

ORDINE
DEI GIORNALISTI
D'ABRUZZO



Principi di ottimizzazione di un sito per i motori di ricerca

Sulmona, 16 marzo 2016

Valeriano Salve



Sovraccarico informativo

- «Qual è il punto di avere innumerevoli libri e biblioteche i cui titoli il proprietario difficilmente potrà leggere nel corso della sua vita? Questa massa di libri overa lo studente senza istruirlo». [Lucio Anneo Seneca](#) (4 sec a.C.)
- «Abbiamo motivo di temere che la moltitudine di libri che cresce ogni giorno in modo prodigioso farà precipitare i prossimi secoli in uno stato di barbarie come quella dei secoli seguiti alla caduta dell'impero romano». [Adrien Baillet](#) (1685)
- «*La massa orribile di libri che continua a crescere*» renderà un giorno impossibile trovare alcunché. [Gottfried Leibniz](#) (1680)
- «In tutto il mondo si pubblicano ogni giorno circa 1000 libri e solo negli Stati Uniti ogni anno si pubblicano circa 9600 periodici». *L'ansia da informazione*, [Richard Saul Wurman](#), 1989
- Nel 2008 americani, da soli, hanno consumato circa 3,6 [zettabyte](#) di informazione. *Studio della University of California (San Diego)*

Da: «La stanza intelligente», David Weinberger, Codice Edizioni, 2012



Sovraccarico informativo

Prima di internet e del web la cultura era:

«Conoscenza per riduzione»

Oggi ci stiamo avviando verso la:

«Conoscenza per inclusione»

Da: «La stanza intelligente», David Weinberger, Codice Edizioni, 2012

Cercare informazioni in rete

Possiamo raggruppare gli strumenti di ricerca in 3 diverse categorie:

- **indici per argomento**
- **database specialistici**
- **motori di ricerca**



Indici per argomento

- Siti selezionati da esseri umani (di solito, ma non sempre, esperti);
- Spesso attentamente valutati e tenuti aggiornati;
- Di solito organizzati e classificati in categorie ordinate gerarchicamente;
- Si può scorrere (browsing) tra le categorie.



NON hanno ricerca full-text. La ricerca può essere meno specifica di quella con i motori, perché non tutte le parole dei file sono indicizzate, in pratica si cerca solo nei titoli e nelle descrizioni delle pagine Web.

Database specialistici

Sono basi di dati organizzate e strutturate intorno ad un unico argomento. Ce ne sono di diversi: medici, giuridici, cataloghi e spogli bibliografici, ecc.

Alcuni tra i più conosciuti:

- OPAC SBN (Catalogo del Servizio Bibliotecario Nazionale)
- Banche dati di giurisprudenza
- Pubmed (Raccolta di pubblicazioni in campo medico – USA)
-

Motori di ricerca

- Ricerca su tutto il testo;
- Uso di particolari «algoritmi» per valutare l'importanza di una pagina rispetto ai termini cercati e per decidere l'ordine in cui presentarla;
- Utilizzo di «operatori di ricerca»;
- Utilizzo di particolari sintassi per effettuare le ricerche;
- Si comincia ad utilizzare la semantica per determinare l'importanza di una pagina;
- Google dà molto peso anche alla reputazione on-line di una pagina: più siti importanti puntano a quella pagina più significa che quella pagina è importante.

