmente nella serp.

S.E.O. Search Engine Optimization

PAROLE CHIAVE IN ALTRE PARTI DEL POST:

Includi alcune keywords che ti interessano nel tuo post, per esempio nel contenuto, nei tag delle immagini ecc..

Non andare oltre il tuo argomento e cerca di usare parole che riguardano solo ed esclusivamente quel post, altrimenti potresti essere penalizzato da Google.

S.E.O. Search Engine Optimization

ETÀ DEL DOMINIO:

Non è un fattore determinante però ha un ruolo importante nell'ottimizzazione SEO. A Google piacciono siti internet datati ma non lasciati andare, abbandonati. Devi continuamente aggiornare il tuo sito con contenuti sempre nuovi.

S.E.O. Search Engine Optimization

Altre ottimizzazioni importanti per portare il nostro sito in 1° pagina sui motori di ricerca

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione dei file PDF:

L'indirizzo URL è legato a tutte le risorse multimediali come risorse da scaricare, immagini, filmati, link ecc...

Gli attributi dei file da ottimizzare oltre al nome sono:

- Title: fondamentale perché viene utilizzato anche come titolo nei risultati dei motori di ricerca
- Author: è importante perché legato all'autore del documento, può essere importante per l'autorship dell'autore
- Subject: è la descrizione del documento che apparirà sui motori di ricerca. Qui vanno utilizzate le stesse tecniche di ottimizzazione utilizzate per il *meta tag description*

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione delle immagini:

Prima cosa da fare è nominare la foto separando le parole chiave con “-” (ad esempio: immagini-Cagliari-chiesa-Bonaria).

Per quanto riguarda il codice HTML dobbiamo inserire l'attributo `<alt>` e `<title>`.

L'attributo *alt* nasce per permettere di leggere il contenuto della foto a persone non vedenti. È utile anche in caso il browser non carichi fornendo informazioni sulla foto.

L'attributo *title* permette di mostrare una descrizione al passaggio del mouse sull'immagine, molto importante ai fini SEO purché le parole chiave siano coerenti con l'immagine della foto.

S.E.O. Search Engine Optimization

Evitate di mettere immagini troppo pesanti!

Google premia i siti che si aprono velocemente, perciò le immagini di un sito devono essere sempre molto leggere, cosa che possiamo fare utilizzando www.picmonkey.com, un editor gratuito per immagini, utilizzabile online, che non ha necessità di essere scaricato.

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione dei video:

YouTube è molto importante per Google. Come per i numerosi fattori di ranking di Google, nessuno conosce veramente tutti i fattori dell'algoritmo di YouTube.

Dalla sperimentazione, la comunità SEO ha capito che questi sono i segnali più importanti:

- Il titolo del video contiene la parola chiave
- La durata del video (più lungo è generalmente meglio posizionato)
- Il coinvolgimento degli utenti (Mi piace vs non mi piace, numero dei commenti etc.)
- La parola chiave compare nella descrizione
- Il numero totale di visualizzazioni
- Il "ChannelRank": il numero di persone iscritte al canale YouTube del video

S.E.O. Search Engine Optimization

Gli stessi fattori SEO on page fondamentali che si usano per le pagine web e i post dei blog si applicano anche a YouTube, come ad esempio:

- Mettere la parola chiave di destinazione all'inizio del vostro titolo del video;
- Mettere in maniera naturale (non riempite) la parola chiave nella descrizione del video
- Aggiungere, tra le parole chiave, sinonimi e termini correlati alla vostra parola chiave, nella descrizione del video
- Come per il SEO per le immagini, in YouTube conta anche includere **la parola chiave nel nome del file video**. Ad esempio: *“Visitare-Cagliari-Spiaggia-Poetto.mp4”*

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione dei link:

Anche i link possono essere ottimizzati in modo simile alle immagini. Una volta eseguita l'ottimizzazione basterà passare il mouse sopra la parola linkata per leggerne la descrizione. Proprio per questo è bene scegliere accuratamente le parole da linkare (Anchor text) perché hanno molta influenza ai fini del posizionamento sulla serp. Evitate perciò di linkare parole come "clicca qui", "scarica qui" ecc.

Una buona strategia è quella di inserire nell'attributo *title* del codice HTML, lo stesso testo scelto per essere linkato. :

S.E.O. Search Engine Optimization

Ottimizzazione dei link:

Anche i link possono essere ottimizzati in modo simile alle immagini. Una volta eseguita l'ottimizzazione basterà passare il mouse sopra la parola linkata per leggerne la descrizione. Proprio per questo è bene scegliere accuratamente le parole da linkare (Anchor text) perché hanno molta influenza ai fini del posizionamento sulla serp. Evitate perciò di linkare parole come “clicca qui”, “scarica qui” ecc.

Una buona strategia è quella di inserire nell'attributo *title* del codice HTML, lo stesso testo scelto per essere linkato. :

S.E.O. Search Engine Optimization

Esempio:

```
<p><a title="Cagliari, spiagge, storia, cultura"
href=http://www.vivereacagliari.com/spiagge-storia-cultura"
Targhet="_blank"> link (Cagliari: spiagge, toria e
cultura).</a></p>
```

S.E.O. Search Engine Optimization

***Se seguirai tutte queste indicazioni
per una corretta ottimizzazione
SEO vedrai salire il tuo
posizionamento in breve tempo.***

S.E.O. Search Engine Optimization



SEO: quanto tempo ci vuole?

S.E.O. Search Engine Optimization

Una delle sfide più grandi per ogni Web Marketer è portare il proprio sito in prima pagina sui motori di ricerca nel più breve tempo possibile.

Il **SEO** dobbiamo considerarlo come un qualunque altro strumento tradizionale di marketing. Per ottenere risultati significativi dobbiamo dedicare molto lavoro e attenzioni.

Cosa importante da tener presente è che il SEO non da risultati immediati.

S.E.O. Search Engine Optimization

**Ma un nuovo sito web NON APPARIRÀ
nei motori di ricerca fino a quando non
abbiamo applicato al sito web alcune
tecniche base del SEO.**

S.E.O. Search Engine Optimization

**Devo indicizzare il mio sito internet.
Come faccio?**



S.E.O. Search Engine Optimization

Come indicizzare un sito internet.

Una volta ultimato il nostro blog o sito internet dobbiamo fare in modo che questo esca nei motori di ricerca, a prescindere dal suo posizionamento. L'unico problema a questo punto è: dov'è il traffico? Dove sono i clienti?

