

Pubblicizza la tua attività in Google nella sezione gratuita di Google

(SEO, Search Engine Optimisation)

Salire la classifica della “SEZIONE GRATUITA” di Google è davvero una IMPRESA!

Con il tempo Google ha modificato le regole. Prima “molti furbi” riuscivano a inserirsi in alcune pecche esistenti in Google per salire la classifica.

Ora, con il cambiamento delle regole, questo è diventato molto difficile.

Ora, dipende essenzialmente da questo:

- ESSERE “LINKATI” DA QUANTI PIU’ SITI E’ POSSIBILE E, SOPRATTUTTO, DA SITI AVENTI PAGERANK ALTI

Cosa vuol dire?

In parole povere vuol dire che il nostro Page Rank (quindi la nostra classifica in Google da 0 a 10) deriva da diversi fattori. Il fattore principale però aumenta in maniera direttamente proporzionale al fatto che il link al nostro sito è presente in siti importanti e con Page Rank, quindi, alto.

Se ad esempio, un link al nostro sito è presente nella Home Page di Repubblica.it, Tgcom.it, Tiscali.it ecc.ecc. sicuramente il nostro link sale nella classifica del Page Rank.

Se invece siamo linkati dal sito vattelappesca.it ☺ è certo che il tuo Page Rank non migliorerà.



Maggiore sarà il Page Rank del tuo sito, più ti avvicinerai nelle prime pagine di Google nelle ricerche gratuite!

Come possiamo essere *linkati* da siti importanti?

Non è facile... Sicuramente se il nostro sito “sfonda” nel

mercato... tutto risulterà più facile.

Certamente una strada è quella di far aumentare la popolarità del sito.

Come?

Ad esempio... se il nostro sito è una Community, una strategia vincente è quella di incentivare il traffico e le iscrizioni, anche gratuite.

Quello che ti sto dicendo dovrebbe chiarirti il perché della esistenza di siti come Badoo.com. (ma anche di Kijiji.it) Tanti iscritti senza vendere nulla.

Come fanno fatturato? Qual è la loro ricchezza?

Il traffico che generano. La popolarità! Questa è la prima ricchezza in internet. Poi, il discorso si allarga.... Lo affronteremo più in là.

Per ora parliamo solo di come rendere popolare il tuo sito.

Se non proponi un sito di Community o di Servizi Gratuiti, ma vuoi vendere, come nel nostro esempio, un e-book, la strada deve essere diversa.

La prima cosa da fare è dotarsi di un software (costa circa 50 €) che in modalità semi automatica inserirà, nei siti in cui deve essere fatto, il link al tuo sito.

Questi siti quali sono e cosa sono?

Sono siti con Page Rank da 10 in giù che Google scorre prima di qualsiasi altro. La lista di questi siti è già inclusa nel software che ti indicherò. Come utilizzarlo te lo indicherò ora. Ovviamente, passo dopo passo, come sempre in questo e-book. Questo software “bombarderà” questi siti importanti inserendo il link del tuo sito. Più ne aggiornerà, più quando Google li andrà a consultare, troverà il link al tuo sito, aumentando in questo modo il tuo Page Rank.

Non è una operazione veloce. Te ne avevo già parlato. E’ una operazione lunga e faticosa. Questo software ti aiuterà. Altrimenti sarebbe impossibile!

Ecco cosa fare.

Ci sono diversi software. Alcuni potenti, altri troppo complicati, altri troppo costosi.

Io ti consiglio questo software.

WEBSITE SUBMITTER

E' in inglese, ma ti assicuro che è davvero semplicissimo usarlo.

Vai al seguente sito:

<http://www.submitsuite.com/>

In prima battuta a noi interessa: **Website Submitter**.



SUBMIT SUITE

Home Services Products Download Purchase Support

Need More Visitors?

Submit your website to 3500+ directories and 600+ article directories!

Article Submitter
Watch a video Demo!

Article Submitter

- Article Submitter submits your article to **650+ article directories** quickly and easily. Gets accurate **article placement** using our semi-automatic **submission tool** to the most current list of article directories and focus on writing content, not submitting it.
- Fast semi-automatic submission.
- Submit to 650+ article directories.
- Author profiles automatic creation.
- Up to date list of directories.
- Reuse your existing author profiles.

Download | Buy Now

Website Submitter
Watch a video Demo!

Website Submitter

- Website Submitter submits your website to **4000+ directories** increasing your ranking in search engines using back links. Website Submitter helps you **gain important links** by submitting your sites to important web directories as well as search engines.
- Fast semi-automatic submission.
- Submit to 4000+ directories.
- Increase search engine traffic.
- Up to date list of directories.
- Get backlinks from directories.

