

Link Popularity

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 18/11/2008

Lo strumento della Link Popularity è uno dei più utili ed efficaci per migliorare il posizionamento di un sito web nei motori di ricerca. Costruire una rete di link in entrata e in uscita di elevata qualità e tematizzazione favorisce il sito e lo aiuta a diventare di riferimento per il settore in cui opera.

Uno degli aspetti maggiormente intricati del processo di ottimizzazione di un sito web in funzione del suo miglior posizionamento sul motore di ricerca è quello della costruzione di links in entrata di elevata qualità. E' noto che la presenza di links di questa natura contribuisce a migliorare il livello di link popularity e il posizionamento sul motore di ricerca. I motori apprezzano i siti web con alto livello di popolarità e lo ritengono rilevante per l'argomento che approfondisce.

Ecco una serie di linee guida da considerare nella ricerca di link in entrata o di siti di cui potremmo ospitare il link.

1. **Differenza tra link naturali e artificiali.** Una link popularity artificiale potrebbe penalizzare il sito. I link devono essere naturali, spontanei ed eterogenei.
2. **Qualità, non quantità.** Scegliere i link secondo l'utilità che possono avere per l'utente. Alcuni link possono essere controproducenti.
3. **Portali e directory.** Inserire link su portali, directory e cataloghi, scegliendo sezioni tematiche.
4. **Link in altri siti.** Cercare siti tematici e non concorrenti a cui chiedere l'inserimento del link.
5. **Evoluzione nel tempo.** Prolungare la ricerca di nuovi link in un lungo periodo di tempo per evitare una crescita troppo veloce e forzata dei link.
6. **Anchor text.** Variare le parti di testo da cliccare aiuta a migliorare il posizionamento per parole o frasi chiave diverse e rende il link più naturale per il motore di ricerca.
7. **Testo attorno ai link.** Il link immerso nel testo appare naturale, oltre che contestualizzato per questo ha più valore.
8. **Link su immagini e ALT Text.** Utilizzare anche immagini come link e fare buon uso anche del testo alternativo dell'immagine.

9. **La posizione del link.** Valutare la posizione del link nella pagina. Un link nel primo paragrafo ha un valore superiore ad un link a fondo pagina.
10. **Backlink a pagine interne.** È importante far puntare i backlink anche a pagine interne. È difficile posizionare il sito solo con link su un'unica pagina (es.Home page).
11. **Pagine con Paghe Rank 0.** Quindi non trascurate queste pagine ragionando solo in termini di Page Rank. Meglio valutare l'utilità per l'utente.
12. **Stop word.** Un link può essere svalutato dalla vicinanza di parole come "sponsor", "scambio link", "pubblicità" ecc....
13. **ODP.** Open Directory Project, più noto come **DMOZ**, è la più grande ed importante directory esistente. Vale quindi la pena segnalare il proprio sito.
14. **Links non solo da siti commerciali.** I domini .edu., .gov., .mil ecc. Links ricevuti da siti di questo tipo sono pertanto molto positivi anche se spesso difficili da ottenere.
15. **Chiedere a testimonials.** Chiedere anche ai propri clienti di inserire sul proprio sito una pagina web con un link al vostro sito, in cui parlano dell'entusiasmo e del livello di soddisfazione generato dai vostri prodotti/servizi.
16. **Post su Blog.** Blog e forum sono delle ottime soluzioni per accrescere la quantità dei links che il proprio sito riceve.
17. **Consistenza delle URL.** È utile dunque mantenere una consistenza del formato delle URL con cui farsi lineare, mantenendola invariata nell'ambito del progetto di link strategy. Se non viene rispettata questa regola il risultato è quello di vedere frammentato il proprio potenziale, suddividendolo per ogni URL utilizzata.
18. **Link out-bound.** I link che da una pagina puntano a pagine di altri siti sono molto importanti in quanto consentono alla pagina che li contiene di aumentare l'attinenza ad un tema.
19. **Link in-bound.** Contattare siti che ospitano link non utili per richiedere l'eliminazione o la modifica del link, inserendo un link ottimizzato.
20. **L'acquisto di link.** Valutare accuratamente un sito prima di procedere all'acquisto di un link ed evitate quelli che promuovono una gran quantità di siti e le link farm.
21. **Acquistare link senza parole chiave.** Se si acquistano dei link fare in modo che alcuni di essi non presentino alcuna keyword in modo da apparire il più naturali possibile.
22. **Sistemi automatici di link building.** Evitate di ricorrere ad automatismi che pubblicano post su centinaia di blog contemporaneamente ed anche al referrer spam o a quello nei commenti, sono metodi sfavoriti dal motore di ricerca.

23. **Link in affitto.** I link in entrata iniziano a dare i loro frutti dopo un certo periodo ed il vero valore lo si costruisce con un buon numero di link stabili e permanenti.
24. **Google suggerisce i siti migliori.** I primi siti suggeriti da Google per una parola chiave sono una buona base per costruire la link popularity.
25. **Contenuti.** Inserire contenuti utili, esaurienti, ottimizzati e di qualità è il modo migliore per incoraggiare altri siti web ad inserire links spontanei.
26. **News.** L'inserimento frequente di news interessanti e l'aggiornamento del sito spingono altri siti del settore a linkare il sito come punto di riferimento per aggiornamenti sul 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