

## Glossario

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 26/11/2008

Per approfondire la conoscenza tecnica dei termini relativi alle attività di ottimizzazione per i motori di ricerca, si fornisce un glossario dei principali termini utilizzati nel SEO. Il glossario è suddiviso per argomenti, all'interno dei quali sono riportate in ordine alfabetico le parole e le frasi di uso comune nel SEO.

### Directory

**Directory:** sito esplicitamente dedicato a raccogliere elenchi di siti web suddivisi per categorie.

**Directory page:** pagina contenente i link ad altre pagine web.

### Google

**Google:** il motore di ricerca utilizzato da circa il 90% degli utenti italiani di Internet.

**Google bomb:** si tratta di un insieme di sforzi combinati di molti *webmasters* con l'obiettivo di modificare i risultati di ricerca di Google, usualmente per finalità umoristiche.

**Google bowling:** tentativo di abbassare il posizionamento di un sito web in Google linkandolo da siti web "bannati" da Google.

**Google dance:** variazioni di posizionamento in Google causate da aggiornamenti dell'algoritmo di ricerca di Google o del suo database. Può anche verificarsi nel periodo di tempo durante il quale l'indice di Google viene aggiornato quando differenti *data centers* dispongono di dati differenti.

**Google juice:** "fiducia" da parte di Google che fluisce attraverso link uscenti verso altre pagine web a partire da siti in *trust rank* per Google.

**Googlebot:** è lo *spider* di Google.

**Hub:** o *expert page*, è una *trusted page* (ovvero una pagina in *trust rank* per Google, ovvero di cui Google ha fiducia) con contenuti di alta qualità che link altre pagine a tema con essi.

**Pagerank:** (PR) valore fra 0 e 10 assegnato ad una pagina web dall'algoritmo di Google, che quantifica la *link popularity* e l'affidabilità della pagina. Non è necessariamente uguale al valore del *Toolbar Pagerank*.

**Sandbox:** ipotetica "scatola di sabbia" virtuale in cui Google inserirebbe i siti web nuovi per evitare che vengano indicizzati prima che sia passato un certo periodo di tempo. L'esistenza e il comportamento della *sandbox* non è universalmente accettata da parte dei SEO Specialist.

**Toolbar pagerank:** valore fra 0 e 1 assegnato ad una pagina web dall'algoritmo di Google per quantificarne l'importanza e che non coincide con il *pagerank*, aggiornato poche volte l'anno.

**Trust rank:** metodo di Google per discernere fra pagine di valore e pagine spam in base alle relazioni di link con pagine affidabili valutate da persone (*seed pages*).

## **Keyword**

**Keyword:** la parola utilizzata da un navigatore per effettuare una ricerca in un motore di ricerca.

**Key phrase:** la frase di più parole utilizzata da un navigatore per effettuare una ricerca in un motore di ricerca.

**Keyword cannibalization:** utilizzo eccessivo della stessa *keyword* in troppe pagine dello stesso sito web che rende difficoltoso, per un utente o uno *spider*, il determinare quale pagina del sito è più rilevante per quella parola chiave.

**Keyword density:** percentuale di volte che una parola chiave compare nel testo di una pagina web. Se tale valore è innaturalmente troppo elevato la pagina può venire penalizzata dal motore di ricerca.

**Keyword research:** analisi che permette di determinare quale parola chiave è più adatta per attrarre su un sito web un determinato *target* di visitatori.

**Keyword stuffing:** o *keyword spam*, densità di parole chiave inappropriatamente elevata. Si ha quando il testo di una pagina web è eccessivamente "imbottito" di parole chiave.

## Link

**Back link:** detti anche *inlink*, *incoming link* o *inbound link*, si tratta di ogni link ad una pagina o sito proveniente da altre pagine di altri siti web.

**In bound link:** o *inlink* o *incoming link*, sono i link entranti verso una pagina web e provenienti da altre pagine web.

**Link:** collegamento su una parola, una frase o una immagine presenti in una pagina web che permette di accedere ad un'altra pagina web.

**Link bait:** pagina web con contenuti utili ed interessanti che ha la finalità di attrarre collegamenti naturali da altre pagine web con lo stesso tema.

**Link building:** attività finalizzata ad ottenere link in entrata verso il proprio sito web per incrementarne la *link popularity*.

**Link exchange:** scambio di link fra pagine di siti web differenti. Si tratta di una tecnica che non fornisce valore aggiunto al fine di migliorare la *link popularity* e il *page rank* di un sito web

**Link farm:** gruppo di siti che si linkano l'uno con l'altro.

**Link partner:** o *link exchange* o *reciprocal linking*, due o più siti web che si linkano l'uno con l'altro. I motori di ricerca usualmente non attribuiscono particolare valore a tali link trattandosi di link reciproci.

