

I motori di ricerca

felicetommasino

Ma prima, verifichiamo...

Esercizio 1

Titolo immagine (60 caratteri)



Alt Text immagine (100 caratteri)

Esercizio 2

1



2

3

4

5

Esercizio 3

1



2

3

4

5

Esercizio 4

1



2

3

4

5

Ricordiamo cos'è la SEO?

L'acronimo SEO

SEO sta per:

S Search

E Engine

O Optimization

Cos'è la SEO

L'ottimizzazione per i **motori di ricerca** (SEO) è il processo di sviluppo di un piano marketing /tecnico per migliorare la visibilità di un brand, di un prodotto o di un servizio all'interno di uno o più motori di ricerca.

Il posizionamento

La visibilità di un brand, di un prodotto o di un servizio all'interno di uno o più motori di ricerca, non può che avvenire migliorando il posizionamento delle pagine e del sito web.

Il posizionamento

Migliorare il posizionamento consiste nel **migliorare la posizione** di un sito/pagina web nel ranking dei motori di ricerca in relazione a determinate parole chiave (keywords).

Le keywords non sono altro che le parole (una parola o una stringa di parole) che inseriamo quando interroghiamo un motore di ricerca.

Fare SEO, in breve

In breve, possiamo dire che **per fare SEO** occorre:

- **Rispondere** alle domande degli utenti meglio degli altri;
- Cercare di rendere **le cose più semplici** possibile;
- **Evitare** trucchi e scorciatoie per cercare di ingannare i motori di ricerca.

Contenuti SEO friendly

Caratteristiche dei contenuti SEO friendly:

- essere **unici e originali**, ovvero non copiati altrove;
- essere **utili e interessanti**;
- essere **aggiornati**;
- contenere le **parole chiave** (senza forzature).

I tag nel codice html

Di fondamentale importanza sono **alcuni tag** che vanno a costituire il codice html.

Tag title

Il tag title è visibile nella parte **in alto del browser**, quando apriamo una pagina web, e nella SERP: serve a specificare il titolo di una determinata pagina.

Il tag title deve far capire chiaramente agli utenti e ai robot l'**argomento trattato** nella pagina. E deve, quindi, includere le parole chiave che abbiamo individuato per poter intercettare il nostro **target di riferimento**.

Meta description

Essa fornisce una sorta di anteprima della pagina all'utente: leggendola, valuterà se aprire o meno il link al contenuto. Essa non incide direttamente sul posizionamento nei motori di ricerca.

Ma può essere **determinante per il nostro click through rate (Ctr)**. Quest'ultimo non è altro che il rapporto tra il numero delle visualizzazioni ed il numero di click ottenuti. Ed il Ctr è in grado di influenzare il posizionamento del nostro sito web.

Meta description

La **meta description** deve essere, quindi, in grado di **descrivere il contenuto** della nostra pagina ed incoraggiare, **stimolare l'utente** a visitarla. I caratteri a disposizione sono massimo 155: se non vogliamo correre il rischio di essere tagliati, dobbiamo essere estremamente sintetici.

Cos'è la Serp

“Search Engine Result Page”, letteralmente “pagina dei risultati del motore di ricerca”, è la pagina che ci viene mostrata dopo aver premuto invio o “Cerca” sul nostro **motore di ricerca**.

Cos'è la Serp

The image shows a Google search for "felice tommasino". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search filters (Tutti, Immagini, Notizie, Maps, Video, Altro) and "Strumenti" on the right. Below the search bar, it says "Circa 159.000 risultati (0,48 secondi)".

On the left side, there is a "SEOquake" extension icon. The main content area is divided into three sections:

- La tua attività su Google:** A section for managing the user's profile. It shows "108 visualizzazioni questo mese" and options for "Modifica profilo", "Promuovi", and "Clienti". Below are three cards: "Tieni aggiornati i clienti", "Crea annuncio", and "Aggiungi aggiornamento".
- Local Business Listing:** A listing for "Felice Tommasino". It includes a photo of a laptop, a map showing the location in Piaggine, and details: "Sito web", "Indicazioni", "Salva", "Chiama", "5,0 ★★★★★ 1 recensione Google", "Servizi per le imprese a Piaggine", "Indirizzo: C.so Umberto I, 66, 84065 Piaggine SA", "Orari: Aperto · Chiude alle ore 18", "Telefono: 340 627 6441", "Appuntamenti: felicetommasino.com", "Provincia: Provincia di Salerno".
- Search Results:** The first result is from "https://felicetommasino.com" titled "Felice Tommasino – Comunicazione e Marketing". The snippet reads: "Benvenuta/o sul mio sito web Mi occupo di Comunicazione e Marketing La mia storia. Hai visitato questa pagina molte volte. Ultima visita: 08/06/21". Below this are two columns: "Chi sono" (Mi chiamo Felice Tommasino. Mi occupo di Comunicazione e ...) and "Autore" (Leggi tutti gli articoli di Felice Tommasino su Felice Tommasino.).