Download | Buy Now | Video

Website Popularity
Watch a video Demo!

Website Popularity

- Website Popularity is a powerful and easy to use utility that instantly **generates reports** showing the number of indexed pages your site has on major search engines including Google, Yahoo, MSN, and important directories like DMOZ or Google Groups.
- Fast page strength calculation.
- 34 popularity criterias checked.
- Indexed pages in 5 search engines.
- IBL-s in 8 search engines.
- Graphical popularity statistics.

Download | Buy Now | Video

Clicca su **“Download”** e scarica il programma. Successivamente installalo ed esegilo.

Cliccando su **“Video”** vedrai una demo su come utilizzare il programma, davvero molto esaustiva.

Cliccando su **“Buy Now”** (Compra Ora) potrai acquistare il software.

Il programma di cui ti sto parlando costa **45€**. Soldi ben

spesi...



VIDEOCORSO: al seguente indirizzo

<http://www.guadagnasoldionline.com/download>

troverai il **videocorso di WebSite Submitter**.



Troverai 2 versioni. La prima è quella in versione “VIMEO” con una risoluzione minore (ma con uno streaming impeccabile), la seconda è in versione “FLASH HQ (alta qualità)”. Se hai una connessione internet non eccelsa, per la seconda versione devi attendere qualche secondo in più (e in questo caso, per una fruizione corretta del contenuto multimediale, ti consiglio di far scaricare completamente il file prima di eseguire la riproduzione).



Ti consiglio di utilizzare sia lo strumento cartaceo (l'e-book) sia quello visivo (il videocorso) per un apprendimento più rapido e corretto di Zencart.

Imparato ad utilizzare WebSite Submitter potrai inserire qualsiasi campagna SEO applicandola a ciò che effettivamente vorrai vendere.

Vediamo i vantaggi di questo software (o di software di questa tipologia).

WebSite Submitter ha già la lista completa dei server che devi aggiornare.

I server da aggiornare sono ordinati e possono essere ordinati per PageRank (molto utile).

La procedura è semi-automatica. Per alcuni siti è davvero banale ed automatico. In altri casi dovrai intervenire manualmente, in quanto questi siti pretendono una iscrizione.

Ovviamente il software che ti consiglio di utilizzare ti aiuterà anche in questa operazione manuale, aggiornando i campi (dove è possibile) e quindi facilitandoti il compito.

Purtroppo questo lavoro è davvero dispendioso.

Ma non hai altra strada. Devi aggiornare questi server.

Solo inserendo il link del tuo sito e quindi facendo conoscere il tuo sito, ai maggiori server mondiali (dove Google attinge), puoi risalire la classifica del Page Rank e della popolarità del tuo sito.

Solo aggiornando i server che Google utilizza per creare le sue classifiche potrai sperare di raggiungere il tuo scopo.

Come potrai intuire questa è una operazione **lunga e faticosa. E i primi risultati non sono immediati.** Ci vogliono mesi, molti. Ma se dovessi riuscire a risalire la classifica la soddisfazione sarebbe enorme e il risparmio a cui andrai incontro sarà notevole.



Ma ricorda. Non può bastarti. Non potrai coprire tutte le parole chiavi che invece una campagna ben strutturata con Google Adwords può farti raggiungere.



Io ti consiglio di fare **entrambe le cose**.

Un giusto equilibrio tra un investimento ben fatto in Google Adwords e una buona campagna SEO porterà visibilità al tuo sito e a tuo business.

Ma per una buona campagna SEO non basta ancora.

Devi fare alcune altre “piccole cose”.

Una di queste è la mappa del tuo sito.

MAPPA DEL TUO SITO.

Google “scannerizza di continuo” tutti i server presenti su internet. E prima o poi arriverà anche al tuo. E leggerà le informazioni che deve prendere per inserirti nelle sue liste, per poi rispondere alle ricerche che i navigatori internet fanno.

E’ importante quindi che te **collabori con Google**.

Nel prosieguo di questo capitolo ti indicherò come ottimizzare le tue pagine per migliorare il tuo Page Rank e renderlo più apprezzato a Google.

Di sicuro, se Google trova la mappa del tuo sito già bella e pronta, faciliti il suo lavoro, Google apprezza e, di sicuro, ti ricompensa.