Motori di ricerca

Google

 bing

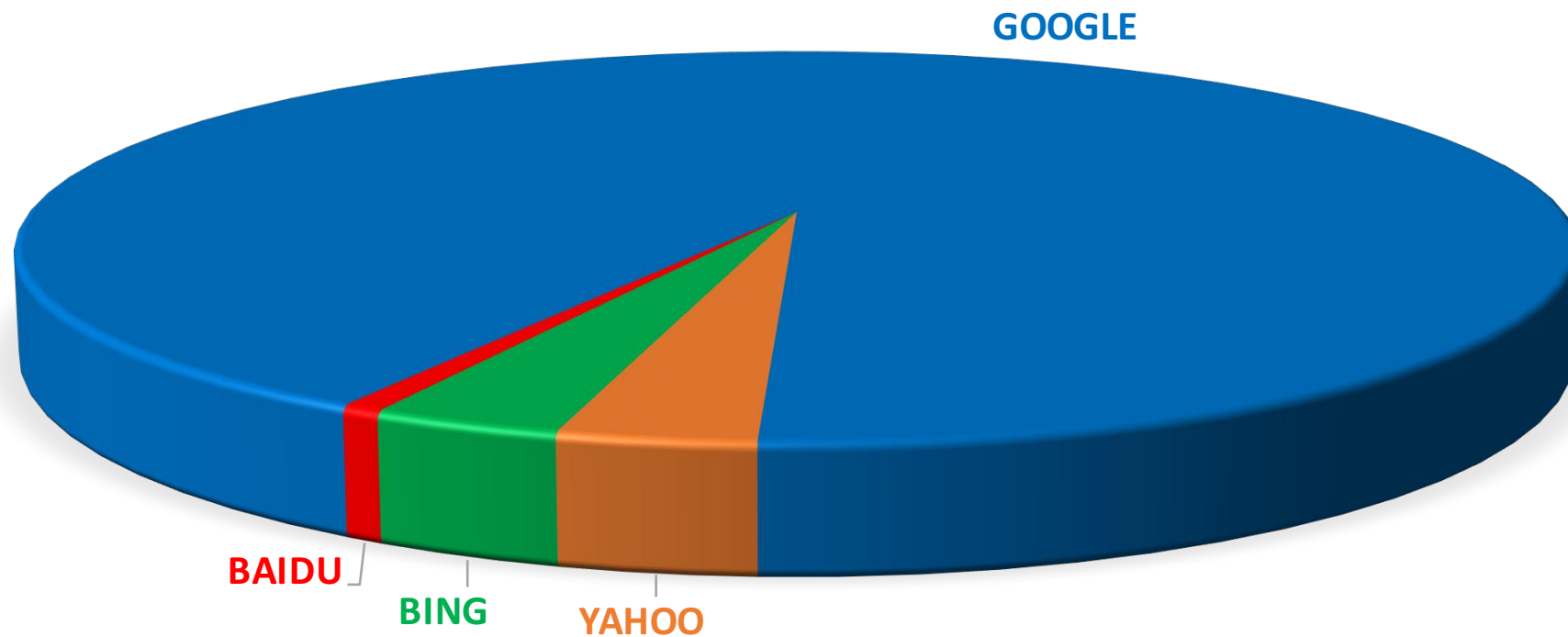
istella*

YAHOO!

Яндекс
Yandex

Baidu 百度

Quota di mercato dei primi quattro motori di ricerca



Fonte dati: Statista, dati luglio 2015

Diffusione dei motori di ricerca



Dati dicembre 2013

Alcune tesi del Cluetrain Manifesto

L'idea di fondo: *"È cominciata a livello mondiale una conversazione vigorosa. Attraverso Internet le persone stanno scoprendo e inventando nuovi modi di condividere le conoscenze pertinenti con incredibile rapidità. Come diretta conseguenza, i mercati stanno diventando più intelligenti e più veloci della maggior parte delle aziende".*

Alcuni punti:

- Gli iperlink sovvertono la gerarchia
- Non ci sono segreti. Il mercato online conosce i prodotti meglio delle aziende che li fanno. E se una cosa è buona o cattiva, comunque lo dicono a tutti.
- Sia che fornisca informazioni, opinioni, scenari, argomenti contro o divertenti digressioni, la voce umana è sostanzialmente aperta, naturale, non artificiosa.
- Le conversazioni tra esseri umani suonano umane. E si svolgono con voce umana.
- I mercati sono fatti di esseri umani, non di segmenti demografici.

<http://www.mestierediscrivere.com/articolo/Tesi>

«Gli iperlink sovvertono la gerarchia»

Per andare da casa al posto di lavoro bisogna fare un percorso ben preciso: uscire necessariamente dalla porta, imboccare le strade giuste, acceder alla porta del posto di lavoro, ecc...

Nel web questo paradigma viene sovvertito. Gli iperlink permettono di saltare molti passaggi e non è detto che quando si arriva su un sito si sia entrati dall'ingresso principale.

Curare bene l'architettura e del sito ed offrire ai naviganti una bussola per orientarsi in ogni parte.

Tratto da: SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015

«Non ci sono segreti. Il mercato online conosce i prodotti meglio delle aziende che li fanno. E se una cosa è buona o cattiva, comunque lo dicono a tutti».

Non si può bluffare e se si nasconde qualcosa questa prima o poi verrà fuori

Nella comunicazione on-line è regola fondamentale mantenere sempre la trasparenza

Tratto da: SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015

«Sia che fornisca informazioni, opinioni, scenari, argomenti contro o divertenti digressioni, la voce umana è sostanzialmente aperta, naturale, non artificiosa».

Per essere presenti nel web occorre comunicare con lo stesso linguaggio degli utenti del web

Il centro della comunicazione deve rimanere la persona. Anche se le pagine vanno ottimizzate per i motori di ricerca questo non significa che bisogna preparare delle pagine solo per i motori di ricerca.