At the bottom, there is a link to "https://twitter.com/felicetommasino" titled "Felice Tommasino (@felicetommasino) | Twitter".

Heading tag

Ogni articolo o pagina di un sito web può essere suddivisa in paragrafi e sotto paragrafi.

I tag heading (H1, H2, H3, H4, ecc.) ci aiutano a delimitare i nostri paragrafi. Fornendo loro un titolo, inoltre, ci aiutano a far capire l'argomento del contenuto sia agli utenti che ai motori di ricerca.

Heading tag

Inizieremo quindi da H1 per il titolo principale, includendo in esso la parola chiave (la stessa presente nel tag title). L'h1 apparirà nel documento come titolo e sarà visibile agli utenti; il tag title sarà visibile nella linguetta de browser ed apparirà collegato nella Serp.

Alt Text

Il testo alternativo, o ALT Text – come indicato su molte applicazioni del web – serve ad agevolare la lettura da parte degli **screen reader**, cioè quei dispositivi utilizzati da persone ipovedenti o con gravi problemi di vista, che identificano il testo sul computer e lo riproducono attraverso sintesi vocale o un display braille.

Nel linguaggio del web, il termine ALT indica il significato **alternativo**.

Alt Text

Il testo alternativo (o ALT Text, appunto) va aggiunto alle immagini del nostro sito web.

Esso è utile ai motori di ricerca per leggere il contenuto delle immagini.

Cos'è un motore di ricerca?

Un motore di ricerca

è un sistema per la ricerca di informazioni sul World Wide Web. L'informazione può essere costituita da pagine web, immagini, video e altri tipi di file.

Alcuni motori di ricerca sono in grado di estrarre anche dati disponibili in banche dati o elenchi aperti.

Cos'è il World Wide Web?

Il World Wide Web

è uno dei principali servizi di Internet, che permette di navigare e usufruire di un insieme molto vasto di contenuti amatoriali e professionali (multimediali e non) collegati tra loro attraverso collegamenti (link), e di ulteriori servizi accessibili a tutti o ad una parte selezionata degli utenti di Internet.

Il World Wide Web

Questa reperibilità di informazioni è resa possibile anche dalla presenza, diffusione, facilità d'uso ed efficienza dei **motori di ricerca** e dei **web browser** in un modello di architettura di rete definito client-server.

E il web browser?

Il web browser è un'applicazione per l'acquisizione, la presentazione e la navigazione di risorse sul web.

Come funziona un motore di ricerca

Come funziona un motore di ricerca

Il lavoro di un motore di ricerca si compie attraverso diverse fasi.

Come funziona un motore di ricerca

Queste sono principalmente quattro:

- Analisi;
- Indicizzazione;
- Ranking;
- Serp.

Analisi

Il motore di ricerca **analizza il campo di azione** attraverso dei robot.

Questi vengono chiamati spider o crawler: sono i software utilizzati dai motori di ricerca per analizzare tutti i siti della rete in modo automatico.

Indicizzazione

I robot eseguono una copia testuale di tutti i documenti visitati e li inseriscono in un indice.

Ranking

Il ranking è la classifica dei risultati rispetto ad una determinata ricerca (query), o interrogazione del motore di ricerca.

Serp

La risposta che il motore di ricerca ci restituisce: “Search Engine Result Page”, letteralmente “pagina dei risultati del motore di ricerca“, è la pagina che ci viene mostrata dopo aver premuto invio o “Cerca” sul motore di ricerca.

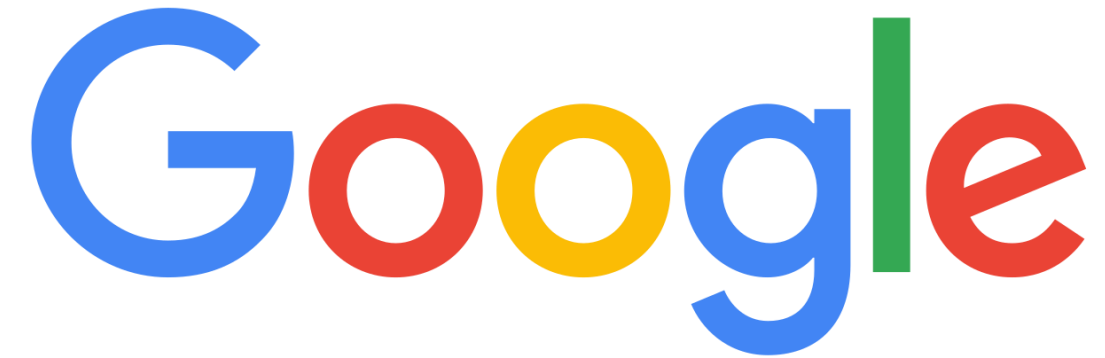
Inoltre...

I motori di ricerca utilizzano sistemi di **analisi semantica** del testo in grado di comprendere la sinonimia e la correlazione tra termini.

L'eccessiva **ripetizione della parola chiave** rischia di penalizzare l'esperienza degli utenti, con conseguente penalizzazione del sito in chiave SEO.

