

La fine del meta keywords

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 01/10/2009

Google conferma ufficialmente l'inutilità del meta tag keywords ai fini del posizionamento nel motore di ricerca e ne decreta di fatto l'inutilità nell'utilizzo.

L'utilità del meta tag KEYWORDS ai fini del posizionamento nei motori di ricerca è sempre stato un argomento di discussione da parte degli specialisti SEO. Da alcuni anni l'utilizzo di questo meta dato è considerato da molti SEO come **ininfluente ai fini del ranking**, in particolare per il posizionamento in Google. Anzi, in caso di scorretto utilizzo inserendo decine e decine di parole chiave nel meta (*keywords stuffing*), si ottiene un effetto deleterio in quanto si cade facilmente in penalizzazioni per sovraottimizzazione da parte di Google, che considera questa pratica come una attività di spam.

Fino ad ora tutte le considerazioni in merito all'utilità di tale meta tag erano legate a supposizioni, ipotesi e test, senza una **conferma ufficiale da parte di Google** in primis. Verso la fine di settembre 2009 la conferma ufficiale è arrivata, tramite il portavoce Matt Cutts che, nell'Official Google Webmaster Central Blog (googlewebmastercentral.blogspot.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html), ha dichiarato che *"Google does not use the keywords meta tag in web ranking"* (Google non utilizza il meta tag keywords nel web ranking).

Riassumiamo le "vicissitudini" di questo meta tag, dalle finalità che aveva in passato ai motivi della sua "decadenza", con alcune domande e risposte:

Cosa è e a cosa serve il meta tag keywords?

Il meta tag keywords è stato introdotto per indicare ai primi motori di ricerca, tramite delle parole chiave, gli argomenti trattati in una pagina web. Le capacità dei primi algoritmi di ricerca erano piuttosto limitate e quindi era necessario fornire delle indicazioni per far capire loro se l'argomento trattato in una pagina poteva o meno soddisfare una ricerca effettuata da un utente del motore. Dunque le parole chiave contenute nel meta keywords avevano la finalità di rappresentare il contenuto della pagina e facilitare al motore la comprensione dell'argomento trattato, non di migliorare il posizionamento della pagina stessa.

Come si utilizza correttamente il meta tag keywords?

La struttura del meta tag è la seguente:

```
<META NAME="keywords"  
CONTENT="parolachiave1,parolachiave2,parolachiave3,ecc...">
```

Le keyword sono separate da virgole, altro argomento di discussione fra gli esperti in ottimizzazione e posizionamento dei siti web: c'è chi consiglia di non usare virgole e chi di separare le parole con una virgola e uno spazio. Uno dei metodi considerati più corretti e condivisi è quello di separare le keyword solo con una virgola senza spazio, in modo da non introdurre caratteri inutili.

Un aspetto fondamentale riguarda il **numero della parole chiave** da inserire: non bisogna eccedere in numero, meglio inserire poche parole (addirittura anche una sola) che identifichino bene l'argomento trattato dalla pagina. In alcun modo vanno inserite decine e decine di parole e tanto meno ripetute.

Un altro importante elemento è la **coerenza delle parole chiave** fra di loro e con i contenuti della pagina: non ha alcun senso inserire keyword generiche e completamente diverse fra di loro solo perché la persona o l'azienda proprietaria del sito web si occupa di tante attività! Spesso si trovano elenchi lunghissimi di parole irrilevanti rispetto ai contenuti della pagina e che non hanno alcuna coerenza fra di loro, solo perché si pensa di poter così soddisfare il maggior numero possibile di ricerche relative ad un determinato settore commerciale, neanche ad uno specifico argomento! Niente di più inutile e deleterio, tanto più che così si cade nel keyword stuffing. Una volta individuate le parole chiave che rappresentano bene solo i contenuti della pagina, è necessario controllare che esse siano presenti nei testi. Tutte le keyword presenti nel meta tag dovrebbero apparire anche nel testo della pagina, mantenendo la qualità dei contenuti e la leggibilità dei testi.

