

Otimizzazione Motori Ricerca: 10 regole di base

Capire il posizionamento e farlo funzionare.

Per chi ha poco tempo, ecco riassunte le tecniche di base del posizionamento. Tuttavia si tratta solo di un semplice riassunto e per ottenere buoni risultati è indispensabile apprendere le soluzioni tecniche necessarie o affidarsi al lavoro di esperti.

1. Gli obiettivi

L'obiettivo dei motori di ricerca è quello di fornire agli utenti dei risultati di ricerca attinenti ai termini cercati. L'obiettivo del webmaster è quello di creare un sito dai contenuti interessanti, ben strutturati e correlati ai termini che gli utenti cercheranno sui motori.

2. Il posizionamento richiede tempo e non è automatizzabile

È estremamente difficile ottenere buoni risultati applicando ciecamente semplici regolette, come farebbe un automa. Il posizionamento richiede la presenza di un cervello umano abbastanza intelligente da comprendere cosa sta facendo e abbastanza curioso da desiderare di approfondire le tecniche. Non esistono soluzioni facili e veloci per gente pigra.

3. L'ottimizzazione è parte integrante del sito

Il posizionamento non è un processo da applicare ad un sito successivamente alla sua creazione, ma qualcosa da tenere in considerazione fin dalla fase progettuale del sito stesso. I siti che ottengono i migliori risultati sono quelli che sin dall'inizio hanno curato l'ottimizzazione delle pagine e dei contenuti. Gli altri possono incontrare difficoltà.

4. I contenuti sono tutto

I motori di ricerca sono particolarmente ghiotti di siti dai contenuti interessanti, possibilmente corposi e ben strutturati e impaginati all'interno del sito. I testi da pubblicare sulle pagine del sito vanno scritti con attenzione e bisogna assicurarsi che siano ben attinenti ai temi trattati dal sito e che contengano alcuni dei termini che gli utenti presumibilmente cercheranno sui motori. Una pagina carente di testo è una pagina priva dell'ingrediente principale.

5. Comunicare ad utenti e motori il tema della pagina

Ogni pagina deve trattare un tema ben preciso e per ogni pagina va scelta una keyword o una keyphrase (frase di più keyword) su cui puntare. Al lettore della pagina, sia esso umano o motore di ricerca, deve risultare chiaro che il tema della pagina sia quello scelto dal webmaster. La keyword/keyphrase scelta va inserita nelle sezioni più prominenti e visibili: titolo (tag TITLE), eventuali intestazioni, nelle prime righe di testo della pagina e nei paragrafi successivi. I link che puntano alla pagina dovrebbero sempre contenere testi inerenti il tema e/o le keyword trattate dalla medesima.

6. Qualità, non quantità. Elasticità, non monolitismo

I tempi in cui bastava riempire una pagina di parole chiave, per ottenere buoni risultati, sono tramontati. Il buon posizionamento si ottiene adesso producendo contenuti e testi di qualità, non perseguendo la quantità di parole. Inoltre qualunque atteggiamento mentalmente "chiuso" o monolitico non è di aiuto. Chi studia, sperimenta e pensa nuove soluzioni per migliorare la qualità del proprio sito avrà sempre una marcia in più rispetto a chi sa solo applicare meccanicamente le nozioni possedute.

7. Navigabilità del sito

Il sito web deve essere facilmente navigabile da parte dell'utente e dello spider. Questa facilità di navigazione viene ottenuta in due modi: progettare a monte una distribuzione logica e coerente dei contenuti tra le varie sezioni del sito e, dal lato tecnico, assicurarsi che la navigazione avvenga attraverso normali link HTML. FRAME e IFRAME vanno evitati.

8. "No HTML, no party"

Il web si basa sul linguaggio HTML e i motori di ricerca "vedono" solo il codice HTML delle pagine. Il sito web va sviluppato in linguaggio HTML e l'utilizzo di linguaggi e tecnologie differenti è consigliato solo se strettamente indispensabile. La regola di base è che potete usare quello che vi pare, ma il testo delle pagine deve essere normale testo HTML e i link usati sul sito devono essere normali link HTML (non link in Javascript o in Flash). Chi non conosce il linguaggio HTML possiede un grave handicap e passerà il tempo a porsi domande sul posizionamento alle quali coloro che hanno studiato l'HTML sapranno rispondere da soli. PHP, ASP e altri linguaggi "lato server" sono normali pagine HTML, una volta spedite al browser dell'utente o allo spider del motore.

9. Popolarità del sito e link

Prima di segnalare l'esistenza del sito ai motori di ricerca, assicuratevi di ottenere da altri siti qualche link che punti al vostro. Potete anche fare scambio link, ma solo con siti di qualità; non è bello consigliare ai propri visitatori la visita di un sito che non vi piace. Non scendete mai a compromessi con il vostro buon gusto. Continuate a promuovere il vostro sito anche dopo la sua registrazione sui motori: proponete il suo inserimento alle directory principali (ODP, Yahoo!), continuate a scambiare link con siti di qualità e attinenti al vostro ma soprattutto cercate di fornire agli utenti contenuti talmente buoni e interessanti da spingere altri webmaster a consigliare spontaneamente con un link (e senza chiedere nulla in cambio) la visione del vostro sito. Questo ultimo tipo di link vale oro.

10. Registrazione nei motori

La registrazione nei motori di ricerca è meglio effettuarla manualmente. Visitate le apposite pagine di registrazione fornite dai motori e segnalate l'indirizzo del vostro sito. Poi dimenticatevi della registrazione: nei due/tre mesi successivi lasciate perdere la vostra presenza sui motori e tornate a lavorare sul sito per migliorare e aumentare i suoi contenuti. Trascorsi i tre mesi potete tornare a controllare se i motori hanno incluso il sito nei propri archivi e la posizione che ottenete con le keyword a cui avete puntato.

Undicesima regola: non ci sono regole

L'undicesima regola di questa lista di dieci regole rappresenta la maniera migliore per chiarire un punto fondamentale sul posizionamento nei motori di ricerca: **non ci sono regole fisse**. I motori di ricerca modificano continuamente i propri algoritmi, rendendo spesso obsolete e inefficaci le soluzioni adottate dai webmaster.

L'obiettivo finale, dunque, non è solo quello di riuscire a far ottenere buone posizioni ad un sito web, quanto quello di riuscire a mantenerle nel tempo, apportando le dovute modifiche a seconda dei cambiamenti tecnologici effettuati dai motori di ricerca e in risposta alle mosse dei siti concorrenti.