Nessuno può trovare il nostro *sito internet fintanto* *ché non abbiamo fatto alcune azioni.*

S.E.O. Search Engine Optimization

Inviare il tuo sito ai vari motori di ricerca

Quando creiamo un sito o un Blog questo non è ancora indicizzato dai motori di ricerca.

Per far questo è necessario effettuare un'operazione manuale per inviare il nostro sito ai principali motori di ricerca: Google, Bing, Yahoo.

I motori di ricerca come Yahoo, Bing e Google spesso effettuano cambiamenti ai loro algoritmi. Devi sempre tenerti aggiornato per sapere come muoverti e per mantenere un buon posizionamento. Tenere regolarmente e costantemente sotto controllo tutti questi cambiamenti è determinante per il tuo business.

S.E.O. Search Engine Optimization

Se non provvedi tu a fare questo lavoro i motori di ricerca devono trovare ed indicizzare il tuo sito, questo potrebbe richiedere tantissimo tempo. E una volta indicizzato, spesso ci vogliono altri **4-6 mesi per ottenere un risultato significativo.**

In moltissimi casi, i risultati di questo processo di SEO non danno risultati nei tempi prestabiliti.

Ci sono un numero di variabili esterne che sono fuori dal tuo controllo che possono giocare una parte importante su quanto velocemente e con successo il tuo sito web scali la classifica dei motori di ricerca.

S.E.O. Search Engine Optimization

La prima cosa da fare è **inviare una SITEMAP** tramite gli **strumenti per webmaster**

[\(/atom.xml?max-results=1000&start-index=1\)](/atom.xml?max-results=1000&start-index=1)

S.E.O. Search Engine Optimization

The screenshot displays the Google Search Console interface for the website www.vivereacagliari.com. The main section is titled "Sitemap" and shows the following data:

Contenuti delle Sitemap	
Tutti i tipi di contenuti	Pagine web
■ Inviato	3.009 Inviato
■ Indicizzati	2.975 Indicizzati

A bar chart below the table shows the distribution of content types, with a blue bar for "Inviato" (3,009) and a red bar for "Indicizzati" (2,975). The chart is labeled "Web" on the x-axis and has a y-axis ranging from 0 to 4,000.

The "Aggiungi/TESTA Sitemap" modal window is highlighted with a red dashed circle. It contains the following elements:

- Buttons: "AGGIUNGI/TESTA SITEMAP" (top right), "Testa Sitemap", "Invia Sitemap", and "Annulla".
- Form: "Aggiungi/TESTA Sitemap" label, a text input field containing "http://www.vivereacagliari.com/", and a submit button.

The sidebar on the left includes navigation options such as "Dashboard sito", "Messaggi sito", "Aspetto nella ricerca", "Traffico di ricerca", "Indice Google", "Scansione", "Sitemap", "Parametri URL", "Problemi di sicurezza", "Altre risorse", and "Funzioni sperimentali".

S.E.O. Search Engine Optimization

3 step per far sapere ai motori di ricerca l'esistenza del tuo sito

per fare sapere ai motori di ricerca dell'esistenza del nostro sito internet:

S.E.O. Search Engine Optimization

1. **Componi un articolo che tratti l'argomento principale del tuo sito internet.**

Non preoccuparti se non sei perfetto. Scrivi le cose che sai. Fai in modo che l'articolo non sia troppo lungo, tra le 300 e le 600 parole. Quando componi un articolo scrivi sempre delle informazioni generali che chiunque inserirebbe felicemente sul proprio sito come contenuto di un certo valore.

**Non provare a vendere
in questo articolo!**

S.E.O. Search Engine Optimization

Perché dico questo?

Perché se dovessi provare a vendere qualcosa con il tuo articolo non lo potresti pubblicare in altri siti internet.



S.E.O. Search Engine Optimization

2. Aggiungi un link che porti al tuo sito.

Inserisci informazioni sull'articolo, o sull'autore, ed un link al nostro sito internet o blog.

Lo scopo di scrivere articoli è quello di avere il tuo contenuto su più siti web possibili con un **link che punta verso il tuo sito internet.**

S.E.O. Search Engine Optimization

Quando includi un link nel tuo articolo assicurati che uno dei tuoi link includa una delle **parole chiave** principali del tuo sito internet. Fai in modo che la parola chiave sia la parte cliccabile del link invece del tuo indirizzo internet. Inserisci questa parola chiave nel tuo **anchor text**.

S.E.O. Search Engine Optimization

Lo scopo principale è quello di acquisire un link che punti verso il tuo sito internet.

Lo scopo secondario invece è di fare in modo che i lettori del tuo articolo clicchino su di esso e visitino il tuo sito internet.

S.E.O. Search Engine Optimization

3. Invia il tuo articolo alle directories:

Invia il tuo articolo alle maggiori **directories** di contenuti in modo da distribuirlo sul maggior numero di siti internet possibili.

Alcune di queste sono gratuite, altre richiederanno un piccolo pagamento affinché l'articolo inerente il tuo sito internet venga pubblicato.

S.E.O. Search Engine Optimization

Esegui questi 3 semplici passi e i motori di ricerca come Google troveranno, analizzeranno ed inseriranno il tuo sito internet nel proprio archivio!

S.E.O. Search Engine Optimization

Cos'altro fare per migliorare la posizione del tuo sito sulla serp



S.E.O. Search Engine Optimization

Vediamo **3 cose da tenere in considerazione per aiutare il tuo sito internet a partire con il piede giusto.**

S.E.O. Search Engine Optimization

1. Contenuto

Abbiamo detto cosa devi fare sul contenuto, ora parliamo proprio del contenuto (**Content marketing**).

Dopo esserti assicurato che tutte le pagine importanti abbiano le **keywords**, devi occuparti di cosa scrivere, ovvero dei **contenuti**.

Posizionare un sito web senza un buon contenuto è una cosa alquanto ardua.

S.E.O. Search Engine Optimization

2. Frequenza di rimbalzo

Più a lungo la gente rimarrà nel tuo sito più il tuo sito salirà nella classifica del motore di ricerca.

Il miglior modo per tenere i visitatori sul tuo sito web è quello di avere un **contenuto di alta qualità**. Inoltre può aiutarti anche l'aggiungere video, download di qualità (ebook, software, ecc.) o qualunque altro mezzo che possa tenere alto l'interesse del visitatore e trattenerlo il più a lungo possibile sul tuo sito.

