

## Google Sitelinks? Sì grazie!

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 05/03/2009

Perché alcuni siti web compaiono nei risultati di ricerca di Google con un elenco di link che puntano a sezioni specifiche del sito? Quale importanza hanno tali link speciali? Come si può fare per ottenerli?

Un aspetto molto interessante ed utile, sebbene poco noto e compreso, del **posizionamento in Google** è la presenza di link aggiuntivi che compaiono sotto alcuni risultati di ricerca presenti nella prima pagina, detti **Sitelinks**.

Si tratta di brevi liste di link aggiuntivi che Google talvolta inserisce per agevolare gli utenti nella navigazione, estratti direttamente dai contenuti del sito e dalla sua architettura di navigazione.

Ecco un esempio di *sitelinks* che Google presenta per il sito San Giorgio Elettrodomestici, realizzato da 1mas, effettuando una ricerca con la parola "sangiorgio":



The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "sangiorgio". To the right of the search bar is a "Cerca" button and links for "Ricerca avanzata" and "Preferenze". Below the search bar are radio buttons for "Cerca: nel Web", "pagine in Italiano", and "pagine provenienti da: Italia". The search results section is titled "Web Risultati 1 - 10 su circa 11.000.000 per sangiorgio. (0,13 secondi)". The first result is "#1 [SanGiorgio elettrodomestici: l' elettrodomestico differente per stile](#)". Below the title is a short description: "Un elettrodomestico **San Giorgio** è innovazione e design nell'elettrodomestico da incasso e libera installazione: congelatore verticali, lavatrice e ...". Below the description are links for "www.sangiorgio-elettrodomestici.it/ - 16k - Copia cache - Pagine simili". Underneath are two columns of sitelinks: "Lavasciuga", "Frigoriferi", "Piani Cottura", "servizi", "contatti", "dove acquistare", "advertising", and "guida all'acquisto". At the bottom of the sitelinks section is a link "Altri risultati in sangiorgio-elettrodomestici.it >".

I *sitelink* generalmente appaiono appena sotto il primo risultato nella SERP, sebbene ciò non valga per tutte le prime posizioni, e talvolta possono comparire anche in posizioni inferiori. Il numero di tali link è variabile, ma in genere sembra non siano superiori ad 8. Tali link vengono estrapolati automaticamente da un algoritmo di

Google, a quanto pare in base alla struttura di navigazione del sito, alla qualità e quantità dei link esterni in ingresso (*back links*) verso le pagine interne (e quindi alla loro *link popularity*), alla quantità di link interni verso le pagine interne del sito, al traffico generato dal sito ed al suo posizionamento.

È d'obbligo fare delle ipotesi dal momento che le modalità con cui lavorano gli algoritmi del motore di ricerca di Mountain View non sono di certo note e diffuse! Al momento non è stata ancora trovata una spiegazione esauriente sulle modalità in cui i *sitelinks* vengono generati e su quali debbano essere le caratteristiche di un sito per ottenere questa specie di utile riconoscimento.

In base alle comunicazioni rilasciate da Google lo **scopo di tali link** dovrebbe essere quello di **aiutare l'utente nella navigazione del sito**, mettendo a disposizione un percorso abbreviato (*shortcuts*) o consigliato verso determinate sezioni del sito ritenute più rilevanti. Nell'articolo "*How do you compile the list of links shown below some search results?*" nel "*Webmasters/Site owners Help*" Google parla di "*analyze the link structure of your site to find shortcuts*", ovvero l'algoritmo del motore di ricerca analizza la struttura dei link di navigazione del sito per cercare delle scorciatoie che permettano di far risparmiare tempo agli utenti e di trovare più facilmente le informazioni che stanno cercando.

Si ritiene quindi che i *sitelinks* vengono assegnati se:

- Google ritiene che possano essere **utili per l'utente**
- il sito è dotato di una **struttura ed architettura equilibrata** ed è facilmente navigabile
- alcune pagine del sito ricevono molto **traffico**
- alcune pagine del sito presentano molti **link entranti**
- alcune **keywords** presentano un elevato **tasso di conversione** tra ricerca ed effettivo click

I *sitelinks* vengono mostrati sotto i risultati solo se reputati utili da Google per gli utenti, mentre non vengono mostrati se la struttura del sito non permette all'algoritmo di trovare dei buoni *sitelinks* o se i link di navigazione del sito non vengono reputati rilevanti rispetto alla ricerca fatta dall'utente del motore.

Per il momento **la procedura è automatica** e la possibilità di intervenire sui *sitelinks* è piuttosto limitata: infatti non sempre i *sitelinks* evidenziati dall'algoritmo risultano effettivamente rilevanti per il sito e i webmaster non hanno la possibilità di modificarli a proprio piacimento. È solamente possibile suggerire a Google la rimozione o il blocco di un *sitelink* e proporre un altro, ma senza avere la certezza della sostituzione. In tal

caso è importante tenere presente che Google mostra i *sitelinks* quando un sito ne ha un minimo di tre disponibili (*unblocked*), se ce ne sono due o meno essi non vengono mostrati sotto il risultato di una ricerca. Inoltre se un *sitelink* è stato bloccato esso non apparirà nei risultati di Google per 90 giorni, poi tornerà ad essere visibile.

In ogni caso le varie richieste dei webmaster sono molto utili a Google come feedback per valutare la validità ed utilità dell'algoritmo stesso e migliorarlo, pertanto Google afferma che in futuro potrebbe incorporare anche i suggerimenti forniti dai webmaster.

Da un **punto di vista SEO** di ottimizzazione e posizionamento nei motori di ricerca e di **Web Marketing** i *sitelinks* di Google rappresentano un vantaggioso strumento per far sì che i visitatori accedano velocemente alle risorse presenti nel sito web e potrebbero offrire ulteriori opportunità di ottenere visite "*in target*" con quanto offerto dal sito.

Pertanto, anche se non esiste ancora una strategia specifica per ottenere i *sitelinks*, la progettazione e realizzazione di un sito web dotato di una **architettura e logica della navigazione ben organizzata e incrementare la link popularity delle pagine** rappresentano un ottimo sistema per ottenere dei *sitelinks* da parte di Google.

Ancora una volta il messaggio di Google è chiaro: pensare innanzitutto a soddisfare le necessità dell'utente rispetto alle ricerche che effettua nei motori di ricerca invece di considerare il posizionamento come il principale obiettivo!

---

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it