Le immagini nel testo

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 21/11/2008

Quando si parla di contenuti di una pagina web non si fa riferimento soltanto ai contenuti testuali: anche le immagini costituiscono un contenuto ed hanno la loro importanza nell' ottimizzazione di un sito web per i motori di ricerca.
È consigliabile di non utilizzare le immagini al posto dei testi, ovvero scrivere i testi come testi e non come immagini. A questo proposito è importante definire bene quale è l'obiettivo principale del sito dal punto di vista grafico e SEO: è più importante sfruttare tutte le possibilità di migliorare l' ottimizzazione per i motori di ricerca e il posizionamento o è più importante soddisfare le aspettative e piacevolezze grafiche dei font dei testi?

Quando si parla di contenuti di una pagina web non si fa riferimento soltanto ai contenuti testuali: anche le immagini costituiscono un contenuto ed hanno la loro importanza nell' ottimizzazione di un sito web per i motori di ricerca.
È consigliabile di non utilizzare le immagini al posto dei testi, ovvero scrivere i testi come testi e non come immagini. A questo proposito è importante definire bene quale è l'obiettivo principale del sito dal punto di vista grafico e SEO: è più importante sfruttare tutte le possibilità di migliorare l' ottimizzazione per i motori di ricerca e il posizionamento o è più importante soddisfare le aspettative e piacevolezze grafiche dei font dei testi?

Dal momento che gli *spider* dei motori di ricerca non sono in grado di interpretare il contenuto di una immagine e capire quindi cosa rappresenta, cosa vi è scritto, se può essere di supporto al contenuto testuale di una pagina o addirittura se è il motivo per cui la pagina è stata realizzata, è importante riuscire ad informarli su quanto raffigurato dall'immagine.

Ciò può essere fatto tramite il nome del file dell'immagine, che dovrà contenere delle parole chiave identificative di quanto rappresentato da essa, e tramite gli attributi ALT e TITLE del tag IMG nel codice HTML.

Nomi dei file delle immagini:

Il nome del file di una immagine dovrebbe soddisfare a tali "regole":

- essere attinente a quanto raffigurato dall'immagine, al testo circostante e all'argomento della pagina
- essere inserita in parti di testo attinenti a quanto rappresentato dall'immagine
- contenere la chiave principale e/o le chiavi secondarie attinenti all'argomento

della pagina
- ogni file immagine deve contenere chiavi diverse

Attributi ALT e TITLE delle immagini:

L'attributo ALT permette di inserire un testo alternativo per indicare cosa viene raffigurato dall'immagine, ovvero descrive il contenuto dell'immagine. Tale testo sarà visualizzato nel *browser* nel caso in cui l'immagine non venga caricata oppure quando il navigatore si sofferma con il mouse sull'immagine stessa. Il TITLE assegna un titolo all'oggetto immagine e fornisce un testo esplicativo con altre informazioni su di essa.

Nella scrittura di tali attributi è utile tenere presente di:

- scrivere una frase di senso compiuto
- il testo deve avere lo stesso tema della pagina ed essere attinente al testo circostante
- inserire le parole chiave nella clausola ALT compatibilmente con quanto raffigurato dall'immagine e con il tema della pagina in cui compare
- mantenere un'attinenza fra l'attributo Alt e il nome del file immagine

Infine è importante ricordare che le immagini devono essere ottimizzate per il web, in modo da diminuirne il peso e il tempo di caricamento, e che vanno inserite utilizzando le corrette dimensioni in pixel.

Link sulle immagini:

Per i link sulle immagini valgono le stesse considerazioni fatte sul TITLE del link e l' ottimizzazione dei link. Nel caso di loghi linkati a siti esterni (come loghi di partner o sponsor) tenere presente che:

- i loghi, come ogni altra immagine, devono avere l'ALT e, se sono linkati, devono avere il TITLE del link
- se il sito esterno a cui si accede col link ha contenuti attinenti al proprio sito e ha un Page Rank maggiore, allora il link verso l'esterno è utile ai fini del posizionamento; se il sito esterno a cui si accede col link ha contenuti NON attinenti al proprio sito e ha un Page Rank inferiore, allora il link verso l'esterno può addirittura essere controproducente

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