**Link popularity:** misura della popolarità e del valore di un sito web basata sul numero e la qualità dei siti da cui riceve dei link.

**Link spam:** link indesiderati o innaturali, come quelli inseriti nei post del blog, finalizzati ad aumentare la *link popularity* di un sito web.

**Link text:** o *anchor text*, è il testo di un link visibile all'utente, ovvero le parole o frasi linkate. I motori di ricerca utilizzano gli *anchor text* per determinare la rilevanza di un link e di una pagina rispetto al contenuto della pagina a cui il link conduce.

**Non reciprocal link:** link spontanei che non corrispondono ad uno scambio di link. I motori di ricerca danno un maggior valore ai link spontanei verso una pagina web rispetto ai link reciproci, poiché indicano un interesse da parte di altri siti web per i contenuti trattati nella pagina.

**Organic links:** link ad altri siti web che vengono pubblicati dal webmaster poiché egli reputa che tali altri siti web possano dare un valore aggiunto al proprio sito.

**Outlink:** link in uscita dal proprio sito verso altri siti.

**Reciprocal link:** link scambiati fra due o più siti web.

**Text link:** link testuale in HTML che non coinvolge grafica o codice speciale, come flash o java script.

## **Motori di ricerca**

**Banning:** esclusione di un sito o di un dominio dai risultati di un motore di ricerca in quanto utilizza tecniche SEO di tipo *black hat* non ammesse dai motori di ricerca.

**Bot:** detto anche *robot*, *spider* o *crawler*, è un programma utilizzato dai motori di ricerca per trovare nuove pagine web e aggiungerle ai loro indici o database.

**Crawler:** detto anche *bot* o *spider*, è un programma utilizzato dai motori di ricerca che analizza tutto il web seguendo i link fra siti web per trovare nuove pagine e aggiungerle ai loro indici o database.

**GYM:** Google - Yahoo – Microsoft Msn Search, i tre principali motori di ricerca.

**Indexed pages:** sono le pagine di un sito web che sono state indicizzate da un motore di ricerca.

**Long tail:** frasi più lunghe di 2 o 3 parole chiave utilizzate nelle ricerche (*queries*) per ottenere dei risultati molto specifici.

**LSI:** (*Latent semantic indexing*) è la capacità di un motore di ricerca di associare gruppi di parole in un documento.

**META tags:** istruzioni all'interno della sezione HEAD di una pagina web che forniscono informazioni sulla pagina ai motori di ricerca e non visibili dall'utente nella pagina stessa. I meta tag TITLE e DESCRIPTION vengono spesso visualizzati nei risultati delle ricerche per mostrare al navigatore di cosa tratta la pagina.

**Natural search results:** sono i risultati dei motori di ricerca che non hanno a che fare con i link sponsorizzati o a pagamento.

**Nofollow:** comando HTML che indica allo spider di un motore di ricerca di non seguire i link presenti nella pagina o il singolo link in cui è inserito.

**Noindex:** comando HTML che indica allo spider di un motore di ricerca di non indicizzare la pagina in cui è inserito.

**Ranking:** posizionamento nei risultati naturali delle ricerche.

**Report:** rapporto che illustra il posizionamento raggiunto da un sito web nei vari motori di ricerca e directory rispetto alle parole chiave di interesse.

**Robot:** detto anche *bot*, *spider* o *crawler*, è un programma utilizzato dai motori di ricerca per trovare nuove pagine web e aggiungerle ai loro indici o database.

**Robots.txt:** file nella *root directory* di un sito web utilizzato per imporre delle restrizioni agli spider dei motori di ricerca al fine di non far indicizzare determinate pagine di un sito web.

**SE:** (*Search Engine*) motore di ricerca, ovvero programma che cerca documenti o gruppi di documenti che corrispondano alla/e parola/e utilizzate da un navigatore per effettuare una ricerca sul web e che fornisce un elenco delle corrispondenze più rilevanti.

**Search engine spam:** pagine create al fine di fare in modo che i motori di ricerca forniscano risultati meno rilevanti o inappropriati rispetto alla ricerca effettuata.

**SERP:** (*Search Engine Results Page*) elenco delle pagine che compaiono nei risultati naturali delle ricerche.

**Spider:** detto anche *bot*, *robot* o *crawler*, è un programma utilizzato dai motori di ricerca per trovare nuove pagine web e aggiungerle ai loro indici o database.

**Submission:** attività di registrazione di un sito web in un motore di ricerca o directory.

**Supplemental index:** o *supplemental results*, pagine con basso *page rank* che sono comunque ancora rilevanti rispetto ad una ricerca effettuata.