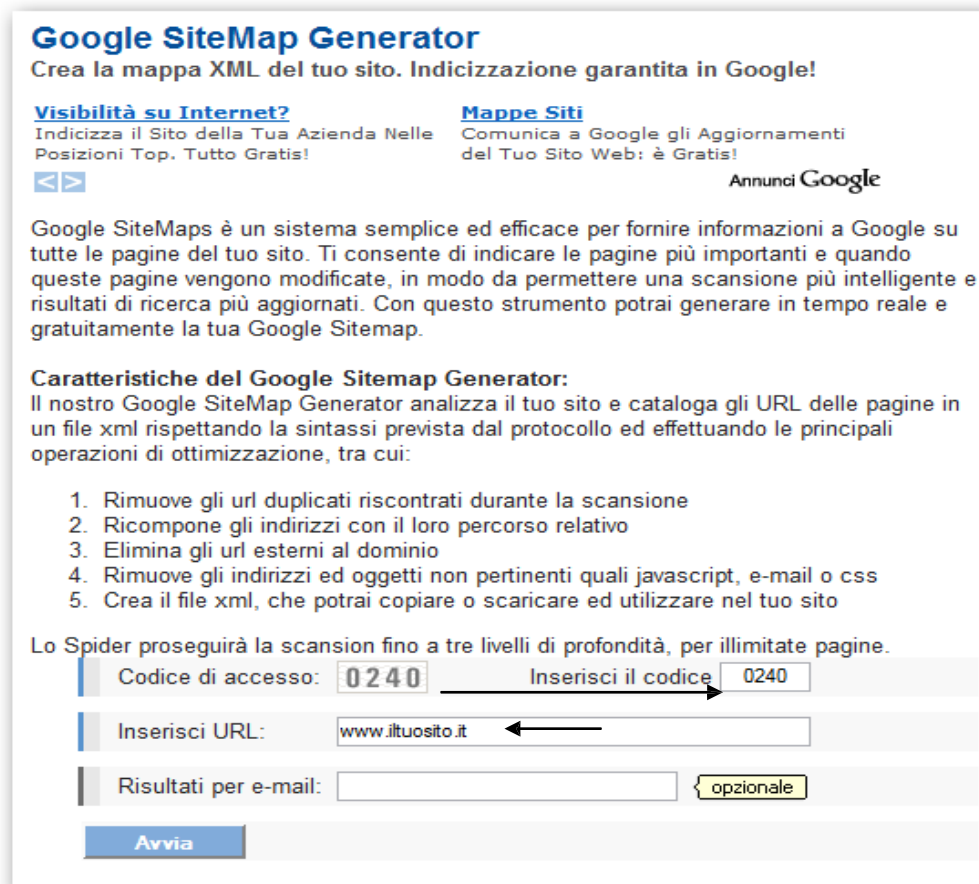
Quindi, facciamogli trovare la mappa del tuo sito!

Come fare?

Ecco cosa devi fare, è molto semplice.

Vai al seguente indirizzo internet:


<http://www.tuttowebmaster.eu/seo/google-sitemap-generator.php>



Google SiteMap Generator
Crea la mappa XML del tuo sito. Indicizzazione garantita in Google!

Visibilità su Internet?
Indicizza il Sito della Tua Azienda Nelle Posizioni Top. Tutto Gratis!

Mappe Siti
Comunica a Google gli Aggiornamenti del Tuo Sito Web: è Gratis!

 **Annunci Google**

Google SiteMaps è un sistema semplice ed efficace per fornire informazioni a Google su tutte le pagine del tuo sito. Ti consente di indicare le pagine più importanti e quando queste pagine vengono modificate, in modo da permettere una scansione più intelligente e risultati di ricerca più aggiornati. Con questo strumento potrai generare in tempo reale e gratuitamente la tua Google Sitemap.

Caratteristiche del Google Sitemap Generator:
Il nostro Google SiteMap Generator analizza il tuo sito e cataloga gli URL delle pagine in un file xml rispettando la sintassi prevista dal protocollo ed effettuando le principali operazioni di ottimizzazione, tra cui:

1. Rimuove gli url duplicati riscontrati durante la scansione
2. Ricomponi gli indirizzi con il loro percorso relativo
3. Elimina gli url esterni al dominio
4. Rimuove gli indirizzi ed oggetti non pertinenti quali javascript, e-mail o css
5. Crea il file xml, che potrai copiare o scaricare ed utilizzare nel tuo sito

Lo Spider proseguirà la scansione fino a tre livelli di profondità, per illimitate pagine.