S.E.O. Search Engine Optimization

3. I fattori di fiducia

Devi fare in modo che i tuoi visitatori ti contattino per farti domande o chiederti qualunque cosa venga loro in mente.

Includi almeno un **form** che l'utente possa compilare. Un indirizzo email, i tuoi contatti telefonici, se preferisci.

Sia che il tuo sito sia di carattere personale o commerciale è comunque una cosa gradita quella di fare una pagina del tipo “**Chi sono/siamo**” per spiegare velocemente ai tuoi visitatori cosa tratti.

S.E.O. Search Engine Optimization

Inoltre dobbiamo prendere in considerazione:

Trust Rank: è un valore che viene attribuito ad un sito, 0-1, a seconda che le pagine di un sito contengano SPAM o link che riportino a siti che fanno SPAM.

Bad Rank: un'algoritmo che assegna un punteggio negativo a pagine che attraverso i link presenti su Forum fermi e in disuso o a siti porno e che fanno SPAM, portano al nostro Blog.

Topical Trust Rank: sono link inseriti in forum o Blog a tema che linkano a risorse importanti.

Spam: è quando noi linkiamo una parola, anche pertinente, al nostro dominio.

S.E.O. Search Engine Optimization



ERRORI COMUNI DA EVITARE

S.E.O. Search Engine Optimization

Penalizzazioni, Ban e Filtri

Quando i motori di ricerca individuano qualcosa che non va, effettuano una sanzione ai documenti che possono essere penalizzati, bannati o filtrati.

 La **PENALIZZAZIONE** è il declassamento del nostro sito con la conseguente perdita di posizioni sulla SERP;

 Il **BAN** è l'esclusione da qualsiasi risultato nel motore di ricerca. Questa può essere anche momentanea ma la maggior parte delle volte è duratura.

 Il **FILTRO** viene applicato quando il nostro sito o documento non appare nei risultati del motore di ricerca.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il fenomeno del **keyword stuffing** e del **link building innaturale** :

È la sovra-ottimizzazione di parole chiave e della costruzione della rete di Link.

L'obiettivo è quello di premiare ancora di più chi utilizza tecniche lecite facendo attenzione ai contenuti.

Google premia tutti i siti che puntano sui **contenuti di qualità, scritti in maniera naturale e spontanea (non automatica)**, e che ricevono link altrettanto spontanei.

S.E.O. Search Engine Optimization

Non utilizzare tecniche di sovra-ottimizzazione delle keyword, inserendo testo nascosto o link nascosti.

La **keyword density** all'interno di una pagina dovrebbe essere mantenuta a livelli "*naturali*", senza eccedere; potrebbe convenire addirittura diminuire la presenza di keyword e scendere a percentuali intorno al 2-4% massimo, a favore di una maggiore fluidità e naturalezza dei testi.

S.E.O. Search Engine Optimization

Non utilizzare tecniche di cloacking né creare doorway pages con l'intento di ingannare l'utente posizionandosi per una certa keyword.

Una doorway è una pagina di reindirizzamento automatico verso un'altra. Arrivando su questa pagina dopo un tot di secondi (di solito 0) l'utente è portato verso un'altra pagina tramite un comando javascript o altro codice di scripting per reindirizzamento.

Il Cloaking (occultamento) è una tecnica con la quale le richieste ad uno stesso indirizzo vengono servite da pagine diverse a seconda che il visitatore sia un utente o un motore di ricerca. In altre parole, i browser tipo Internet Explorer o Netscape vedono una pagina, mentre i motori un'altra, pur visitando lo stesso indirizzo (Es. <http://www.dominio.com/>)

S.E.O. Search Engine Optimization

Evitare di creare reti di siti satellite per simulare una naturale matrice di link a tema.

Se i siti in questione non presentano contenuto realmente utile ma servono solo per spingere una determinata keyword (e sono quindi pieni di testi duplicati o con contenuti generici e/o ripetitivi).

Può essere un'ottima tecnica se questi vengono distribuiti per bene su diversi server ed intestati (i domini) a persone diverse, per cercare di simulare una mancanza di "parentela" fra questi siti.

S.E.O. Search Engine Optimization

Inoltre è bene **evitare di ricevere link in entrata sempre con la stessa parola chiave.**

In definitiva, si deve cercare di **scrivere per gli utenti e non per i motori**; il consiglio sembra banale e ripetitivo, eppure i siti che stanno pian piano emergendo a scapito dei siti penalizzati sono quelli che hanno seguito le linee guida suggerite (*scrittura naturale, testi originali e consistenti, formattazione corretta e corretto uso dei tag HTML, link spontanei da/verso risorse a tema, aggiornamento dei contenuti*).

S.E.O. Search Engine Optimization

“I contenuti rimaneggiati sono quei testi identici nel messaggio che si vuole trasmettere al lettore, ma a cui sono state cambiate delle parole, sostituiti dei verbi, invertite delle frasi rispetto al testo di partenza”

Un suggerimento è quello di fare solo un riassunto dei tuoi articoli e non l'intero contenuto, includendo nel riassunto il link al tuo articolo originale.

S.E.O. Search Engine Optimization

E naturalmente...

Non utilizzate programmi che inviano in automatico query a Google

Non inserite nel sito link a siti spam

Non avere pagine che installino virus o trojan

S.E.O. Search Engine Optimization

Se una penalizzazione per contenuti duplicati è abbastanza facile da individuare, meno facile è individuare un problema di ranking di un sito legato a contenuti rimaneggiati, ovvero una categoria di contenuti che Google considera di pessima qualità.

S.E.O. Search Engine Optimization

Per quanto riguarda la **link popularity**

1. Non comprare link per poco tempo. Google si accorge delle variazioni di comportamento, cioè se per un certo periodo acquistiamo link e poi ci fermiamo. E' chiaro che lo stiamo facendo per aiutare il nostro sito a posizionarsi meglio. Il nostro obiettivo è quello di costruire la nostra popolarità in modo stabile
2. Non comprare link che finiscono in una lista di link in vendita
3. Non usare sempre le stesse anchor ma diversificarle in modo da spingere più chiavi di ricerca e comunque non destiamo sospetti, ed è più credibile agli occhi dei motori
4. Non giudicare il prezzo di un link solo dal PR che il sito mostra. Molte volte questo valore è fuorviante. Ma giudicare altri aspetti che per noi possono essere più importanti
5. Non comprare link da siti non a tema.
6. Comprare link da siti in cui questa pratica (vendita link) non è usata o poco sfruttata, anche come scambio link.
7. Quando linkiamo ad un altro sito, accertiamoci che questo sia un sito di qualità, che non faccia spam e che non sia fuori tema
8. Comprare uno spazio, o pagina, aggiuntivo di un sito dove inserire una recensione vera, originale che sia interessante per gli utenti di quel sito.
9. Accertarsi che il sito venditore dello spazio sia ben posizionato per le chiavi di ricerca che ci interessano o per quelle a tema.

