

## Page Rank

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

Il Page Rank (PR) è un punteggio da 1 a 10 che il motore di ricerca Google assegna ad ogni pagina di un sito web presente nel suo database. Si tratta di un complesso sistema di valutazione della popolarità di una pagina basata sui *link* entranti ed uscenti dalla pagina, dunque legato alla *link popularity* della pagina. Una pagina con un elevato PR avrà un vantaggio maggiore nel comparire nei risultati di Google rispetto a pagine di altri siti. Pertanto un importante aspetto di una consulenza SEO è la gestione corretta e vantaggiosa della *link popularity* di un sito web, utilizzando gli strumenti SEO più efficaci e soprattutto leciti per incrementarla.

L'algoritmo del *Page Rank* è stato sviluppato da Google con un complesso sistema di valutazione dell'importanza e della popolarità di una pagina web basata sui *link* entranti ed uscenti dalla pagina, dunque legato alla ***link popularity*** della pagina (letteralmente significa per "classifica di Page", intendendo per "Page" il fondatore di Google Larry Page).

Il *Page Rank* viene calcolato con un conteggio dei *link* ricevuti dal proprio sito presenti in altre pagine già indicizzate dal motore e con un conteggio dei *link* dal proprio sito verso queste stesse pagine. Di tali *link* viene valutata anche la qualità, ovvero la pertinenza rispetto all'argomento trattato nella propria pagina: ciò avviene tramite il *Page Rank* della pagina linkata e le parole chiave attinenti al tema in essa contenute.

Per quanto è dato sapere da Google il *Page Rank* è calcolato con una formula che si basa su:

- numero di *in-bound link*, ovvero di *link* alla pagina provenienti da altre pagine
- PR delle pagine che puntano a quella in esame
- numero di *out-bound link* presenti nelle pagine che puntano a quella in esame

Nella formula del calcolo del PR c'è anche il parametro del PR del sito che da cui arriva il *link*, che influenza molto il voto finale: se la pagina da cui proviene il *link* ha un PR più alto il valore di un suo *link* è ancora più elevato, ma se ha un valore più basso non esiste nessuna penalità.

Inoltre contano molto anche i *link* in uscita dalla pagina del proprio sito, sia per il proprio PR che per quello che viene passato ad altre pagine a cui tali *link* puntano. In

ogni caso per il calcolo del PR contano solo i *link* presenti su pagine inserite negli indici di Google.

Avere un elevato *Page Rank* non vuol dire però che il proprio sito sarà sicuramente primo in Google: questo valore aiuta, ma influisce il modo in cui si ricevono i link.

Per **avere un buon PR** è dunque importante farsi linkare da:

- siti che trattano lo stesso tema del proprio sito
- pagine di un sito con un *Page Rank* alto
- siti con pochi *link* in uscita: un link contribuisce ad aumentare il *Page Rank* di un sito solo se è l'unico, o uno dei pochi, presenti nel sito linkante, in tal caso la presenza del *link* al proprio sito ne aumenta l'importanza
- essere linkati solo da siti non penalizzati o considerati *spam*
- ricevere *link* spontanei, ovvero non ricambiati con sistemi di scambio *link*
- ricevere *link* testuali direttamente su parole chiave di proprio interesse (aspetto definito *IR factor* da Google)
- essere presenti nella directory DMoz, che ha PR = 9

Il *Page Rank* è molto importante per le **pagine interne**: un *link* ad una pagina interna del proprio sito viene determinato con un valore di PR immediatamente inferiore al PR della pagina che la linka (innanzitutto la home page).

Ad esempio, se il proprio sito ha un PR = 5, inserendo una nuova pagina essa molto probabilmente prenderà un PR = 4 (se non hai molti *link* in uscita). Di conseguenza una pagina che riceve un *link* da un'altra pagina con alto PR avrà un vantaggio maggiore nel comparire nei risultati del motore di ricerca Google rispetto a pagine di altri siti.

Le pagine non linkate, quindi, non verranno indicizzate o avranno basso PR. Per tale motivo un sito web ben ottimizzato per essere posizionato al meglio nei motori di ricerca non ha pagine collegate tra loro "a cascata", ma "in orizzontale" e con *link* ad altre pagine pertinenti.

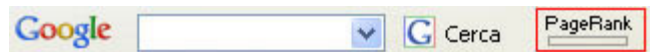
Un aspetto importante di una **consulenza SEO** è dunque gestire in modo corretto e vantaggioso la *link popularity* di un sito web, utilizzando gli strumenti SEO più efficaci e soprattutto leciti per incrementarla.

Nella sezione dedicata alle azioni per l'**incremento della *link popularity*** viene spiegata l'importanza dell'analisi dei *link* che si ricevono, dei *link* interni fra le varie

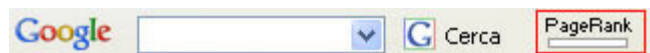
pagine del sito e dei *link* uscenti verso altri siti, della loro ottimizzazione e delle azioni più utili ed efficaci per aumentare la popolarità del proprio sito web, a vantaggio anche del *Page Rank*.

Per poter conoscere il Google *Page Rank* di un sito o di una determinata pagina web si può utilizzare la **Google Toolbar**, che presenta un indicatore colorato che fornisce le seguenti indicazioni:

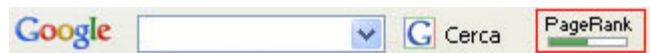
- indicatore grigio: la pagina non è presente negli archivi di Google, o perché non è ancora stata indicizzata dal motore di ricerca o perché è stata "bannata" in seguito all'uso di tecniche di *spam* da parte del sito web in questione



- indicatore bianco: valore di PR < 1, ciò può significare che la pagina riceve pochissimi *link* da altre pagine, oppure che Google non ne ha ancora calcolato il valore di PR



- indicatore verde: PR= 1 o PR > 1, la larghezza della barretta verde indica il valore di PR della pagina, per cui più la parte verde è ampia e più alto è il valore del suo *Page Rank*



Nonostante l'importanza del *Page Rank* e della costruzione di una buona *link popularity* è fondamentale ricordare che il sistema migliore per ottenere buoni valori di entrambi è sempre e solo rappresentato dai contenuti del proprio sito web. I contenuti ben ottimizzati, unici, esaurienti, utili e scritti in maniera efficace costituiscono il sistema migliore per ricevere *link* spontanei di qualità da altri siti web di argomento attinente a quello trattato dal proprio sito e migliorarne di conseguenza l'indicizzazione nei motori di ricerca.

Diviene quindi importante ricevere una adeguata **consulenza SEO per l'ottimizzazione dei contenuti**, utilizzando le opportunità fornite dal corretto uso degli **strumenti SEO** per migliorare l'ottimizzazione del sito web ed il suo posizionamento nei motori di ricerca.

---

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