Codice di accesso: Inserisci il codice

Inserisci URL:

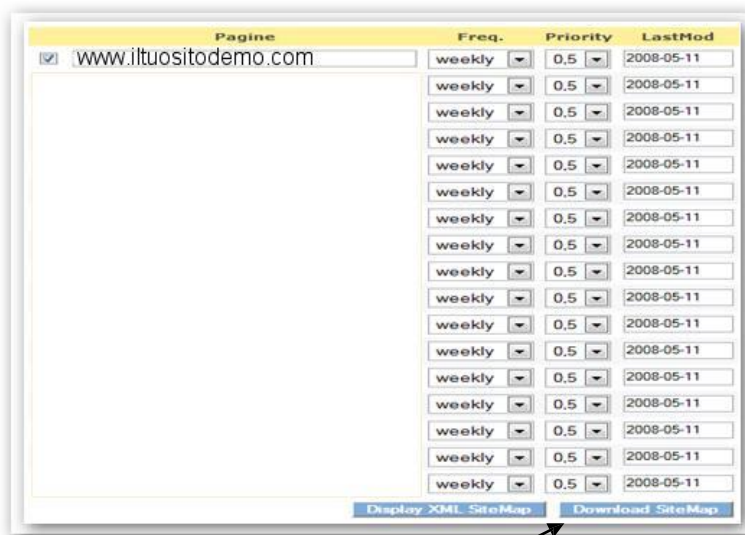
Risultati per e-mail: opzionale

Avvia

Inserisci il **codice di verifica**.

La **URL del tuo sito** e clicca sul bottone “**Avvia**”.

Avrai una pagina di risposta “tipo questa”:



A questo punto clicca sul bottone in basso a destra
“**Download SiteMap**”

Otterrai un file (che dovrai scaricare sul tuo pc) chiamato:

www.iltuositodemo.com/sitemap.xml

In questo file c'è la mappa del tuo sito in formato xml.

Rinomina il file estratto nel semplice nome: **sitemap.xml**

Ora devi inserirlo sul server del tuo sito (su Aruba) e precisamente nella root. Quindi provvedi a scaricare questo file sulla root del tuo sito (tramite ftp, ricordi? Capitoli 2 e 3).

Ma non basta.

Ora devi anche inserire l'informazione che indica dove è presente questo file, in modo che Google possa ritrovarlo subito.

Sempre nella root del tuo sito crea, se non è presente il file

robots.txt

in cui devi inserire (o aggiungere se è già presente e contiene altre informazioni) la seguente riga:

Sitemap: <http://www.iltuositodemo.com/sitemap.xml>

(e quindi [http://\[IL_TUO_SITO\]/sitemap.xml](http://[IL_TUO_SITO]/sitemap.xml))

Per fare questo utilizza un qualsiasi programma di gestione testo (come ad esempio notepad.exe o notepad++).

Con questa operazione Google saprà esattamente come è strutturato il tuo sito e ti “ringrazierà” ...

Ora però, concentriamoci su come ottimizzare le tue pagine, per far sì che la “visita” di Google sia proficua e faccia migliorare il tuo Page Rank.

Le **informazioni** che ora ti darò sono prevalentemente **tecniche**.

Se riuscirai ad applicarle avrai sicuramente ottimi risultati!

OTTIMIZZA LE PAGINE DEL TUO SITO.

Sapere come e cosa Google cerca all'interno del suo indice, può aiutare il navigatore a formulare meglio le query.

Le informazioni contenute in questa sezione sono soggette a cambiamenti repentini senza preavviso.

Prima di mettere in pratica questi consigli è bene cercare di verificare quali siano le attuali voci di corridoio su come Google crei il suo indice.

In ogni caso, il confine tra il Search Engine Optimization (SEO) e cercare di barare, è molto fine. Visto che la pena è l'esclusione dagli indici di Google, il mio primo consiglio è di cercare di stare sempre dalla parte della ragione, che è quella di Google. Usa quindi il buon senso.

Alcune delle soluzioni proposte in questa sezione richiedono una conoscenza abbastanza approfondita di argomenti come **HTML** e **web-server**; ti consiglio di fare dei back-up prima di apportare qualunque modifica.

Il tag <title>

Le informazioni contenute nel tag

`<title></title>`

sono molto importanti. Cerca di indicare chiaramente il contenuto della pagina con un titolo appropriato che contenga al suo interno le keyword importanti. Va da sé che i titoli delle pagine dovrebbero essere diversi per ogni pagina anche quando usate contenuti dinamici.

Avere un titolo uguale per tutte le schede software non ti aiuterebbe molto. Potrebbe essere più utile invece indicare il titolo del software insieme a qualche keyword.

Seguendo la medesima logica è importante che i titoli del contenuto che scrivi siano descrittivi, magari anche a discapito del sensazionalismo che potrebbero provocare. Un titolo come “Importante notizia” potrebbe attrarre molti utenti, ma a Google servirebbe a poco. Meglio qualcosa di più specifico e più ricco di keyword utili a Google.

L'HTML dei titoli

Il titolo di una pagina, di una sezione o di un paragrafo (inteso propriamente come titolo non come il tag <title>) viene solitamente indicato usando una combinazione di tag , , <i> e <u>. Questo va benissimo - come avremo modo di vedere più avanti - , ma non è la soluzione ottimale.