S.E.O. Search Engine Optimization

Individuare una penalizzazione

Non è sempre facile accorgersi di una penalizzazione ma già dalla perdita di posizioni o un blocco può destare sospetto e indurci a verificare cosa sta accadendo e se siamo vittime di una qualche penalizzazione.

S.E.O. Search Engine Optimization

Per individuare una qualsiasi penalizzazione dobbiamo fare queste tre cose:

1. Andare su google e digitare “site:nomesito.it”. Dovrebbero comparire tutte le pagine indicizzate di quel sito;
2. Andare su Google e digitare il nome del sito o del nostro brand;
3. Se nei primi due casi le nostre ricerche risultassero buone e in quel momento il nostro sito non comparisse ancora nei risultati vuol dire che siamo sotto l'effetto di una penalizzazione.

S.E.O. Search Engine Optimization

Potete anche andare su Google e digitare 4 o 5 parole chiave del Title della nostra pagina e non dovesse apparire ma in precedenza i risultati erano buoni, significa che il nostro sito sta subendo una penalizzazione grave.

Per individuare eventuali penalizzazioni puoi:

1. Tenere costantemente monitorati gli **strumenti per webmaster** di google che segnalano gli errori
2. Controllare regolarmente le statistiche del sito, andando a controllare anche le sezioni coinvolte o le chiavi dei motori di ricerca che portano meno traffico rispetto al passato

S.E.O. Search Engine Optimization

Le penalizzazioni possono essere di due tipi:

Automatiche: gli algoritmi individuano l'infrazione e, declassano il sito. In questo caso si recupera il declassamento sempre in modo automatico e nel giro di 30 gg. Si risolve il problema.

Manuali: questo declassamento è applicato da un team di persone, per una segnalazione, un campanello d'allarme fatto scattare dall'algoritmo o perché il team stava controllando una SERP in particolare. Questo declassamento si può risolvere richiedendo la re-inclusione, dopo aver rimosso il problema. I tempi vanno da 2 settimane a oltre 1 mese.

S.E.O. Search Engine Optimization

PENALIZZAZIONI

1. OVER Optimization Penalty -950
2. Penalizzazioni da -30 a -80
3. Megamenù
4. Boilerplate
5. Tag excess
6. Penalizzazione da eccesso di Backlink
7. Fluttuazioni sinusoidali
8. Penalizzazione per avvicinamento a risorse Spam
9. Vendita di Backlink
10. Contenuti duplicati

S.E.O. Search Engine Optimization

1. OVER Optimization Penalty -950

Conosciuta come sovra-ottimizzazione. Si verifica quando nelle nostre pagine è presente il Keyword Stuffing, ovvero, parole ripetute una dopo l'altra senza senso. Quando cadiamo in questa penalizzazione di tipo automatico il nostro sito web compare oltre la posizione 950 per le chiavi interessate. Il recupero sulla SERP è graduale .

S.E.O. Search Engine Optimization

2. Penalizzazioni da -30 a -80

Anche questa penalizzazione è di tipo automatico e la subiamo quando ci sono dei link interni troppo ottimizzati o quando utilizziamo un numero eccessivo di link in Home Page. Più la penalizzazione è grave più caleremo in basso nella SERP. Più la penalizzazione è grave più in basso sarà ricollocato in nostro sito. Infatti lo ritroveremo tra la posizione -30 alla -80 in base alla gravità della penalizzazione stessa. Per risolverla dobbiamo eliminare la sovra-ottimizzazione dei link.

S.E.O. Search Engine Optimization

3. Megamenù

Anche questa è di tipo automatico. Si subisce quando la struttura di un sito web è poco chiara o poco organizzata dal punto di vista logico e semantico oppure quando è utilizzato un menù **ajax** con moltissime voci, il classico megamenù solito dei portali turistici, usato per inserire una lista di chiavi molto ottimizzate. Per risolvere il problema basta risistemare il menù con categorie, sottocategorie ecc.

S.E.O. Search Engine Optimization

4. Boilerplate

È una penalizzazione algoritmica di tipo manuale. La subiamo quando nel nostro sito ci sono elementi superflui ripetuti tra le pagine. Per esempio, il testo della privacy ripetuto in tutte le pagine del sito. Google consiglia di creare una pagina con la privacy e linkarla dalle pagine del sito. Questa penalizzazione è nata per punire chi utilizzava parti del sito o il footer, per inserire molto testo e, quindi, parole chiave o link a siti esterni o al proprio sito. Dopo ripristinata la situazione si può uscire dalla penalizzazione nel giro di 48 ore.

S.E.O. Search Engine Optimization

5. Tag excess

Come si può intuire dal nome è causata da un eccesso di **tag**. È di tipo automatico. Solitamente colpisce i Blogger i quali creano molte pagine per farle indicizzare da Google. Il problema principale è che queste **tag** creano contenuto duplicato. Solitamente non bisogna superare il 15/20% di **tag** rispetto al contenuto.

Si esce dalla penalizzazione dopo due/tre settimane e non è necessario fare la richiesta di inclusione.

S.E.O. Search Engine Optimization

6. Penalizzazione da eccesso di Backlink

Questa penalizzazione automatica l'abbiamo quando facciamo crescere i backlink in modo non troppo spontaneo, cioè, quando in un breve arco di tempo arrivano, sempre con lo stesso anchor text, backlink in grande quantità.

Per non cadere in questa penalizzazione dobbiamo:

- variare l'anchor text usando parole chiave diverse;
- far arrivare i backlink in modo graduale e non solo per un breve periodo.
- facendo pervenire i backlink da siti che non hanno mai linkato il vostro sito.

La penalizzazione si risolve andando a rimuovere i backlink ricevuti in precedenza.