Tratto da: SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015

«Le conversazioni tra esseri umani suonano umane e si svolgono con voce umana. I mercati sono fatti di esseri umani, non di segmenti demografici».

Le interazioni sul web nascono da interazioni tra persone reali.

Per la promozione e la comunicazione è necessario sapere ascoltare e comunicare direttamente con i propri lettori

Tratto da: SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015

SERP (Search Engine Result Page)

The screenshot shows a Google search for "pasta e ceci". The search bar at the top contains the text "pasta e ceci" and a blue search button. Below the search bar, there are tabs for "Tutti", "Immagini", "Video", "Shopping", "Notizie", "Altro", and "Strumenti di ricerca". The search results are displayed below the tabs, showing approximately 476,000 results in 0.35 seconds. The first result is from "Le Ricette di GialloZafferano.it" and is titled "Ricetta Pasta e ceci". It includes a small image of the dish and a brief description. The second result is from "Sale&Pepe" and is titled "Pasta e ceci". It also includes a small image and a brief description. The third result is from "ButtaLaPasta" and is titled "Ricetta Pasta e ceci". It includes a small image and a brief description. The fourth result is from "Le ricette dello spicchio d'aglio" and is titled "Ricetta - Pasta e ceci". It includes a small image and a brief description. The fifth result is from "Academia Barilla" and is titled "Pasta e ceci alla romana". It includes a small image and a brief description. The search bar at the top right shows the user's name "Valeriano" and a profile picture. The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, a search bar, and several open applications including Chrome, Edge, and PowerPoint. The system tray on the right shows the date and time as "ITA 17: 29/02".

Google pasta e ceci

Valeriano

Tutti Immagini Video Shopping Notizie Altro Strumenti di ricerca

Circa 476.000 risultati (0,35 secondi)

Ricetta Pasta e ceci - Le Ricette di GialloZafferano.it
ricette.giallozafferano.it/Pasta-e-ceci.html
1 h
La pasta e ceci è un primo piatto molto sostanzioso e saporito che deriva dalla tradizione contadina ed è adatto ai freddi mesi invernali.

Pasta e ceci | Sale&Pepe
www.salepepe.it/ricette/primi/minestra-zuppa/minestra/pasta-ceci/
Scopri con Sale&Pepe come preparare la ricetta tradizionale della pasta e ceci, un primo piatto ricco da preparare anche in versione zuppa.

Come cucinare la pasta e ceci | Sale&Pepe
www.salepepe.it/tecniche-base/...pasta/come-cucinare-la-pasta-e-ceci/
La pasta e ceci è una zuppa di legumi gustosa e nutriente, di origine contadina. Scopri il modo migliore per cucinarla.

Ricetta Pasta e ceci | Ricette di ButtaLaPasta
www.buttalapasta.it/articolo/ricetta-pasta-e-ceci/50027/
1 h - Calorie: 660
Pasta e ceci: un primo piatto tradizionale e davvero facilissimo da realizzare!

Ricetta - Pasta e ceci - Le ricette dello spicchio d'aglio
www.lospicchiodaglio.it/ricetta/pasta-ceci/
30 min - Calorie: 420
La pasta e ceci è un ottimo piatto unico, sano e nutrizionalmente completo, che abbina i cereali e i legumi con gusto e leggerezza.

Pasta e ceci alla romana | Ricette | Academia Barilla
www.academiabarilla.it/ricette/lazio/pasta-ceci-1.aspx
2 h

Strumenti utilizzati dai motori di ricerca

- **SPIDER**: è un programma che analizza gli indirizzi internet e raccoglie le informazioni da utilizzare;
- **SITEMAP**: è la mappa del sito in formato XML che facilita i motori di ricerca nella scansione di un sito. Le modalità di creazione della sitemap seguono un protocollo condiviso al quale aderiscono Google, Microsoft (Bing) e Yahoo!.
- **ALGORITMI**: sono i criteri in base al quale vengono analizzate le pagine e che determinano il loro posizionamento nella **SERP** (*Search Engine Result Page*)



Algoritmi

Gli algoritmi sono influenzati da fattori *onpage* e fattori *offpage*.