L'HTML prevede sei tag specifici per indicare un titolo (heading) e questi sono: <h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5>, <h6> dove <h1> è il titolo più importante e l'importanza diminuisce nei seguenti tag.

Non posso sottolineare abbastanza l'importanza di usare questi tag, in particolar modo il tag <h1>. Fallo.

Se i tag <h1...6> non soddisfano il tuo gusto estetico puoi modificarne tutti gli aspetti facilmente usando i CSS.

Per ulteriori informazioni su come usare i CSS ti consiglio:
<http://www.w3schools.com>

Il dominio

Il tipo e il nome del dominio sono fattori molto importanti.

Google dà molta importanza ai domini di secondo livello e tende a considerare poco i domini di terzo livello. Se volete una presenza importante su Internet è vitale che il vostro dominio non sia del tipo <http://www.libero.it/iltuositodemo/>, ma sia invece <http://www.iltuositodemo.com>

Altro fattore importante nella scelta del dominio è il nome. Mentre le regole di “*usability*” (**facilità d’uso**) impongono che il nome sia breve, facilmente ricordabile e possibilmente fonetico, Google pare apprezzare i nomi di domini che contengono delle keyword come ad esempio:

<http://keyword1-keyword2-keyword3.com>

A te il delicato equilibrio tra **usability** e la sempre crescente **importanza dei motori di ricerca**.

Nome della pagina

Il nome del dominio non è l'unico di cui Google tiene conto. I nomi delle pagine individuali sono molto importanti. Ad esempio la pagina **software.php?id=123** dice a Google solo che si tratta di software. Invece la pseudo -pagina **software_mio.php** da molte informazioni sul contenuto della pagina.

Questo tipo di lavoro è facile quando un sito è piccolo, ma quando si lavora con siti dinamici che rappresentano le pagine usando dei template fissi la cosa diventa difficile da gestire.

In nostro aiuto vengono il **mod_rewrite** su Apache e alcuni filtri su IIS di Microsoft.

Per fare in modo che al posto di questa pseudo-pagina, che non esiste, venga mostrata quella giusta senza tradire il nostro segreto è necessario inserire il seguente codice nel file **.haccess** di **Apache**.

(diverse versioni di Apache possono differire leggermente: leggere quindi prima la documentazione).

```
RewriteEngine on  
RewriteBase /
```

```
RewriteRule ^software_mio/?$ /software.php?id=25  
[L]
```

Ovviamente questa informazione è valida solo se usi un tuo sistema Hosting.

In testa è meglio

Google considera importante il contenuto che si trova in cima ad una pagina, quindi una **buona tecnica** è **posizionare il contenuto importante** il più in **alto** possibile.

Inoltre, Il segreto sta nel **contenuto**.

Sembra una cosa banale da dire, ma un buon sito si basa su di un buon contenuto che viene **aggiornato di frequente**. La logica che sta dietro a questo ragionamento è semplice: più contenuto avete, più pagine create e ognuna di queste

pagine è un potenziale accesso per gli utenti. Se il contenuto è fatto bene (sia dal punto di vista della qualità, sia dal punto di vista del SEO) ogni pagina non solo sarà un potenziale accesso, ma sarà anche ottimizzato rispetto ad alcune keyword.

Ma c'è di più, il contenuto che produci - articoli, recensioni, tutorial... - dovrebbe essere distribuito su quanti più siti possibili. In cambio puoi chiedere che in fondo al contenuto ci sia un link al vostro sito. Questa semplice tecnica, se eseguita bene, ti permetterà di ottenere un buon numero di link che contribuiranno ad aumentare il PR del tuo sito.

Keyword density

Uno dei metodi usata da Google per misurare l'importanza di una keyword all'interno di una determinata pagina è quello di calcolare la densità delle keyword. In altre parole: **più volte ripetete una keyword e più Google penserà che quella keyword è rilevante** all'interno di quella pagina. Anche qui Google sembra dare

maggior peso alle keyword che si trovano in cima al testo

Quindi riepilogando:

Se vuole spingere la parola “Manuale Linux” introducila nella pagina HTML quante più volte ti è possibile, all’inizio della pagina. E quindi: (seguendo il nostro esempio)

<code><title>Il Tuo Sito Demo - Manuale Linux</title></code>
<code><meta name="description" content="Manuale Linux"></code>
<code><meta name="keywords" content="manuale linux, manuale, linux"></code>

Un avvertimento: cerca di non sovra-ottimizzare una pagina, il vostro primo obiettivo è che questa venga apprezzata dall’utente. Google viene sempre secondo.

Font

Google riconosce la dimensione del testo e dà importanza alle keyword scritte più in grande oppure in grassetto o sottolineate. Considerando che le keyword sono utili, sia all'utente durante la lettura che a Google, ti consiglio di evidenziare le keyword importanti con il tag .

