

Come utilizzare al meglio le keyword

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 21/04/2010

Alcuni aspetti di cui tenere conto nell'ottimizzazione di un sito web per i motori di ricerca: la scelta delle keyword, la presenza delle keyword negli URL e nei tag heading, i concetti di keyword density, proximity e prominence.

L'utilizzo delle keyword è uno dei fattori principali per il posizionamento nei motori di ricerca, ma il successo del posizionamento dipende da alcuni aspetti relativi a come le parole chiave vengono utilizzate per ottimizzare il sito web:

- la scelta delle keyword
- la presenza delle keyword nell'URL
- la presenza delle keyword nei TITLE di pagina
- la presenza delle keyword nei tag heading
- la keyword density, proximity e prominence

La scelta delle keyword

Nello scegliere le parole chiave con cui ottimizzare il sito web è importante tenere presenti alcuni semplici aspetti:

1. il 70% degli utenti effettua ricerche nei motori utilizzando 2 o più parole chiave, ovvero delle **keyphrases** (frase chiave) piuttosto che delle **keywords** (parole chiave)
2. utilizzare le keyword e keyphrases che vengono effettivamente e maggiormente ricercate nei motori, ovvero quelle con elevato numero di ricerche mensili
3. utilizzare parole chiave con numeri di risultati, e quindi concorrenti, non eccessivi
4. una frase chiave crea più combinazioni di parole e quindi ha più possibilità di centrare le ricerche dell'utente

5. una keyword singola è più difficile da posizionare rispetto ad una keyphrases

Pertanto nello scegliere le parole e frasi chiave non bisogna dimenticarsi il risultato che si vuole ottenere in termini di obiettivi del sito web: una keyphrase è più produttiva di una keyword poiché corrisponde a ricerche più mirate degli utenti.

Inoltre mediante l'uso di keyphrases mirate si riescono ad ottenere decine di combinazioni di keywords che portano una pagina a posizionarsi bene non solo per 1 o 2 parole ma per un numero più elevato di keywords. In tal modo la pagina otterrà una visibilità maggiore nei motori di ricerca.

La presenza delle keyword nell'URL

La presenza delle keywords nell'URL (ovvero indirizzo) di una pagina è uno dei tanti fattori di posizionamento (l'algoritmo di Google ne considera più di 200!), ma non è un fattore assolutamente determinante per un buon posizionamento.

In particolare, stando ai Search Engine Ranking Factors di SeoMoz, una keyword nell'URL viene considerata avere praticamente lo stesso peso sia che si trovi in un dominio di terzo livello (es: noleggiobarcavela.lamiabarca.it) che nel percorso delle cartelle o nomi dei file delle pagine (es: www.lamiabarca.it/noleggiobarcavela o www.lamiabarca.it/noleggiobarcavela.htm). Fa invece eccezione la presenza della parola chiave nel dominio principale di secondo livello (es: www.noleggiobarcavela.it).

Il principale motivo per cui le parole chiave nell'URL sono importanti sono legate ad uno dei principali fattori di posizionamento, ovvero la **link popularity**.

Il posizionamento migliora quando si ricevono "buoni link spontanei" e i buoni link sono quelli che arrivano da siti pertinenti con testi di ancoraggio del link (anchor text) pertinenti.

Il modo più semplice con cui vengono creati link da parte dei visitatori di un sito che trovano interessante una pagina è copiare l'URL della pagina ed incollarlo nel proprio sito, in un blog o in un forum.

Se l'URL contiene già la keyword ecco che ognuno di questi link la conterrà nel testo di ancoraggio del link stesso, creando così un link pertinente. Questo è un motivo importante per cui utilizzare le parole chiave negli URL delle pagine web.

La presenza delle keyword nei TITLE di pagina

Il TITLE di pagina è il tag HTML che definisce il titolo della pagina che compare nella barra del titolo della finestra del browser e nel testo linkato dei risultati dei motori di ricerca.

Si tratta quindi di una frase ben visibile all'utente e che spesso determina la sua scelta di cliccare o meno su un risultato fornito dal motore di ricerca usato.

La presenza di una **parola chiave nel TITLE** di pagina è quindi un fondamentale fattore di posizionamento, in quanto costituisce sia un parametro ben valutato dal motore di ricerca che lo stimolo principale che induce l'utente che ha effettuato la ricerca con quella parola chiave a cliccare sul risultato.