- Fattori *onpage*:
 - Ottimizzazione delle parole chiave nei tag HTML
 - Ottimizzazione dei tag di intestazione
 - Utilizzo di URL parlanti
 - Ottimizzazione di documenti, immagini e link
- Fattori *offpage*:
 - Numero e qualità dei backlink
 - Utilizzo di Landing page
 - Comunicati stampa e articoli di marketing
 - Interviste sul proprio sito con altri blogger o siti che parlano dello stesso argomento
 - Social media marketing

Tratto da: SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015

Algoritmi di Google

Google ha cambiato molte volte gli algoritmi che sovrintendono all'indicizzazione delle pagine sia per adattarsi alle innovazioni ed alle evoluzioni del web, sia per scoraggiare i metodi truffaldini di aiuto alle indicizzazioni. Ma soprattutto per migliorare i risultati:

- **Dance e Florida** (2003-2007): penalizzavano i siti che utilizzavano tecniche di keyword stuffing
- **Austin** (2004): penalizzazione dei sistemi di Black Hat SEO
- **Local maps**: risultati di ricerca in funzione della localizzazione
- **Caffeine**: SEO in real-time
- **Social signal** (2010): entrano in gioco i contenuti dei social network
- **Panda** (2011): penalizzazione di siti con contenuti scarsi o infarciti di pubblicità;
- **Knowledge Graph**: entra in gioco la semantica
- **Hummingbird**: prova ad interpretare non più le singole parole, ma frasi complete e lunghe
- **Penguin** (2014): miglioramento delle ricerche da mobile e basate sulla localizzazione

Scelta del dominio

- Non utilizzare nomi troppo lunghi e difficili da ricordare (non più di tre parole)
- Scegliere parole comuni utilizzate dagli utenti
- Evitare caratteri speciali e trattini nel nome: meglio *ricettedicucina.it* che *ricette-di-cucina.it*. Per i motori di ricerca è indifferente (riescono a districarsi fino a tre parole), ma si comunicano e si ricordano meglio;
- Cercare una corrispondenza tra parole chiave nel dominio e argomenti trattati
- L'estensione .it, .com, .org non è più importante a livello SEO.

I tag HTML

- Una delle azioni più importanti consiste nel facilitare l'accesso degli **SPIDER** al sito fornendo più informazioni possibili sui contenuti.
- I tag **HTML** o **metatag** sono informazioni nascoste all'utente, ma indispensabili ai browser per comporre la pagina web così come è stata pensata dall'autore e utile agli SPIDER per cercare le informazioni necessarie.

Cos'è l'HTML

- **HTML** è l'acronimo di *HyperText Markup Language* ed è il linguaggio col quale vengono create le pagine web. Si tratta di un linguaggio di pubblico dominio sviluppato in seno al W3C, ovvero il **World Wide Web Consortium**, cioè il consorzio che presiede allo sviluppo del web e dei linguaggi ad esso connessi.
- Questo linguaggio è stato sviluppato da un ricercatore del CERN - **Tim Berners Lee** - verso la fine degli anni ottanta parallelamente alla definizione del protocollo HTTP. Nel corso degli anni il linguaggio ha subito diverse modifiche e revisioni. Ad oggi la versione ufficiale di HTML è la 4.01 (pubblicata nel dicembre del 1999) ma da molti anni si sta lavorando ad HTML5 che si preannuncia come una vera e propria rivoluzione per il web. Attualmente HTML5 è soltanto una "bozza" (cioè non è ancora stato rilasciato ufficialmente), tuttavia la maggior parte dei browser in circolazione ne offre già un discreto supporto.