Quindi: **Manuale Linux**

Inoltre, dove non puoi usare il tag <h1...6> ma ti serve identificare un titolo o delle keyword, fai in modo che il titolo sia grande, anche a discapito della grafica della pagina. È stato notato che pagine contenenti del testo esageratamente grande - e intendo tanto grande da riempire una pagina solo con il titolo - ottengono una rilevanza per quelle keyword ben al di sopra della media. Ovviamente usa il tuo buon senso. *(in queste cose Google fa un po' ridere....)*

Al massimo 100 link

Non chiedermi il perché, ma Google, nelle sue FAQ, indica esplicitamente che preferisce pagine che contengano meno di **100 link**. Dato che non vogliamo contrariare Google: **facciamolo e basta**.

Per contare il numero di link in una pagina usa questo semplice JavaScript. Per azionarlo è sufficiente inserirlo nella barra degli indirizzi e premere invio, oppure puoi salvarlo nei tuoi bookmark e richiamarlo quando serve.

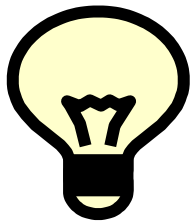


Tanti link, per favore

Come vedi nella parte dedicata a come Google calcola il PageRank, l'idea originale di Brin e Page era che **una pagina era tanto più importante quanti più link puntavano a quella pagina** (*avevano applicato a Internet il concetto delle citazioni sulle pubblicazioni scientifiche*). La matematica alla base dell'applicazione di questo concetto non è semplice, ma come vedi, **non sono importanti solo il numero di link, ma anche il PageRank che questi link hanno.**

Nonostante alcune voci di corridoio suggeriscano che il PageRank non abbia più una grande influenza sul posizionamento di un sito all'interno dei risultati, indizi più convincenti indicano il contrario. Ma che sia il PageRank a influenzare il posizionamento oppure sia una variante a farlo, a noi non interessa;

ciò che ci interessa è che sembra certo che i link che puntano ad un sito conferiscono un punteggio che viene utilizzato nel calcolo del posizionamento.



Costruire, quindi, un solido network di link che puntano al proprio sito è molto molto importante anche se si rivelerà altrettanto faticoso e dispendioso in termini di tempo.

I punti da tenere a mente quando si vuole costruire questo network sono:

- Creare una struttura di link che cresce gradualmente nel tempo. Pare Google riconosca quando tanti (troppi) link **appaiono tutti in una volta sola e penalizzi questa pratica.** Se puoi **aggiungi un nuovo link ogni giorno.**
- Più i siti sono grandi e importanti e più alto sarà il loro PageRank. **Cerca di farti linkare da questisiti.** Meglio ancora se questi siti sono rilevanti al tuo contenuto. **Farti linkare da siti piccoli non vi darà invece alcun beneficio.** Se è possibile, e ritieni il costo ragionevole può essere una buona idea quella di pagare per essere incluso in directory molto considerate.

- Cerca di fare in modo che il link del tuo sito si trovi su di una pagina che non ha molti altri link in uscita.
- Verifica che il formato dell'URL si a sempre lo stesso. Gli esempi qui di seguito portano un utente alla stessa pagina, ma **per Google si tratta di sei siti diversi:**
 1. <http://iltuositodemo.com>
 2. <http://iltuositodemo.com/>
 3. <http://www.iltuositodemo/index.html>
 4. <http://wwwiltuositodemo.com>
 5. <http://www.iltuositodemo.com/>
 6. <http://www.iltuositodemo.com/index.html>
- Cerca di convincere chi ti linka a includere delle keyword per te importanti a l l ' i n t e r n o d e l l ' U R L . Fai però in modo che tutti i link siano uguali, cerca di avere un po' di varietà: toglierà quella



sensazione

che i siti siano stati preparati meccanicamente.

- I link reciproci sembra stiano perdendo favore al l' i nt er no di G oogl e . **Il vostro scopo è quello di ottenere link senza che te debba linkare a tua volta.** Specialmente non perdere troppo tempo a linkare pagine preposte solo allo scambio di link.
- Evita di linkare pagine che non sono negli indici di Google o di Yahoo. Evita anche di linkare link farm, web -ring o qualunque altro tipo di sito che miri ad approfittarsi delle debolezze negli algoritmi di Google. **Verresti black -listati e perderesti qualunque beneficio acquisito.**

Anchor text

I link da siti esterni, verso il tuo sito, sono importanti, ma questi link vanno sfruttati meglio. Un link come questo dice poco a Google:

Scaricate Manuale Linux da qui.

Farsi invece linkare in questo modo è molto prezioso:

Cliccate qui per scaricare Manuale Linux.