I motori di ricerca riescono, inoltre, a capire quando un contenuto è originale.

I motori di ricerca più utilizzati



con più di **5 miliardi di ricerche al giorno**, è l'indiscusso leader di mercato dei motori di ricerca.



Google utilizza tutti i suoi servizi per raccogliere dati sui propri utenti. Combinati tra loro, vengono **utilizzati per fini pubblicitari**.

Per questo motivo, sempre più utenti virano su motori di ricerca alternativi. Ma parliamo di **uno dei leader dell'innovazione digitale**.

La ricerca con Google, poi, vanta un indice di ricerca in grado di raccogliere miliardi di siti web e un sistema di algoritmi performanti che ci garantiscono i **migliori risultati** per ogni nostra ricerca.



È stato lanciato nel 2009, in versione beta. Ed è l'alternativa Microsoft a Google.

Vanta una serie di cooperazioni importanti con social network come Facebook, Twitter o LinkedIn.

Come Google, anche Bing utilizza i dati utente per personalizzare la pubblicità.



Yahoo!: la cooperazione tra Microsoft e Yahoo - iniziata nel 2009 - permette ai due motori di ricerca di raggiungere negli USA una quota di mercato pari a circa **il 10% degli utenti**.

Un dato importante per chi desidera puntare ad **un target Usa**.

Yandex

Un utente su due, dalla Russia, cerca sul web utilizzando il motore di ricerca Yandex dell'omonima azienda russo-olandese.

Yandex, grazie all'aggiornamento dell'algoritmo del 2014, è stato uno dei primi motori di ricerca a puntare unicamente su **fattori on-page** come la rilevanza del contenuto.

Ricordate l'On-page SEO?

Quando si parla di SEO on page (o on site) si fa riferimento all'insieme delle **attività di ottimizzazione** all'interno delle pagine di un sito.

L'attività di **SEO on page** comprende l'ottimizzazione del codice HTML e della struttura di un sito e l'ottimizzazione dei contenuti testuali e immagini di un sito.

On-page SEO

Il codice html è ciò di cui è costituito ogni sito web: non è visibile all'utente, ma viene letto e decodificato dal **web browser** (Chrome, Edge, Firefox, Safari, ecc.)

Yandex

Nato un anno prima di Google, questo motore di ricerca è rilevante per le aziende che operano in Russia, Bielorussia, Ucraina, Kazakistan o Turchia.



Baidu è il motore di ricerca più utilizzato nella Repubblica Popolare Cinese.

Nel ranking Alexa, Baidu occupa il quarto posto tra i siti web più visitati al mondo.



Tuttavia per gli utenti del mondo occidentale questo motore di ricerca **non ha alcun tipo di rilevanza**: la sua interfaccia è disponibile solo in lingua cinese.

Esistono alternative?

Motori di ricerca alternativi

Il principale motivo per cui cercare motori di ricerca alternativi è
la tutela della privacy.

Motori di ricerca alternativi

Esistono, infatti, motori di ricerca che promettono di non tracciare le attività dei propri utenti.



DuckDuckGo.

"The search engine that doesn't track you" ("tradotto: "il motore di ricerca che non tiene traccia delle tue azioni") è lo slogan dell'azienda americana DuckDuckGo.

Rispetto a Google, Bing e Yahoo, quest'ultimo si presenta come un motore di ricerca con un alto standard di tutela dei dati.



DuckDuckGo.

Pare, infatti, che su DuckDuckGo non venga salvato né l'indirizzo IP né le ricerche degli utenti.

Anziché pubblicità personalizzate, vengono mostrati all'utente annunci coerenti con i termini utilizzati per la ricerca.



DuckDuckGo.

DuckDuckGo offre, oltre alla ricerca web, la possibilità di cercare immagini, video, messaggi, offerte di lavoro e prodotti.

I suoi utenti hanno la possibilità di impostare dei filtri per visualizzare risultati commerciali e non.

Le impostazioni adottate possono essere salvate su un cloud, in maniera totalmente anonima.



Brave Search si propone come l'alternativa più trasparente e affidabile a Google, in difesa della privacy.

Questo motore di ricerca non profila, non raccoglie dati personali né tiene traccia di clic e ricerche.



Punta ad a **una indicizzazione indipendente** dei siti per produrre risultati di ricerca autonomi, senza ricorrere a provider esterni.

Accedendo alle informazioni dal menù in lato a destra, è sempre possibile visualizzare la percentuale di risultati generati dall'indice di Brave e quella eventualmente proveniente da terze parti.



Perché, quando gli utenti cercano immagini, Brave Search si avvale di Bing e, per ricerche più approfondite, anche di Google.

Questo a condizione che gli utenti abbiano dato la propria autorizzazione.

Anche in questo caso, questo motore di ricerca promette di escludere il tracciamento e tutelare la privacy.

Grazie per l'attenzione!

Per info e chiarimenti



Felice Tommasino

Comunicazione e Marketing

- felicetommasino@outlook.it
- felicetommasino@gmail.com
- +39 340 627 441

felicetommasino.com