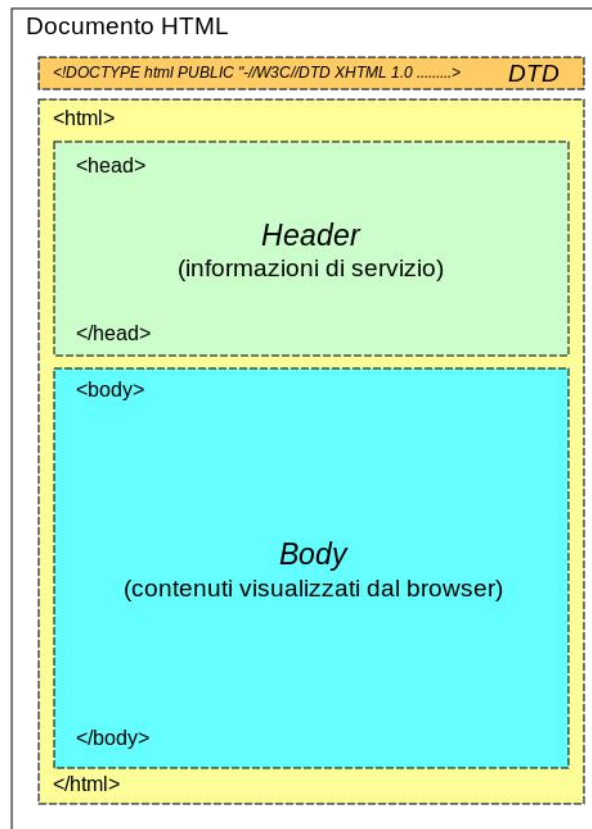
Cos'è l'HTML

- Il linguaggio **HTML** non è un linguaggio di programmazione vero e proprio. Può essere definito come un *linguaggio di marcatura* (o linguaggio di *markup*) basato su **tag**. I tag sono gli elementi strutturali di ogni pagina web e costituiscono le "**mattonelle**" che danno vita e forma ai documenti *ipertestuali*.
- **Iperestuale** perché, attraverso i suoi **tag**, oltre a consente di creare pagine composte da diversi elementi tra cui testo, immagini, video, ecc. **consente di connettere tra di loro pagine diverse di uno stesso sito e siti web diversi.**

La funzione del browser

- Il compito di interpretare i markup HTML è affidato ai **browser**; cioè ai software di navigazione su Internet i quali hanno il compito di connettersi ad un **server remoto** e scaricare (download) il documento richiesto. Una volta scaricato, il documento verrà interpretato dal "motore" del **browser** che restituirà all'utente la pagina web pronta per essere fruita.
- sul mercato esistono diversi browser, i più famosi sono: **Internet Explorer, Edge, Firefox, Chrome, Safari.**
- E' bene precisare fin da subito che non tutti i browser interpretano il codice HTML alla stessa maniera, è pertanto possibile notare delle piccole differenze visualizzando la stessa pagina web con browser diversi.
- Anche **smartphone** e **tablet** hanno i loro **browser** per leggere le pagine HTML

Come è fatta una pagina web



```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     <title>Example</title>
5     <link rel="stylesheet" href="style.css">
6   </head>
7   <body>
8     <h1>
9       <a href="/">Header</a>
10    </h1>
11    <nav>
12      <a href="one/">One</a>
13      <a href="two/">Two</a>
14      <a href="three/">Three</a>
15    </nav>
```

Proviamo ad aggiungere codice ad una pagina web

- http://www.w3schools.com/html/tryit.asp?filename=tryhtml_default

Come visualizzare il codice HTML di una pagina:

- **Utenti PC con sistema operativo Windows:**
per **Chrome** e **Firefox** cliccare con il tasto destro su una pagina web e scegliere «*visualizza sorgente pagina*», mentre per **Internet Explorer** o **EDGE** cliccare con il tasto destro su una pagina web e scegliere «*HTML*»
- **Utenti MAC**
da **Safari** sceglie «*preferenze*» -> «*avanzate*» -> spuntare «*mostra menu Sviluppo...*» e quindi nel menù «*sviluppo*» scegliere «*mostra sorgente pagina*» mentre per Chrome e Firefox è come per l'ambiente Windows.

CMS (Content Management System)

- Un CMS è un software per gestire i contenuti di un sito web installato su un server.
- Ne esistono molti sia a pagamento che gratuiti. I CMS gratuiti oggi più utilizzati sono:
 - **Wordpress** (www.wordpress.org)
 - **Joomla** (www.joomla.org)
 - **Drupal** (www.drupal.org)
- La scelta di quale CMS utilizzare dipende da molti fattori (Scopo del sito, aggiornabilità, ecc...). I CMS più utilizzati oggi sono Wordpress e Joomla.



WordPress

Esiste una versione on-line di WordPress (www.wordpress.com) che permette di realizzare un sito collegandosi direttamente al server WordPress. Ha potenzialità molto limitate, offre domini di terzo livello (es.: www.miosito.wordpress.com) ed è rivolto soprattutto a chi vuole mettere on-line un blog con poche conoscenze tecniche e senza alcuna spesa.



I tag HTML più importanti per le ricerche

Gestire bene alcuni **tag** è fondamentale, sia per facilitare il lavoro agli SPIDER, sia per avere delle pagine ben leggibili e non completamente dipendenti dal browser che l'utente sta utilizzando.

Vediamo quelli che ci interessano di più:

- **Title**
- **Description** (che in realtà è un *metatag*)
- **Keyword**
- **Tag di intestazione**

Il tag Title

Il tag **TITLE** è legato al **titolo** della nostra pagina web.