La logica dietro questo ragionamento è che i siti esterni saranno sempre più onesti riguardo al reale contenuto di una pagina di quanto possa esserlo tu.

Ora immagina di abbinare quanto detto prima agli anchor text. Otterremmo il seguente risultato e ti posso assicurare che sarebbe molto importante questo messaggio per Google.



Cliccate qui per scaricare Manuale Linux.

Il consiglio è quindi non solo di cercare di avere tanti link che puntano al tuo sito, **ma di cercare di influenzare il testo data la grande importanza che questo ricopre.**

Link verso pagine esterne

Come hai già visto nella parte dedicata a come Google calcola il PageRank, **ogni link che porta dal vostro sito ad un sito esterno scala una piccola parte del tuo PageRank.**



Per limitare questo danno necessario
cerca di limitare i link verso l'esterno

.

Ma non fraintendermi, però, i link verso pagine esterne sono **importantissimi**: **un sito privo di link esterni viene cancellato dall'indice di Google!** Ma anche non considerando questo fatto, i link sono la base di Internet: un sito privo di questi link non è possibile che fornisca un servizio adeguato ai propri utenti.

Pagine lontane dalla root

Come regola di base considera che Google dà **maggiore importanza a quelle pagine che sono nella root directory** - questa è la cartella in cui c'è la **home page di un sito**.

A ogni pagina che si trova in una sotto-cartella della root viene tolto un punto di PR. Questo punto può essere recuperato con un buon cross linking o se è linkata da siti esterni, ma parte comunque con uno svantaggio.



Dato che non c'è un numero massimo di pagine che possono risiedere **nella root**, se non per un problema di organizzazione, **si consiglia di tenere lì quante più pagine possibili.**

Cross linking

Come vedrai nella parte dedicata a come Google calcola il PageRank, è possibile influenzare il modo in cui è distribuito il PageRank all'interno di un sito modificando la struttura dei link interni. La cosa non è facile, ma se hai necessità di dare importanza ad alcune tue pagine puoi provare diverse strutture finché non trovi quella che più fa al tuo caso.

I primi link

I primi link, esterni al vostro sito, che puoi ottenere facilmente sono anche quelli piuttosto ignorati dai novelli webmaster. Google dà una certa importanza a siti che sono indicizzati in Yahoo e in Open Directory. Segui i link qui sotto e assicurati di essere presenti in:

- <http://www.dmoz.org/add.html>
- <http://it.docs.yahoo.com/info/aggiungere.html>

E, ovviamente, non dimenticarti di dire a Google di venire a cercarti!

- <http://www.google.com/addurl.html>



INVECE DI ESEGUIRE QUESTE OPERAZIONI MANUALI, USA **WEBSITE SUBMITTER** (COME TI HO PRESENTATO ALL'INIZIO DI QUESTO CAPITOLO): OTTERRAI OTTIMI RISULTATI!

Meta tag

Le voci sui meta tag sono piuttosto discordanti. Molti pareri però indicano che Google considera “**description**” e “**keyword**” abbastanza poco, MA IO NON SONO D'ACCORDO SU QUESTO. Se hai Tempo, e vuoi coprire tutte le opzioni, lavora sui meta tag, ma fai in modo di NON

utilizzare un meta tag unico per ogni pagina del sito.

Stando alle leggende il tag “description” è quello su cui DOVRESTI LAVORARE ED UTILIZZARE DI PIU’. Altri motori, pare, diano molta importanza a questi tag.

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

```
<meta name="keywords" content="">
```

Cose da NON fare!

Come già spiegato la pena per chi bara è l’esclusione dall’indice. Considerato quanto lavoro c’è dietro a un sito, il rischio dell’eliminazione dall’indice di Google è troppo elevato. Ecco qui la **lista nera** delle cose da NON fare:

- **NON usare del testo nascosto** per aumentare la densità delle keyword senza disturbare l’utente
- Tecniche comuni includono usare testo dello stesso colore dello sfondo, **layer invisibili**, frame

nascosti... Questo punto è particolarmente importante. **NON usare questi mezzi!** I tag HTML usati per inserire commenti all'interno di una pagina sono un buon esempio. Sono nati per permettere l'introduzione di brevi annotazioni. Non essendo visibili agli utenti che visitano la pagina web vengono spesso abusati per far trovare ai motori di ricerca un po' di keyword in più rispetto a quelle mostrate agli utenti:

- <!-- Questo è un commento in cui potrebbero esserci molte keyword -->
- Nei siti che fanno uso di frame, il tag <noframes> è stato ideato per mostrare testi a quei browser che non possiedono il supporto dei frame o che hanno temporaneamente disabilitato tale caratteristica. Un **chiaro abuso del tag noframes consiste nel riempirlo di keyword:**

```
<noframes>
```

