

I contenuti e la loro ottimizzazione

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 28/10/2008

I contenuti sono una componente fondamentale nella realizzazione di un sito web. La **ricchezza di contenuti favorisce** moltissimo il buon posizionamento in un motore di ricerca.

I testi presenti nel sito, oltre ad essere esaurienti e sufficientemente ampi, devono attenersi a delle utili regole di ottimizzazione:

1. Il **numero di parole** che compongono un testo deve essere sufficiente perché l'utente possa trovare tutte le informazioni che cerca e il motore di ricerca possa stabilire l'argomento trattato in una pagina. Se lo spider del motore di ricerca ritiene che i contenuti di una pagina siano coerenti ed utili rispetto alla ricerca effettuata dall'utente, allora ne favorirà il posizionamento.
2. Perché i **contenuti** siano ancora più utili al posizionamento devono essere **ottimizzati con le parole chiave**; ciò significa inserire nei testi le keyword che sono state scelte come pertinenti per un determinato argomento, facendo attenzione a non esagerare con le ripetizioni e ad inserire sinonimi e variazioni ove possibile.
3. Per **controllare il livello di ottimizzazione** di un testo si può determinare la keyword density che consente di verificare attraverso dati numerici se il numero di parole chiave inserite è troppo elevato o troppo scarso.
4. **Keyword prominence:**
 - scrivere le informazioni più importanti nella parte alta della pagina, inserendo (se possibile) nella prima riga di testo della pagina la chiave principale e quelle secondarie: le prime righe devono riassumere gli argomenti trattati nel resto della pagina
 - inserire la chiave principale (o le altre utili per l'argomento) all'inizio, al centro e alla fine della pagina
5. **Coerenza keyword e meta tag keyword:** il testo deve contenere tutte le parole chiave contenute nel meta tag keywords (che devono essere solo quelle attinenti all'argomento trattato dalla pagina) e le parole collegate alla chiave principale

6. Informazioni fornite:

- pensare alla qualità ed utilità delle informazioni per l'utente e non alla quantità di keyword presenti
- suddividere la pagina in paragrafi con sottoargomenti del tema principale, utilizzando piccoli titoli occhiello, in modo da concentrare gli argomenti in punti diversi e dare rilevanza ed ordine ad essi
- se una keyword è preceduta da un articolo con apostrofo lasciare uno spazio dopo l'apostrofo (es: l' hotel)
- non duplicare gli stessi contenuti su più pagine

7. Titolo della pagina: (inteso non come TITLE ma come titolo presente all'inizio del contenuto) utilizzare tag headings H1 per i titoli di pagina, inserendovi la chiave principale o quelle di 2° e 3° livello. In ogni caso il titolo della pagina è bene che:

- sia simile al tag TITLE (se possibile) o almeno contenga la stessa parola chiave
- sia in stile H1

8. Grassetto e corsivo: utilizzare il grassetto per la chiave principale e il corsivo per altre parole chiave (se può essere utile per chi legge evidenziarle in corsivo), ma senza eccedere; non scrivere un testo tutto in grassetto o tutto in corsivo o entrambi

9. Link interni:

- la chiave principale deve avere un numero maggiore di pagine collegate, le altre un numero inferiore
- nei testi dovrebbero essere presenti dei link interni, linkando direttamente le parole chiave che puntano ad altre pagine del sito in cui si parla più ampiamente dell'argomento espresso dalla keyword (anche i link interni dovrebbero essere ottimizzati)

10. Testi in tabelle: inserire le keyword nella prima cella in alto a sinistra

Quanto esposto non va considerato come una regola da seguire nella realizzazione dei contenuti testuali, ma come utili consigli da seguire affinché i testi siano di aiuto nel **posizionamento del sito web nel motore di ricerca**. Infatti ogni sito web ed ogni testo ha dei precisi obiettivi di comunicazione e deve avere una sua unicità che non può essere condizionata da rigide regole di scrittura.

La presenza di **contenuti utili ed esaurienti** è fondamentale anche perché il sito venga considerato di riferimento dai visitatori e dagli altri siti, così da ampliare la propria popolarità sul web (**link popularity**) attraverso una rete di link provenienti da altri siti di settore.

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