S.E.O. Search Engine Optimization

7. Fluttuazioni sinusoidali

Non si tratta di una vera penalizzazione ma una sorta di limbo in cui viene fatto cadere il sito. Questo particolare comportamento porta al sito una forte variazione di accessi da un giorno all'altro. Le cause possono essere molteplici e diverse tra loro.

La soluzione per risolvere questa penalizzazione di tipo automatico è quella di aumentare la popolarità creando contenuti unici e originali, backlink di qualità e da siti diversi, e non solo per un breve periodo.

S.E.O. Search Engine Optimization

8. Penalizzazione per avvicinamento a risorse Spam

È una penalizzazione di tipo automatico. Si cade in questa penalizzazione quando il nostro sito presenta link che portano a siti non di qualità come i siti porno e a siti di SPAM. Il Bad Rank è un filtro molto potente e davvero efficace che assegna un punteggio negativo a pagine che attraverso i link portano a questi siti. Perciò è molto importante stare attenti ai siti che linkiamo e a quelli che linkano il nostro sito. Per risolvere questa penalizzazione basta rimuovere i link in questione e ottenere dei link da siti di qualità (Trust Rank)

S.E.O. Search Engine Optimization

9. Vendita di Backlink

È una penalizzazione di tipo automatico. Questa penalizzazione porta alla perdita di 2/3 punti dal PR. Pratica che andava molto in uso negli anni passati. Oggi la compravendita ha perso molto valore. C'è da dire che, anche se si ha un abbassamento del PR, la maggior parte delle volte non si ha una vera e propria perdita di posizione e di calo di traffico.

S.E.O. Search Engine Optimization

10. Contenuti duplicati

Sono uno dei problemi attualmente più diffusi, sia per i webmaster che per i motori di ricerca. I webmaster creano a volte contenuti rivisitati e modificati per non apparire duplicati. D'altro canto, i motori di ricerca, cercano di presentare nei risultati contenuti più originali possibili, filtrando e penalizzando i contenuti duplicati. Oggi i motori di ricerca sono in grado di sapere chi è l'originale. Nel far questo i motori cercano di far uscire la fonte autorevole e, laddove possibile, quella più originale.

Alla luce di ciò dobbiamo verificare che qualcun altro non copi i nostri contenuti.

C'è da dire che copiare i contenuti di altri non porta alcun beneficio.

S.E.O. Search Engine Optimization

***SEO vs SMO,
QUALE SCEGLIERE?***



S.E.O. Search Engine Optimization

Il **SEO** si basa pesantemente sulla costruzione di link (**Link Building**).

Il numero di link in entrata di un sito web determina la sua popolarità (**Link Popularity**) e influenza il posizionamento nei risultati di ricerca.

Dunque, più è alto il numero dei link più migliora la posizione del nostro sito/blog nel motore di ricerca.

S.E.O. Search Engine Optimization

Lo **SMO** si basa sul voto.

Quando condividi un articolo nei Social Network, gli utenti hanno la possibilità di votare (Mi piace) e condividere il tuo articolo ulteriormente.

Se il contenuto è interessante più persone voteranno a favore e la sua diffusione sarà molto rapida.

Questo fa aumentare ulteriormente la popolarità del contenuto stesso nei motori di ricerca.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il SEO: dipende molto da elementi presenti **On Page**, cioè sul nostro sito, come:

-  **Tag del titolo**
-  **Descrizione**
-  **Titolo del post**
-  **Titoli delle immagini**
-  **Tag alt nelle immagini**
-  **Il testo in grassetto**
-  **La densità delle parole chiave del contenuto**
-  **Tag nelle Immagini e file allegati**

Ciò avviene perché i *crawler* dei motori di ricerca postano maggiore importanza a questi elementi

S.E.O. Search Engine Optimization



ELEMENTI DELLA PAGINA (On Page)

S.E.O. Search Engine Optimization

Il **SMO**: a sua volta, dipende dalle Tag (Keywords) che si utilizzano per il contenuto in quanto gli utenti le utilizzano per leggere le informazioni sui **Social Network**.

Su facebook, linkedin, Youtube ecc. oltre che sul testo le **tag** possono essere utilizzate sulle foto e sui video.

Su Twitter vengono utilizzati gli # (**ashtag**) per richiamare determinati post e le @ prima nel nome_utente per comunicare con lui.

S.E.O. Search Engine Optimization

SEO: richiede l'uso di **parole chiave** pertinenti all'interno del titolo dei post. Questo perché gli spider dei motori di ricerca danno **maggiore importanza ai titoli che in teoria aumenterebbero ulteriormente la pertinenza del contenuto.**

S.E.O. Search Engine Optimization

S.M.O.: richiede di scrivere **titoli originali e interessanti**, al fine di attirare l'attenzione degli utenti e spingerli a scegliere il tuo post. Non è necessario includere le parole chiave, ma è necessario renderlo interessante.

S.E.O. Search Engine Optimization



I TITOLI DEI CONTENUTI

S.E.O. Search Engine Optimization

I contenuti SEO: anche se devono essere rilevanti per gli utenti, devono anche soddisfare gli spider dei motori di ricerca. Ciò significa che, anche se un contenuto ha un pubblico di utenti umani, deve soddisfare le esigenze di entrambi. L'obiettivo principale del contenuto è di classificarsi bene nella **SERP** a volte anche a discapito di una lettura poco pulita.

S.E.O. Search Engine Optimization

Il contenuto **SMO:** è destinato solo a utenti umani. Anche se non includi parole chiave, deve essere abbastanza interessante per attirare gli utenti a leggere il tuo post.

S.E.O. Search Engine Optimization



ANALISI

S.E.O. Search Engine Optimization

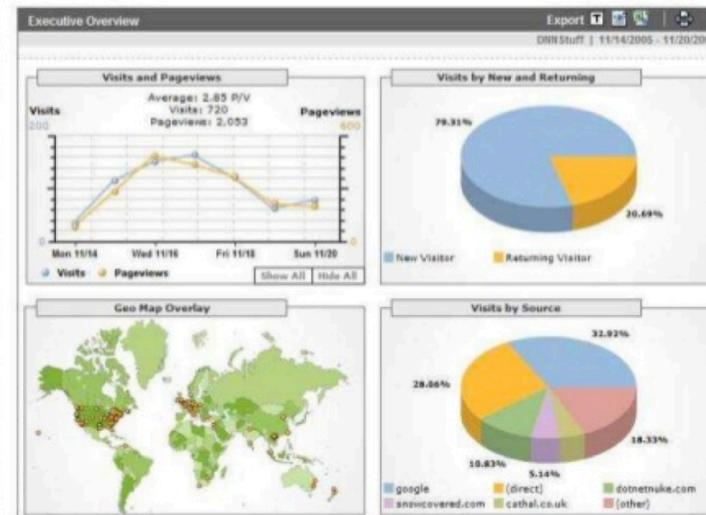
I risultati **SEO**:

devono essere analizzati per determinare le parole chiave pertinenti, e per capire quali cambiamenti hanno un impatto sul posizionamento del sito nei risultati dei motori di ricerca.



