

SEO - Search Engine Optimization

In questo articolo viene spiegato brevemente il significato di SEO e si introduce il lettore nel mondo dell'ottimizzazione delle pagine web per i motori di ricerca.

SEO è l'abbreviazione di Search Engine Optimization, ossia Ottimizzazione per i motori di ricerca

SEF è l'abbreviazione di Search Engine Friendly, ossia Gradito ai motori di ricerca;

SEM è l'abbreviazione di Search Engine Marketing, ossia Marketing dei motori di ricerca;

L'attività che svolge una persona che fa questo lavoro è un'attività molto vasta, che va dalla semplice ottimizzazione del codice XHTML, passa per l'ottimizzazione dei testi, fino ad arrivare a campagne di aumento di popolarità del sito su cui si sta lavorando.

Chi svolge un lavoro del genere deve avere necessariamente delle conoscenze eclettiche: dalla programmazione, a una buona conoscenza della teoria del web design e della dinamica degli algoritmi dei motori di ricerca.

Il lavoro del SEO è un lavoro lungo e generalmente si suddivide in queste fasi:

- Ottimizzazione del codice XHTML/HTML;
- Ottimizzazione dei testi
- Ottimizzazione dell'interlinkaggio interno del sito;
- Campagna di aumento popolarità;
- Monitoraggio degli accessi al sito e campagne mirate a correggere i punti deboli del sito.

1. Ottimizzazione del codice XHTML/HTML

Le pagine web sono realizzate in HTML/XHTML, famoso linguaggio di markup.

In una pagina web, quindi, è presente una certa quantità di testo immerso nel codice HTML.

I motori di ricerca analizzano attentamente il contenuto e il codice di ogni pagina web: esistono svariate tecniche che facilitano ai motori l'estrapolazione delle informazioni necessarie per una corretta indicizzazione;

Il SEO non fa altro che utilizzare queste tecniche, oltre che pulire il codice rendendolo il più snello possibile.

Inoltre solitamente vengono installati dei componenti o degli script per la resa di SEF URL, per spiegare ciò farò ricorso ad un esempio:

tecniche di URL Rewriting o SEF URL su una pagina che ha un indirizzo del tipo:

`http://www.esempio.it/index.php?sezione=nome_sezione&categoria=nome_categoria`

renderanno l'indirizzo della pagina maggiormente leggibile, ad esempio:

`http://www.esempio.it/nome_sezione/nome_categoria/`

Ciò aiuta non solo i motori di ricerca, ma anche gli utenti stessi.

2. Ottimizzazione dei testi

Abbiamo visto che le pagine web sono formate, oltre che da codice HTML/XHTML, da testo.

Il testo è importantissimo per i motori di ricerca: essi sono voraci e sempre in cerca di testo da indicizzare, specialmente se si tratta di testo originale (cioè non è un copia e incolla da un sito all'altro).

Il SEO in questo caso cerca di alzare la rilevanza del testo per le parole chiave e i temi trattati nel sito, e cerca di fare in modo che la quantità di testo equivalga o addirittura superi la quantità di codice HTML/XHTML.

3. Ottimizzazione dell'interlinkaggio interno del sito;

La disposizione, la quantità e la modalità con cui sono distribuiti i link all'interno del sito è molto importante per l'ottimizzazione di un sito.

La struttura del sito deve seguire una logica non troppo complicata e deve cercare di far percepire immediatamente i temi trattati dalle sezioni interne del sito.

Il compito del SEO è quello di strutturare i link all'interno del sito facendo in modo che gli utenti (e i motori di ricerca) possano capire facilmente gli argomenti propri del sito e che possano raggiungere facilmente gli articoli di loro interesse.

Per fare ciò il SEO utilizza una serie di tecniche che lasciano largo spazio all'inventiva e alla fantasia, ma che necessitano anche di una certa esperienza maturata nel corso degli anni.

4. Campagna di aumento popolarità

Questo è il compito più importante di un SEO;

Si tratta di impostare un'azione mirata a far aumentare la visibilità del sito e quindi a far aumentare il numero delle visite.

Per raggiungere questo scopo, il SEO inserisce il sito in svariate Directory, e inserisce link da altri siti verso il sito che sta ottimizzando, con particolare riguardo verso i siti con temi affini.

Questa attività viene anche chiamata SEM (Search Engine Marketing);

spesso il SEO decide di comprare link da siti particolarmente importanti.

5. Monitoraggio degli accessi al sito e ulteriori correzioni.

Una volta conclusa la prima fase di ottimizzazione, il SEO effettua un monitoraggio sui risultati dell'ottimizzazione (come ad esempio statistiche degli accessi provenienti dai siti linkati e dai motori di ricerca stessi). Quindi individua i punti deboli del sito cercando di migliorarli per raggiungere definitivamente gli obiettivi proposti dal lavoro di ottimizzazione.

MutaWeb offre dei servizi di indicizzazione e campagne di aumento popolarità per i siti che realizza;

Per qualsiasi informazione non esiti a contattarci dall'apposita sezione "CONTATTI".