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title>Qui è inserito il titolo della pagina</title>
```

```
</head>
```

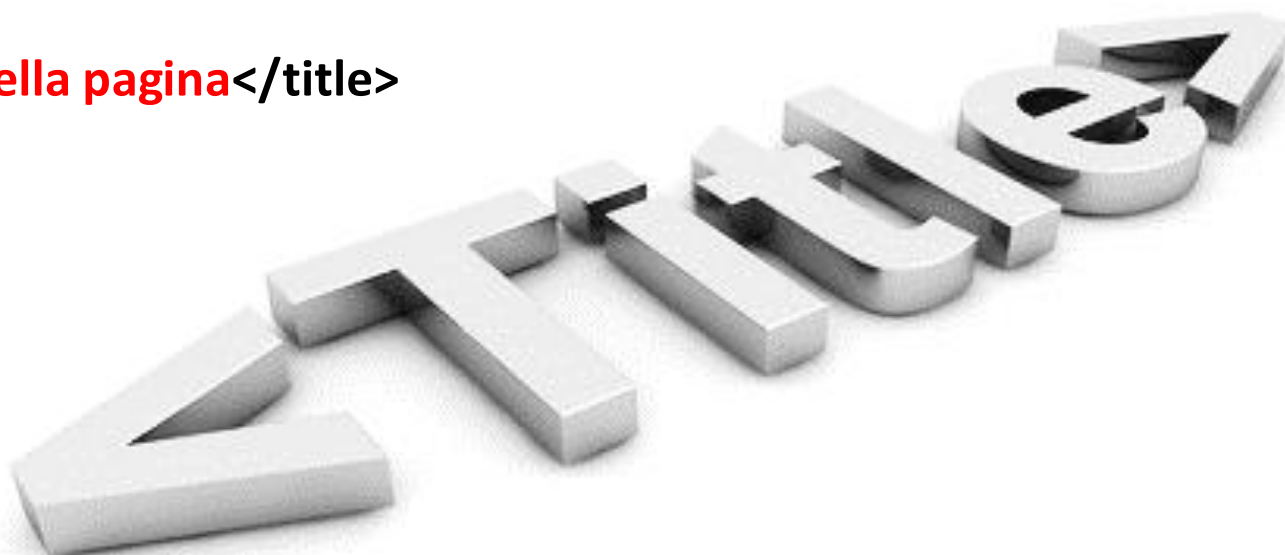
```
<body>
```

```
<h1>This is a Heading</h1>
```

```
<p>This is a paragraph.</p>
```

```
</body>
```

```
</html>
```



Come impostare correttamente il tag **Title**

- **Utilizzo dei due punti:**

Google dà importanza alle prime parole del titolo e premia un contenuto diviso in due parti.

Es.: «Mare Abruzzo: nuove offerte alberghi 2016»

- **Utilizzo del simbolo pipe |:**

Il simbolo | (PIPE è il primo simbolo in alto a sinistra nella tastiera sotto il tasto ESC) divide il titolo in due blocchi. Può essere sostituito anche dal trattino -

Es.: «Mare Abruzzo: nuove offerte 2016 | Albergo Il Sole»

Per capire come Google ci fa vedere il titolo è possibile visitare:

<https://moz.com/blog/new-title-tag-guidelines-preview-tool>

Come impostare correttamente il tag **Title**

- Il titolo non dovrebbe essere costituito da più di 12 parole (quante ne considera Google per l'indicizzazione) e in non più di 60 caratteri (spazi inclusi)
- Usate i **modificatori**: in ambito SEO, modificatori sono parole come *“nuovo”, “migliori”, “offre”, “acquistare”, “economico” e “recensioni”*. Gli utenti tendono ad includere i modificatori durante la ricerca e durante la visualizzazione della SERP.

Il tag Description

Il tag **DESCRIPTION** fornisce, all'utente e a Google, la descrizione della pagina.

```
<!DOCTYPE html>  
<html>  
<head>  
<title>Qui è inserito il titolo della pagina</title>
```

```
<meta name="description" content="Qui deve essere inserita la descrizione della  
pagina web ed i suoi contenuti."/>
```