Infine un aspetto ritenuto importante nella composizione del meta keywords è la **posizione delle parole chiave** all'interno dell'elenco: le parole elencate ai primi posti venivano considerate dai motori di ricerca più rilevanti rispetto a quelle successive. Pertanto si considera utile inserire tra le prime parole quelle che vengono utilizzate con maggiore frequenza nelle ricerche degli utenti dei motori.

Perché Google non utilizza il meta tag keywords?

L'uso improprio del meta keywords, "imbottito" di parole irrilevanti rispetto ai contenuti di una pagina, ha decretato la sua fine come aiuto all'indicizzazione e posizionamento delle pagine e dei siti web nei risultati dei motori di ricerca. Pertanto ormai da tempo il meta keywords viene completamente ignorato da "quasi" tutti i motori di ricerca, "quasi" in quanto Inktomi e Teoma (tecnologie di ricerca su cui si basava anche Yahoo) e forse Msn ancora ne fanno uso.

Gli attuali motori di ricerca, Google per primo, sono definitivamente orientati ai contenuti delle pagine e fanno uso di tale meta tag solo in maniera accessoria e subordinata. Google ne ha dunque deprecato l'utilizzo proprio a causa dell'abuso che se ne faceva nel *search engine spamming* ed ha dichiarato che "al momento esso non ha alcun effetto nel posizionamento": "*Our web search disregards keyword metatags completely. They simply don't have any effect in our search ranking at present.*" Questa affermazione è la conferma che il meta tag keywords è assolutamente ininfluenza per il posizionamento su Google.

Viene finalmente a cadere la convinzione, spesso diffusa fra clienti di agenzie web e SEO poco aggiornate e professionali, che per ottenere un buon posizionamento nei motori di ricerca sia sufficiente inserire molte parole chiavi nel meta keywords.

Google ha mai utilizzato il meta tag keywords per il posizionamento?

La risposta ufficiale di Google è: "in una sola parola, no". Google invero vende una *Search Appliance* in grado di filtrare la ricerca in base ai meta tag, incluso il meta keywords. Ma tale applicazione lavora a livello *enterprise*, e non a livello web, ovvero non nel motore di ricerca che viene utilizzato ogni giorno da milioni di persone in tutto il mondo.

Stando al portavoce Matt Cutts "è possibile che Google possa utilizzare le informazioni del meta keywords in futuro, ma è poco probabile. Google ha ignorato il meta tag keywords per anni, e al momento non si vede il motivo per cui debba cambiare questa politica."

La stessa sorte del meta keywords toccherà anche al meta description?

Google incoraggia l'utilizzo del meta tag description, sebbene esso venga utilizzato dall'algoritmo non per il posizionamento, ma come anteprima dei risultati di ricerca, ovvero come testo da mostrare nei cosiddetti "*snippet*", i brevi abstract che compaiono sotto al titolo del sito web nell'elenco dei risultati. Tale testo mantiene una sua elevata importanza: infatti corrisponde, per chi effettua la ricerca, ad una sorta di

anteprima dell'intera pagina e quindi ha un ruolo fondamentale per stimolare l'utente a cliccare sul risultato.

Per altro non sempre Google visualizza il contenuto del meta tag description nello snippet, in alcuni casi estrae i primi contenuti testuali rilevanti con la ricerca presenti nella pagina. In ogni caso anche tale tag non influenza il posizionamento in Google.

Il meta keywords e description influiscono sul posizionamento nei motori di ricerca?

L'utilizzo o meno dei meta tag keyword e description non comporta differenze nel posizionamento nelle SERP, a meno che non siano usati per scopi di spam. In tal caso l'effetto può ben esserci e solo negativo, con pesanti penalizzazioni nel ranking o addirittura esclusioni dagli indici (*banning*).

Ha senso continuare ad utilizzare il meta keywords?

Se utilizzato correttamente il meta tag keywords può ancora essere un utile strumento ai fini della definizione dei contenuti di una pagina web, a patto che le parole chiave in esso contenute trovino un riscontro nel contenuto testuale effettivo della pagina.

Se invece l'intento di utilizzarlo è quello di migliorare il posizionamento della pagina... è ormai tempo perso!

1mas srl

www.1mas.it

V.le S. Eufemia, 34

25135 Brescia (BS)

+39 030 369 6400

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