## SEO (Search Engine Optimization)

**Black hat:** tecniche di ottimizzazione per i motori di ricerca che sono contrarie alle direttive e linee guida di ottimizzazione fornite dai motori di ricerca, come le *Google Webmaster Guidelines*.

**Cloak:** tecnica di tipo *black hat* che consiste nel fornire allo spider di un motore di ricerca un contenuto diverso da quello che viene mostrato ad un utente umano. Tale tecnica è vietata dai motori di ricerca e può comportare la rimozione del sito e del suo dominio dai risultati forniti dal motore.

**Code swapping:** detto anche *bait and switch* (adesca e cambia), consiste nel cambiare il contenuto di una pagina web dopo aver raggiunto un alto posizionamento nei motori di ricerca.

**Comment spam:** inserimento di commenti in *blog* con l'intento di creare *inlink* verso altri siti.

**Content:** o *text* o *copy*, è la porzione di una pagina web che ha valore per gli interessi di un visitatore. I menù di navigazione, i banner pubblicitari o i marchi non sono usualmente considerati contenuto utile.

**Doorway:** o *gateway*, è una pagina disegnata specificatamente per attrarre traffico da un motore di ricerca e che reindirizza i visitatori (ma non gli *spiders*) verso altri siti o pagine. Si tratta quindi di una tecnica SEO di *black hat*, dal momento che mostra contenuti differenti al visitatore e al motore di ricerca.

**Duplicate content:** contenuti simili o identici a quelli presenti in altre pagine web. Un sito che fornisce contenuti duplicati potrebbe non essere penalizzato da un motore di ricerca, ma riceverà poca considerazione da esso rispetto al sito che il motore di ricerca considera come l'originale da cui il contenuto è stato copiato.

**Gateway page:** o *doorway page*, è una pagina disegnata specificatamente per attrarre traffico da un motore di ricerca e che reindirizza i visitatori (ma non gli

*spiders*) verso altri siti o pagine. Si tratta di una tecnica SEO sconsigliata con lo stesso effetto del *cloaking*, dal momento che al visitatore e al motore di ricerca vengono forniti contenuti differenti.

**SEO:** attività finalizzata ad ottenere il più alto posizionamento possibile nei risultati naturali di un motore di ricerca. Più alta è la posizione nei risultati e maggiore è la possibilità che un sito venga visitato. L'attività di SEO riguarda ogni aspetto del sito web: dai contenuti testuali, ai link, alle immagini, alle animazioni flash, ai meta tag, ecc...

**White hat:** tecniche di ottimizzazione per i motori di ricerca che rispettano le direttive e linee guida di ottimizzazione fornite dai motori di ricerca, come le *Google Webmaster Guidelines*, e non tentano di manipolare i risultati delle ricerche.

## **SEM (Search Engine Marketing)**

**Conversion:** raggiungimento dell'obiettivo che la pagina web si pone, come l'iscrizione al sito, l'iscrizione ad una *newsletter*, un click ad un'altra pagina o ad un annuncio pubblicitari, la compilazione di un modulo, il completamento di un ordine di acquisto, ecc...

**Conversion rate:** percentuale di utenti che hanno dato origine ad una conversione (rapporto fra numero di conversioni effettuate e numero di visitatori unici).

**CPC (Cost Per Click):** importo pagato da chi effettua una pubblicità su un sito web per ogni click ricevuto da un visitatore.

**CPM (Cost Per Thousand impressions):** misura statistica utilizzata per quantificare il rapporto valore / costo di una campagna pubblicitaria Pay Per Click.

**CSS (Cascading Style Sheet):** i fogli di stile a cascata permettono di definire la rappresentazione di documenti HTML e XHTML separando i contenuti dalla formattazione, con il risultato di una programmazione più chiara e facile da utilizzare, sia per gli autori delle pagine web che per gli utenti. I CSS permettono di arricchire l'aspetto visuale ed estetico di una pagina separando il contenuto dalla presentazione,

facilitando la creazione e manutenzione di un sito web. Infatti la modifica delle informazioni memorizzate in un solo file CSS ha come conseguenza la modifica nella formattazione di tutte le pagine di un sito senza doverle modificare singolarmente.

**Landing page:** la pagina di "atterraggio" in cui un utente perviene dopo aver cliccato su un link di un risultato in un motore di ricerca.

**Pay for inclusion:** (PFI) pagamento richiesto per essere inseriti in una directory o un motore di ricerca.

**Pay Per Action:** (PPA) simile al Pay Per Click, ma chi ospita il link a pagamento viene pagato solo se il click comporta una conversione.

**Pay Per Click:** (PPC) sistema pubblicitario in cui chi pubblica un annuncio paga ogni volta che un navigatore effettua un click sull'annuncio. Google Adwords è un esempio di *PPC advertising*.