```
</head>
```

```
</html>
```



Come impostare correttamente il tag

Description

- Il numero delle parole utilizzate non dovrebbe essere superiore a **15** in modo che Google possa farle vedere tutte;
- Il numero dei caratteri (secondo le indicazioni di Google) non dovrebbe essere superiore a **155** (spazi inclusi)
- Il contenuto del meta tag **DESCRIPTION** verrà visualizzato nello Snippet della SERP. In mancanza del tag **DESCRIPTION** Google cercherà la descrizione all'interno della pagina e i risultati potrebbero non essere quelli desiderati

Vacanze Mare Abruzzo 2016 | Spiagge e Località balneari ...

www.ilturista.info/ch/vacanze_mare/abruzzo/ ▼

Vacanze mare in Abruzzo, mappa località balneari e spiagge, tutte le stazioni balneari sulla costa abruzzese, hotel, villaggi, campeggi e offerte last minute:

Alba Adriatica - Vasto - Tortoreto

Snippet

Description

Come impostare correttamente il tag **Description**

- Non è detto però che una visualizzazione sulla prima pagina di Google si trasformi automaticamente in una conversione;
- Per ottenere i risultati desiderati è necessario **lavorare molto e bene** sulla **description**;
- Andrebbero inseriti contenuti fortemente persuasivi per l'utente;
- Andrebbero messe in correlazione le parole chiavi comprese nel titolo e nel testo della pagina web;
- Utilizzare una **description** unica per ogni pagina. Aiuta Google, ma aiuta anche l'utente.

Un plugin per WordPress

WordPress è un CMS fortemente orientato verso il SEO. Un plugin è un piccolo programma che permette di estendere le funzionalità del CMS per attività particolari

Il plugin per WordPress è «WordPress Seo» che, una volta installato ed attivato, per ogni nuovo articolo che verrà inserito proporrà una schermata in cui si avranno:

- l'anteprima dello snippet;
- il campo per inserire una parola chiave (il plugin farà una verifica dell'articolo per suggerirla, ma è meglio inserirla manualmente);
- Il campo per inserire il **title**;
- Il campo per inserire la **description**;

Terminato l'inserimento il plugin ci permette di fare una analisi della pagina dal punto di vista dell'ottimizzazione per i motori di ricerca, con consigli e suggerimenti per migliorarla. Appena salvato l'articolo il plugin farà un'altra verifica e ci dirà dove compare la parola chiave, quante volte compare ecc... ecc...

Il tag **keywords**

- Con l'evoluzione della capacità dei motori di ricerca, soprattutto Google, di fare la scansione dei testi il meta tag **keywords** è diventato poco importante. Molti siti, anche di grande rilievo, non lo utilizzano, ma è sempre utile indicarle perché continuano ad essere utilizzati da alcuni motori.
- Il meta tag **keywords** ha lo scopo di indicare ai motori di ricerca una lista di parole chiave inerenti i contenuti della pagina web in cui il tag appare.

Struttura del tag **keywords**

Il tag META NAME va indicato all'interno del blocco <head> </head>

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<title>Page title</title>
<META NAME= " KEYWORDS" CONTENT="confetti,matrimonio,sposi,comunione,battesimo,laurea">

</head>

<body>
</body>
</html>
```

I tag di intestazione

Definiscono l'intestazione da dare al testo come, ad esempio, gli stili dei caratteri in Word.

La loro funzione non è utile solo alla visualizzazione dei caratteri, ma hanno un ruolo anche per i motori di ricerca.

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title>Page title</title>
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<h1>Prima intestazione</h1>
```

```
<h2>Seconda intestazione</h2>
```

```
<p>Questo è un paragrafo</p>
```

```
</body>
```

```
</html>
```

Uso dei tag di **intestazione**

- I tag di **intestazione** vanno da **h1** ad **h6**
- Vanno utilizzati sempre rispettando il loro ordine (prima h1, poi h2, ecc...);
- Il più importante per i motori di ricerca è il tag **h1**;
- Viene utilizzato per il titolo dell'articolo o della pagina web (cosa differente dal tag **title**), dovrebbe indicare sinteticamente l'argomento e deve contenere all'interno le parole chiave inserite nel tag **title** e nel meta tag **description** .

Uso dei tag di intestazione

- Il tag **h1** dovrebbe essere utilizzato una sola volta e messo nella parte alta della pagina perché gli spider leggono le pagine dall'alto in basso;
- Il tag **h2** può essere utilizzato per la divisione del testo (sottotitoli, capitoli) e possono essere ripetuti (meglio non più di tre volte);
- Gli ultimi tag **h5**, **h6** possono essere utilizzati per le note a pie' di pagina o testi aggiuntivi, informazioni di contatto ecc...

Uso dei tag di intestazione: un esempio

Testo in HTML

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<title>Questo è il titolo della pagina</title>
</head>
<body>

<h1>Questo è il tag h1</h1>

<h2>Questo è il tag h2</h2>

<h3> Questo è il tag h3</h3>

<p>Questo è il contenuto del paragrafo</p>
<h4>Questo è il tag h4</h4>
<h5>Questo è il tag h5</h5>
<h6>Questo è il tag h6</h6>

</body>
</html>
```

Possiamo fare qualche prova qui: http://www.w3schools.com/html/tryit.asp?filename=tryhtml_default
O qui: <http://htmleditor.in/index.html>

Testo visualizzato dal browser

Questo è il tag h1

Questo è il tag h2

Questo è il tag h3

Questo è il contenuto del paragrafo

Questo è il tag h4

Questo è il tag h5

Questo è il tag h6

Gli URL «parlanti»