Keyword visibili solo ai browser che non supportano i frame.

```
</noframes>
```

- Il tag `<noscript>` è a volte usato per fornire contenuti alternativi a quei browser che non supportano il linguaggio indicato nel corrispondente tag `<script>`. Quello che è nato per meglio supportare gli utenti dei browser testuali o dei browser meno aggiornati viene spesso utilizzato come un ulteriore trucco per fornire ai motori di ricerca testi non visibili alla maggior parte degli utenti (**non usare testo nascosto al loro interno**):

`<noscript>`

Testo visibile solo ai browser che non supportano il linguaggio indicato in un precedente tag `SCRIPT`.

`</noscript>`

- Infine vorrei indicarti **un abuso del tag `<alt>`** che viene utilizzato per descrivere le immagini o per mostrare del testo alternativo quando queste non sono visibili.


```
<img src="" alt?="Testo visibile durante un mouseover solitamente riempito  
di keyword">
```

Non riesco a ripetere a sufficienza di NON usare questi sistemi: imparateli, ma non utilizzateli!



Si pensa che Google stia utilizzando strumenti di Latent Semantic Indexing (LSI or LSA Latent Semantic Analysis) che leggono un testo e permettono di determinare se questo è coerente o meno.

NO a pagine gateway o cloaking

Questa tecnica consiste nel creare delle pagine

appositamente ottimizzate per i motori di ricerca che vengono date in pasto solo ai bot e non agli utenti veri.

NO link farm

Tecnica che prevede la creazione di un numero elevato di domini tutti inter-linkati tra di loro in modo che questi possano ottenere un PageRank elevato. Questo PR può servire esclusivamente internamente, oppure, come spesso fanno società di SEO, serve per aumentare il PR dei clienti.

NO shadow domains

Tecnica simile al cloaking, ma al posto di una pagina si ottimizza un intero dominio. Il traffico viene poi convogliato con redirect invisibili al sito finale che deve ricevere gli utenti.

“Google mi ha cancellato dall’index”

Nel caso dovesse succedere il peggio contattate Google per chiedere di essere ri-inclusi o per vedere se ci sono dei problemi. È inutile che sottolinei l'importanza di essere educati e gentili in questo frangente: **help@google.com**

Non sovra-ottimizzare

Il tuo primo obiettivo è che l'utente apprezzi il tuo lavoro, non che lo apprezzi Google. I canoni del posizionamento cambiano di continuo, cercare di stare al passo con Google è impossibile. E anche se te ci riuscissi, il giorno in cui cambiano questi parametri, vi ritrovereste in guai seri. Lavora bene, ma tiene bene in mente che il tuo obiettivo finale è l'utente.

A dimostrazione di quanto sto dicendo si pensi al 16 Novembre 2003 quando Google, senza preavviso, modificò il modo di ordinare i risultati. All'aggiornamento, come agli uragani Statunitensi, fu dato un nome: Florida. La conseguenza fu che molti siti sparirono dalle prime posizioni mentre altri scalarono le vette. Molti siti che avevano ottimizzato le pagine scomparvero, così come molti siti di e-commerce.

Ad oggi, non si sa ancora cosa sia successo esattamente.

Alcuni hanno speculato che sia stata una mossa per togliere visibilità ai siti di e-commerce, costringendoli a aderire al programma pubblicitario di AdWords. Altre teorie sostenevano che Google filtrasse le pagine troppo ottimizzate. La teoria più accreditata sembra, però, essere quella che Google abbia implementato un sistema detto "**Hilltop**"; cioè una tecnica in cui alcuni siti vengono indicati come esperti del settore e link da questi siti acquistano un'enorme importanza nel calcolo dell'ordinamento dei risultati.

Il 16 Novembre 2003 fu un duro colpo per molti siti di e-commerce. Chi aveva puntato molto sulla conoscenza dei meccanismi di Google si ritrovò improvvisamente senza la terra sotto i piedi.

Non ripetere lo stesso errore.

Contrariamente a quanto sostengono molti, e a quanto possa sembrare da questo capitolo, l'unica fonte di documentazione affidabile è questa:

<http://www.google.it/webmasters/>

Copyright Acon Software S.r.l. @2013

- <http://www.aconsoftware.com>
- <http://www.10eurooo.com>
- <http://www.adwordsforum.it>
- <http://www.wordpress-blog.it>
- <http://www.un-sito.it>
- <http://www.jobsit.it>
- <http://www.bid7live.it>
- <http://www.bid7live.net>



Puoi distribuire gratuitamente a tutti questo Report a patto di non alterarne il contenuto, il nome dell'autore ed i links presenti in esso.