**ROI:** (*Return On Investment*) parametro che valuta il rapporto costi benefici di un investimento, in particolare di tipo pubblicitario.

**SEM:** (*Search Engine Marketing*) insieme di azioni associate alla ricerca, indicizzazione e posizionamento di un sito web in un motore di ricerca in modo da ottenere la massima visibilità e traffico per il sito. Comprende azioni quali l'ottimizzazione SEO, il *web advertising*, i link sponsorizzati (PPC).

## Sito web

**Bounce rate:** è la percentuale di visitatori che entrano in un sito e lo abbandonano senza visitare nessuna altra pagina.

**Browser:** programma per la navigazione in Internet e la visualizzazione delle pagine web, come Mozilla Firefox, Internet Explorer, Safari, Opera, ecc...

**Frames:** riquadri del *browser* in cui vengono visualizzate contemporaneamente pagine web differenti. L'utilizzo di *frames* è sconsigliato in quanto gli spider dei motori di ricerca non leggono correttamente le informazioni in essi contenute.

**Hit:** o accesso, è ciò che avviene ogni volta che il server su cui risiede il sito web invia al *browser* un oggetto, come una pagina, immagini, file, animazioni flash ecc...

Pertanto una stessa pagina web può dare origine a più *hit* o accessi, in base al numero di oggetti che contiene.

**HTML:** *Hyper Text Markup Language*, è il linguaggio di formattazione del testo che viene utilizzato per realizzare le pagine web e che viene letto dagli *spider* dei motori di ricerca ed interpretato dal *browser* per dare origine alle pagine visualizzate dal navigatore.

**Impression:** o *page view*, è l'evento di visualizzazione di una pagina.

**Mirror site:** sito identico accessibile tramite un differente indirizzo (URL).

**Scrape:** copia di contenuti da un altro sito web.

**Site map:** mappa del sito, ovvero pagina contenente i link a tutte le pagine accessibili del sito per velocizzare la reperibilità delle informazioni da parte dell'utente e dello *spider* del motore di ricerca.

**Splash page:** pagina spesso animata o con solo grafica senza rilevanti contenuti testuali che costituisce la porta di accesso ad un sito web. Se non viene opportunamente ottimizzata rischia di passare inosservata da parte degli *spider* dei motori di ricerca.

**URL:** (*Uniform Resource Locator*) indirizzo di un sito web, il classico [www...](http://www...)

**URL-Rewriting:** metodo per trasformare un indirizzo web dinamico in un indirizzo statico più utile per il posizionamento nei motori di ricerca. In pratica l'URL-Rewriting fa in modo che il server "riscriva" in maniera "statica" gli indirizzi dinamici, basandosi sulle regole di gestione degli indirizzi impostate sul server in cui è ospitato il sito web. L'utilizzo di questa tecnica varia in base alla tecnologia dei sistemi, richiede tempo ed esperienza, e va tenuta in considerazione sin dalla fase di progettazione di un sito web.

**XML sitemap:** mappa del sito in formato XML inserita nella *root directory* che ha il compito di facilitare agli spider dei motori di ricerca la rintracciabilità ed indicizzazione di tutte le pagine del sito web.

## **Glossario del SEO italiano:**

**Analisi delle keyword:** attività di analisi quantitativa e qualitativa che permette di individuare le parole chiave più adatte per l'ottimizzazione di un sito web ed il suo posizionamento nei motori di ricerca.

**Frase chiave:** insieme di più parole chiave che un navigatore può utilizzare nelle sue ricerche.

**Indicizzazione:** inserimento di un sito web o di una pagina web nell'indice dei motori di ricerca.

**Mantenimento:** attività volte a migliorare l'ottimizzazione di un sito web ed il suo posizionamento nei motori di ricerca.

**Monitoraggio:** verifica periodica del posizionamento raggiunto da un sito web nei risultati delle ricerche rispetto alle parole chiave di interesse.

**Motore di ricerca:** programma che cerca documenti o gruppi di documenti che corrispondano alla/e parola/e utilizzate da un navigatore per effettuare una ricerca sul web e che fornisce un elenco delle corrispondenze più rilevanti.

**Ottimizzazione:** insieme di attività volte a migliorare il posizionamento di un sito web nei motori di ricerca.

**Parola chiave:** parola utilizzata da un navigatore per effettuare una ricerca.

**Piramide di keyword:** elenco di parole o frasi chiave particolarmente efficaci per il posizionamento di un sito web nei motori di ricerca.

**Posizionamento:** posizione raggiunta da un sito web nei risultati naturali di un motore di ricerca.

**Specifiche di ottimizzazione:** elenco dettagliato delle caratteristiche a cui deve soddisfare un sito web per essere ottimizzato per i 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