S.E.O. Search Engine Optimization

Un'analisi dei contenuti **SMO**: è tenuta solo a determinare quale tipo di contenuto è più popolare tra il pubblico.

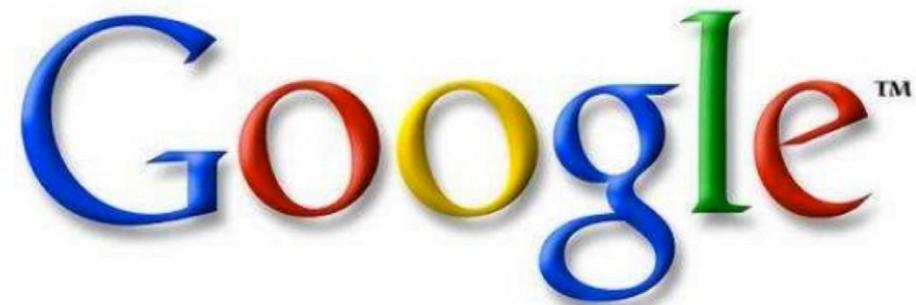


S.E.O. Search Engine Optimization

Bisogna seguire le attività di SEO e SMO contemporaneamente e sfruttare entrambi per rafforzare la posizione e la credibilità del sito web.

Il SEO abbinato al SMO può portare traffico sostanziale e far avere al tuo sito web un enorme successo.

S.E.O. Search Engine Optimization



**STRUMENTI UTILI
PER LAVORARE**

S.E.O. Search Engine Optimization

Gmail: è un **servizio webmail gratuito**, basato sulla ricerca, che unisce le migliori funzioni della posta elettronica tradizionale alla tecnologia di ricerca di Google. Gmail rende la localizzazione dei messaggi così semplice che non avrai più problemi di congestione nella tua posta in arrivo. Oltre a fornire un modo completamente nuovo di leggere e organizzare i messaggi, **Gmail ti offre quantità enormi di spazio di archiviazione**, quantità che continuano ad aumentare. Inoltre, fattore più importante, **è gratis**.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Immagini: puoi ricercare e **scaricare immagini** che servono per arricchire i tuoi post.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Drive: è un'applicazione che ti consente di avere uno **storage di documenti** (di diverso genere dal formato di tipo "word", ai fogli excel, alle immagini ecc) direttamente online senza la necessità di spostarli con una chiavetta USB. Attraverso l'accesso con account google, puoi creare i tuoi file e tenerli archiviati organizzandoli in cartelle, potendovi **accedere da qualunque postazione computer tu ti colleghi**. Drive ti permette anche di lavorare simultaneamente a distanza, contemporaneamente sullo stesso documento con più persone: a seconda dei livelli di permessi che concedi sul documento, questo può essere solo visto o commentato oppure modificato. **Puoi renderli pubblici** e ottenere il link per permettere ai tuoi lettori di scaricare le tue risorse.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Calendar: Con google calendar è facile organizzare tutti gli eventi importati della propria vita privata. Si possono **aggiungere eventi ed inviare inviti** senza alcuna difficoltà, ed è persino possibile condividere il proprio calendario con amici e parenti in modo da poter organizzare eventi sociali a cui nessuno dimenticherà di partecipare.

È possibile creare eventi per una particolare data, ed inoltre si può chiedere a google calendar **di ricordarci dell'evento stesso per mezzo di email**. Ovviamente è possibile impostare anche un luogo associato all'evento, in questo caso si utilizza google maps che vi mostrerà andandovi in un piccolo riquadro una mappa tramite cui è facile capire come arrivare.

S.E.O. Search Engine Optimization

Blogger: è un **servizio di blogging** attualmente gestito da Google in maniera totalmente **gratuita**. A differenza di *Wordpress* e *Joomla!*

Blogger è una piattaforma di blogging puro, ossia non presenta database importanti quali MySQL (come invece accade su Joomla! o Wordpress)

Blogger è comunque uno strumento molto valido per "bloggers" alle prime armi: permette infatti di postare, oltre al testo, anche immagini, video e gallerie. Grazie all'ottima gestione dei permessi Blogger permette di postare contemporaneamente a più autori creando così vere e proprie rubriche on line.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Sites

Con Google Sites è possibile:

convergere documenti, video, calendari, presentazioni, immagini e allegati in un unico punto. Puoi decidere di condividerli con un gruppo ristretto di persone o con tutti.

E inoltre:

- creare un sito web;
- aggiungere e modificare pagine autonomamente
- inserire immagini, video, mappe e moduli
- Incorporare fogli di lavoro, calendari e altri documenti Google
- personalizzare il layout
- Condividere il sito internamente o esternamente

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Webmaster Tools: Gli strumenti per i webmaster di Google, sono l'equivalente di un meccanico che segue un'auto ogni giorno, a differenza che ciò avviene per i siti web. **Puoi individuare i collegamenti interrotti, i malware e scoprire quali termini di ricerca portano alle tue pagine, anche con le statistiche dei clic.** Questa risorsa controlla anche la **velocità del sito web** e ti dice, in caso lo sia, perché è troppo lento.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Traffic Estimator: Se vuoi conoscere il **dato di traffico sulle nuove parole chiave** utilizzate tramite Google Adwords, devi imparare a usare la funzione messa a disposizione da questo strumento di Google.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Keyword Tool: è lo Strumento per **valutare e capire quali parole chiave utilizzare**. È come Traffic Estimator, ma da un punto di vista differente. Alcune persone preferiscono questo, altri preferiscono l'altro.