La presenza delle keyword nei tag heading

I tag heading (intestazioni) sono dei tag HTML che definiscono la struttura semantica di un testo e si suddividono in una serie di heading da H1 ad H6 in ordine di importanza decrescente.

Un titolo di pagina identifica l'argomento trattato dalla pagina e quindi va inserito nel tag principale e più importante H1 e così a scendere di importanza per i vari sottotitoli presenti nella pagina.

Inserendo una **keyword in un tag H1** relativo al titolo di una pagina (ad esempio nel nome di un prodotto nel caso di un sito e-commerce) si rafforzerà l'importanza della keyword, dato che sarà associata all'intestazione più importante della pagina.

Il motore di ricerca stesso, dato il peso che assegna ai tag H1, capirà che quella keyword è la più importante nella pagina e quindi assegnerà un punteggio maggiore nella valutazione della corrispondenza fra ricerca effettuata dall'utente e contenuto della pagina in grado di soddisfare la ricerca.

La keyword density, proximity e prominence

I concetti di keyword density, proximity e prominence sono alquanto importanti per ottimizzare le pagine di un sito web con le parole chiave scelte come obiettivo del posizionamento nei motori di ricerca.

Vediamo in dettaglio questi tre concetti nell'utilizzo delle keyword:

- **Keyword density:** è la frequenza con cui una certa keyword o keyphrase compare in una pagina web, ovvero il rapporto fra il numero di volte che compare e il numero totale di parole presenti nella pagina. Se ad esempio la pagina contiene 600 parole e la keyword compare 25 volte, la keyword density di quella parola chiave è pari al 4%. In genere si ritiene che la keyword density non debba superare il 3-4%, ma al di là delle regole la cosa importante è scrivere testi facili da leggere, ben strutturati e con contenuti utili agli utenti, evitando di ripetere troppe volte la parola o frase chiave con cui si sta ottimizzando la pagina per non incorrere nel penalizzante "keyword stuffing".
- **Keyword proximity:** consiste nella vicinanza delle parole che compongono una frase chiave. Più le parole sono vicine fra di loro e più probabilità ha la pagina di ottenere un buon posizionamento rispetto ad un'altra in cui le parole sono più lontane fra di loro. Ad esempio una pagina in cui si ripete "hotel garda" ha una maggiore probabilità di essere ben indicizzata per quella frase rispetto ad una in cui è ripetuta la frase "hotel su lago di garda".
- **Keyword prominence:** consiste nello strutturare la pagina web in modo da "evidenziare" le parole chiave, sia per gli utenti che per i motori di ricerca. Gli elementi a cui prestare attenzione sono:
 - il TITLE di pagina: è uno degli elementi principali nell'ottimizzazione di una pagina web e dovrebbe contenere all'inizio la keyword o keyphrase con cui si desidera posizionare la pagina
 - il meta tag DESCRIPTION: il testo di tale meta tag va studiato con attenzione dal momento che spesso, se contiene la keyword ricercata, viene mostrato nei risultati delle ricerche ed è un ulteriore elemento che induce l'utente a cliccare sul risultato
 - le intestazioni H1 e H2: per chiarezza e struttura semantica una pagina web dovrebbe avere un'intestazione principale H1 e possibilmente un'intestazione secondaria H2. Inserendovi le keyword di interesse si suggerisce ai motori di ricerca quali sono le keyword "importanti" della pagina

- o posizione del testo nel codice HTML: i motori di ricerca assegnano una maggiore importanza al testo presente più "in alto" in una pagina. Dunque i contenuti testuali della pagina vanno posizionati come prima cosa nel codice HTML.

Conclusioni

Nell'ottimizzazione di una pagina web tramite keyword e keyphrase è bene considerare i seguenti aspetti:

1. scegliere accuratamente le parole e frasi chiave più efficaci che possano fornire i maggiori risultati di conversione per il sito
2. inserire le keyword e keyphrase negli URL delle pagine per migliorare la link popularity
3. inserire le keyword e keyphrase nei TITLE di pagina
4. scrivere testi con un'adeguata keyword density
5. verificare che le keyword siano sufficientemente vicine fra di loro (proximity)
6. creare contenuti testuali con una struttura semantica che metta in evidenza le keyword e keyphrase scelte

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