Ti consiglio di provarli entrambi e vedere con quale ti trovi meglio.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Trends: permette di **confrontare il traffico di alcuni termini di ricerca più conosciuti e di siti web**. In questo modo è possibile determinare se un argomento è in aumento in popolarità o meno. Funziona molto bene in combinazione con *Google Zeitgeist* e *Google Insight* per la ricerca.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Explore: permette di conoscere quali sono state le **chiavi più ricercate ed in crescita per una determinata categoria**. Inoltre consente di ricercare anche per una determinata città.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Hottrends: disponibile solo per gli Stati Uniti e l'India, Giappone e Singapore, mostra le **ricerche più importanti della giornata**.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Suggest: suggerisce una serie di keywords per completare la ricerca sulla base delle ricerche eseguite dagli utenti. Se è attivo il servizio *Google Instant* che cerca mentre digitiamo la query, limita Google Suggest a soli quattro risultati.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google AdWords: è la piattaforma pubblicitaria di Google che permette la **pubblicazione di annunci testuali, immagini e video sulle pagine dei risultati di ricerca e sui siti della rete di contenuti Google.**

AdWords ha rappresentato, nel corso degli ultimi anni, una vera e propria innovazione nell'ambito della pubblicità online. Parallelamente, anche la notorietà di Google, in qualità di motore di ricerca (utilizzato dal 94% dei navigatori italiani, fonte: Ricerca SEMS/Netxplora 2007), ha contribuito alla popolarità della sua piattaforma pubblicitaria.

S.E.O. Search Engine Optimization

AdWords offre innumerevoli opportunità dal punto di vista della visibilità. Tutto ciò è possibile grazie a due opzioni principali (su cui possono essere fatte delle personalizzazioni al livello avanzato): **targeting per parole chiave**: gli annunci vengono visualizzati per le parole chiave scelte, sia quando sono ricercate su Google che quando sono attinenti con il contenuto della pagina di uno dei siti della Rete di Contenuti Google.

targeting per posizionamento: gli annunci vengono visualizzati sui siti che fanno parte della Rete di Contenuti, sulla base di quelli specificati durante l'impostazione della campagna. Grazie ai due sistemi appena citati è quindi possibile raggiungere solo navigatori realmente interessati ai propri prodotti e servizi (da qui il termine "targeting").

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Ad Planner: è un servizio gratuito offerto da Google che permette di **effettuare ricerche ottimizzate per la realizzazione di un piano media**, utile ad individuare le proprietà online (principalmente, i siti web) su cui è più opportuno effettuare un investimento pubblicitario in base alle proprie esigenze..

S.E.O. Search Engine Optimization

Google AdWords Express: AdWords Express è concepito per semplificare al massimo la promozione della tua attività commerciale locale. Offre i vantaggi della pubblicità online, che permette di raggiungere i clienti interessati alla tua attività senza dover gestire gli annunci né effettuare altre attività quotidianamente. I tuoi potenziali clienti cercano già su Google i prodotti e i servizi che offri. Con AdWords Express puoi aiutarli a trovare la tua attività locale pubblicando annunci su [Google](#) e [Google Maps](#).

Per iniziare a utilizzare AdWords Express bastano pochi minuti: scrivi un [annuncio](#) per la tua attività, definisci il [budget](#), scegli una [categoria](#) e Google genererà un elenco di [parole chiave](#) correlate a tale categoria. Una volta terminata la configurazione iniziale, AdWords Express gestirà i tuoi annunci automaticamente.

Quando i clienti del quartiere cercano prodotti o servizi correlati alle tue frasi di ricerca su Google o Google Maps, il tuo annuncio potrebbe essere pubblicato accanto, sopra o sotto i risultati di ricerca insieme all'indirizzo e al numero di telefono della tua attività. Pagherai solo quando un utente farà [clik](#) sul tuo annuncio e potrai modificare o disattivare il tuo annuncio in qualsiasi momento aprendo il tuo [account AdWords Express](#).

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Analytics: E' il servizio gratuito di statistiche di Google che consente di **monitorare, in modo dettagliato, le visite di ogni sito**. Mi permette di visualizzare da dove sono arrivati gli utenti (ad esempio se le visite sono dirette o se sono state indirizzate da un motore di ricerca), da quale luogo geografico provengono e tante altre informazioni utili ad analizzare le potenzialità del sito web.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Adsense: è il programma pubblicitario creato e gestito da Google che **consente di guadagnare** esponendo annunci testuali, banner pubblicitari ed altre forme di advertising nei propri siti.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Alerts: È un servizio che permette di **ricevere direttamente sulla propria mail tutti gli aggiornamenti recenti** legati a uno o a più argomenti che vengono indicizzati sul motore di ricerca.

Fanno parte quindi sia tutti i contenuti web, ma anche le notizie.

S.E.O. Search Engine Optimization

Picasa: è un software completamente gratuito di Google che vi permette di **organizzare in maniera semplice e veloce le foto ed immagini presenti sul vostro PC**. Una volta che avrete scaricato e lanciato il programma, potrete scegliere le cartelle dove **Picasa** eseguirà la scansione, per i formati che vi sarà chiesto di indicare.

Ovviamente potrete fare una scansione di tutto il sistema, in modo da poter visualizzare ogni immagine e foto presenti sul computer. Una volta che **Picasa** avrà individuato i file, potrete ordinarli in album, una sorta di **Playlist di immagini**, che non occupa ulteriore spazio sul vostro PC. Gli album potranno essere ordinati in base a vari fattori, ad esempio la data in cui sono state scattate, o addirittura grazie alla tecnologia di riconoscimento volti, potrete organizzarle in base alle persone presenti nella foto.

S.E.O. Search Engine Optimization

E' possibile **effettuare semplici modifiche alle vostre fotografie, come eliminare gli occhi rossi, ritagliarle, o aggiungervi un testo.** Potrete, inoltre, scegliere dodici effetti da applicare alle foto, tra cui il seppia ed il bianco e nero.

Una volta modificate, potrete inviarle a parenti ed amici con un solo Click. Potrete condividere sul web interi album, per poi inviare una mail di invito con il relativo link ai vostri amici, oppure inviare le foto selezionate via e-mail.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Places: è una **pagina di presentazione di un luogo/azienda su Google**. Questa pagina compare nei risultati di ricerca collegati a luoghi. Gli utenti che la visualizzano hanno la possibilità di avere informazioni dettagliate sul luogo/azienda d'interesse e inoltre hanno la possibilità di lasciare un giudizio (scrivendo un commento o con il classico sistema delle stelline). Tutti i luoghi di **Google Places** compaiono con grande evidenza nei risultati di ricerca collegati a un luogo e su **Google Maps** (come nell'esempio qui sotto). Ovviamente preferenza hanno i luoghi che hanno suscitato maggiore interesse e migliori giudizi.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Apps: Google Apps è una suite di applicazioni Google che riunisce servizi essenziali utili per la tua azienda. Si tratta di un **servizio ospitato che consente ad aziende, scuole e istituzioni di utilizzare diversi prodotti Google, fra cui Email, Google Documenti, Google Calendar e Google Talk, in un unico dominio** (ad es. www.tuasocietà.it).

S.E.O. Search Engine Optimization

Ad esempio, se possedessi il dominio *example.com* ed effettuassi la registrazione ai servizi Google Apps, chiunque presso la tua organizzazione avrebbe a disposizione:

- ***Un indirizzo email personalizzato (utente@example.com)***
- ***strumenti di elaborazione testo***
- ***fogli di calcolo e presentazioni***
- ***un sistema di calendario condiviso***
- ***strumenti per la creazione di pagine e siti web per la tua azienda***
- ***Accesso a un sistema intranet flessibile***
- ***e molto, molto altro***

S.E.O. Search Engine Optimization

Che differenza c'è tra un account Google e un account Google Apps?

Un **account Google** è un sistema di accesso unificato che consente di accedere a una serie di prodotti Google gratuiti per gli utenti amministrati da Google, come *Gmail*, *Google Gruppi*, *Google Shopping List*, *Picasa*, *Cronologia web*, *iGoogle* e *Google Checkout*.

Google Apps consente l'accesso a prodotti *forniti da Google* ma amministrati da un'organizzazione.

S.E.O. Search Engine Optimization

Google Zeitgeist: non è uno vero e proprio strumento in senso stretto, ma si può utilizzare per la ricerca di parole chiave. In realtà, **mostra le query più popolari**, in modo da diventare un buon punto di partenza per una campagna **SEO**. Puoi prendere le parole chiave popolari di Zeitgeist e verificare alcune frasi che li contengono, utilizzando sempre gli altri strumenti di questo elenco.

S.E.O. Search Engine Optimization

**ALTRI STRUMENTI
GRATUITI**

S.E.O. Search Engine Optimization

Directory: sono dei **veri e propri cataloghi web**, grazie alle quali è possibile per gli utenti fare delle **ricerche navigando per categorie predefinite**. Le directory, quindi, funzionano un po' come i motori di ricerca, sebbene tra le due “modalità” esistono delle differenze che le distinguono nettamente. La prima e forse più importante diversità risiede nel fatto che le directory sono gestite direttamente da persone che ne curano la fase di inserimento ed aggiornamento. I più importanti motori di ricerca, Google in testa, tengono in particolare conto i siti inseriti nelle directory più importanti.

S.E.O. Search Engine Optimization

Link Popularity Fornisce un **riepilogo completo del link popularity del proprio sito**, tra cui: backlink, i siti indicizzati e una pagina di informazioni sul posizionamento.

BackLinkWatch: Questo strumento genera un **elenco completo dei backlink del proprio sito**, mostrando il legame effettivo, il testo di ancoraggio utilizzato e il **Page Rank** dei backlink.

MultiRank Checker: Un tool in cui **digitando fino a 10 diversi domini, si avrà una classifica con tutti i risultati**. Un grande strumento per risparmiare tempo e utile per il controllo della concorrenza.

S.E.O. Search Engine Optimization

RankTracker: Ti permette di **sapere il posizionamento nei motori di ricerca delle pagine e delle parole chiave, e consente di memorizzarle per un successivo confronto.** È anche possibile iscriversi per ricevere degli avvisi di notifica ogni qual volta ci saranno dei cambiamenti in classifica.

Rank Checker: Uno strumento semplice ma molto utile che ti **mostra il posizionamento nei motori di ricerca per ogni parola o frase.** I risultati saranno per *Google, Yahoo!, E Bing.*

Page Keyword Analyzer: **Analizza le parole chiave mirate per verificare se le pagine sono completamente ottimizzate.** Basta digitare la parola chiave e l'URL della pagina per ricevere un rapporto completo.

S.E.O. Search Engine Optimization

Keyword Discovery: Strumento che **suggerisce le parole chiave ideali per la ricerca di alternative per le parole chiave esistenti**, o per scoprire le parole chiave meno competitive e frasi di destinazione per il proprio sito.

Google Webmaster Tools: Una ricchezza di informazioni per **analizzare la propria classifica, i backlink, la velocità di scansione** e molto altro ancora. Tutto ciò che serve per iniziare è un account Google.

SEO for Firefox: Se utilizzi il browser *Mozilla Firefox*, allora questa estensione per il SEO è un must. Lo strumento **consente di visualizzare una serie di dati, compresi page rank, info backlink e l'età del dominio**. Uno strumento utile per la ricerca competitiva, che ti aiuterà a prendere decisioni sul SEO.

S.E.O. Search Engine Optimization

Social Bookmarking: sono dei **social** dove si può inserire il sito/blog.

Directories: è praticamente un **motore di ricerca per categorie**. Qui si può inserire il sito per argomento.

Aggregatori di Blog: in questi siti si può **inviare il Blog** per essere inseriti nel loro elenco. Ti chiederanno in cambio di inserire un link o un banner nel tuo blog.

S.E.O. Search Engine Optimization

Aggregatori di FEED: RSS - acronimo di *Really Simple Syndication* - è un formato per la **diffusione di contenuti tramite Internet**.

I **feed RSS** (noti anche come **feed XML** o **feed Web**) includono il contenuto aggiornato di frequente e pubblicato da un sito Web.

Oltre che tra i più importanti siti di informazione, i servizi RSS sono molto diffusi fra chi gestisce blog o siti amatoriali e tematici e per la **distribuzione di diversi tipi di contenuto digitale, incluse immagini, audio o video**. In questi siti puoi inserire i FEED RSS e questi verranno letti da chi si iscrive al tuo “abbonamento”.

S.E.O. Search Engine Optimization

Social Photo in questi siti puoi **condividere immagini, come in Flickr, Panoramio, Picasa...**

Social PDF-Ppt sharing: in questi siti puoi **condividere ebook e ppt**, che sono particolarmente efficaci e importanti per un buon lavoro di SEM, ad esempio Slideshare.

Social video: in questi siti puoi **condividere i video** importantissimi per effettuare una campagna di *viral marketing* ad esempio *YouTube e Vimeo*.



**"Imparare senza pensare
è tutta fatica sprecata;
pensare senza imparare
è pericoloso"**

Confucio