- Alcuni CMS non offrono la possibilità di modificare l'URL (indirizzo web) di una pagina, ma generano URL numerici. Se è possibile modificarli o gestirli automaticamente con il nome dell'articolo è sempre meglio farlo;
- E' bene che l'URL di una pagina contenga le parole chiave rilevanti per i tag title e description
Es.: <http://www.salve.ws/index.php/articoli/38-scoop-it-content-curation-alla-portata-di-tutti>
- Le parole dell'url vanno separate da trattini così motori di ricerca possono indicizzarle separatamente;
- I principali CMS possono essere impostati in tal senso

Un occhio anche agli altri contenuti

Un sito web oltre che testi contiene immagini e spesso anche file in formato PDF. Anche questi elementi vanno ottimizzati per facilitare il lavoro non solo agli spider, ma anche agli utenti che navigano sul sito



Ottimizzare i file PDF

Anche per i file in formato PDF vale quanto detto per le pagine web.

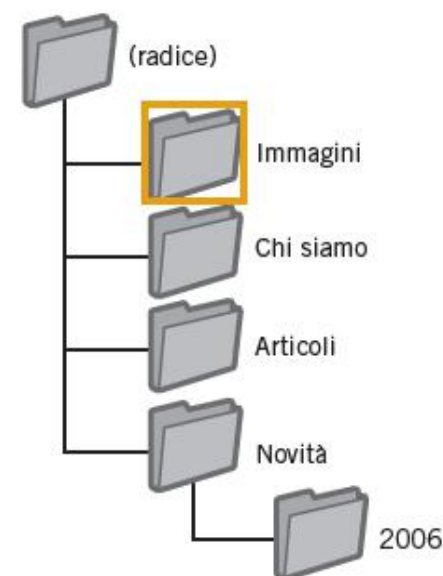
- Scrivere il nome utilizzando le stesse regole valide per i file HTML
- Definire gli attributi del file
- **Titolo** (Title): viene utilizzato come titolo nei motori di ricerca;
- **Autore** (Author): indica l'autore del documento;
- **Oggetto** (Subject): indica l'oggetto del documento che è equivalente alla *description* nei meta tag dei file html
- L'ottimizzazione può essere fatta direttamente sul file, ma volendo si può scaricare un tool (in windows) che permette di fare molte altre cose:
<http://www.debenu.com/thank-you/tools-free>

Ottimizzare le immagini

- Stesso discorso anche per le immagini
- Rinominare il file con le regole viste per i file HTML e i file PDF (nome «parlante» con parole separate da -);
- Modificare gli attributi **<alt>** e **<title>** nel codice HTML
 - **<alt>** (alternative text) nato per descrivere i contenuti di una pagina web anche per i non vedenti può essere usato anche per dare informazioni al motore di ricerca. Viene caricato quando, per un qualsiasi motivo, non fosse possibile visualizzare l'immagine;
 - **<title>** mostra un test descrittivo quando si passa con il mouse su una immagine. Può essere utilizzato dal punto di vista SEO senza timore di incorrere in ripetizioni penalizzanti;
- Google premia le pagine che si caricano più velocemente facendole apparire ai primi posti nella SERP, quindi attenzione al peso (dimensione in byte) dell'immagine che viene caricata.

Sistemare le immagini nelle cartelle appropriate

- E' buona norma raggruppare le immagini in una cartella a parte;
- Utilizzare solo i file di immagini supportate: jpg, gif, png, bmp;
- E' possibile creare anche una sitemap per le immagini. Di seguito potrete trovare le istruzioni di Google per crearla <https://support.google.com/webmasters/answer/178636>



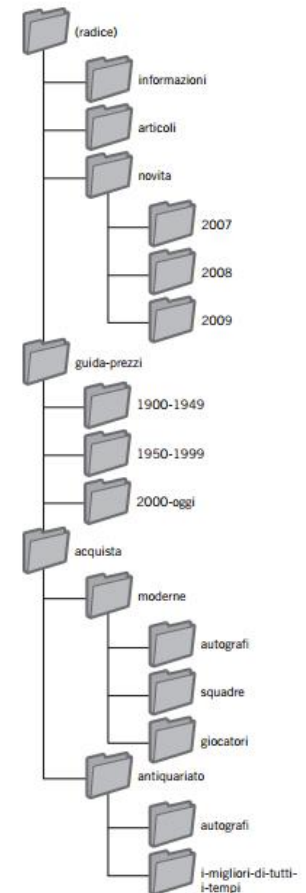
Ottimizzare i link

Anche i link possono/debbono essere ottimizzati.

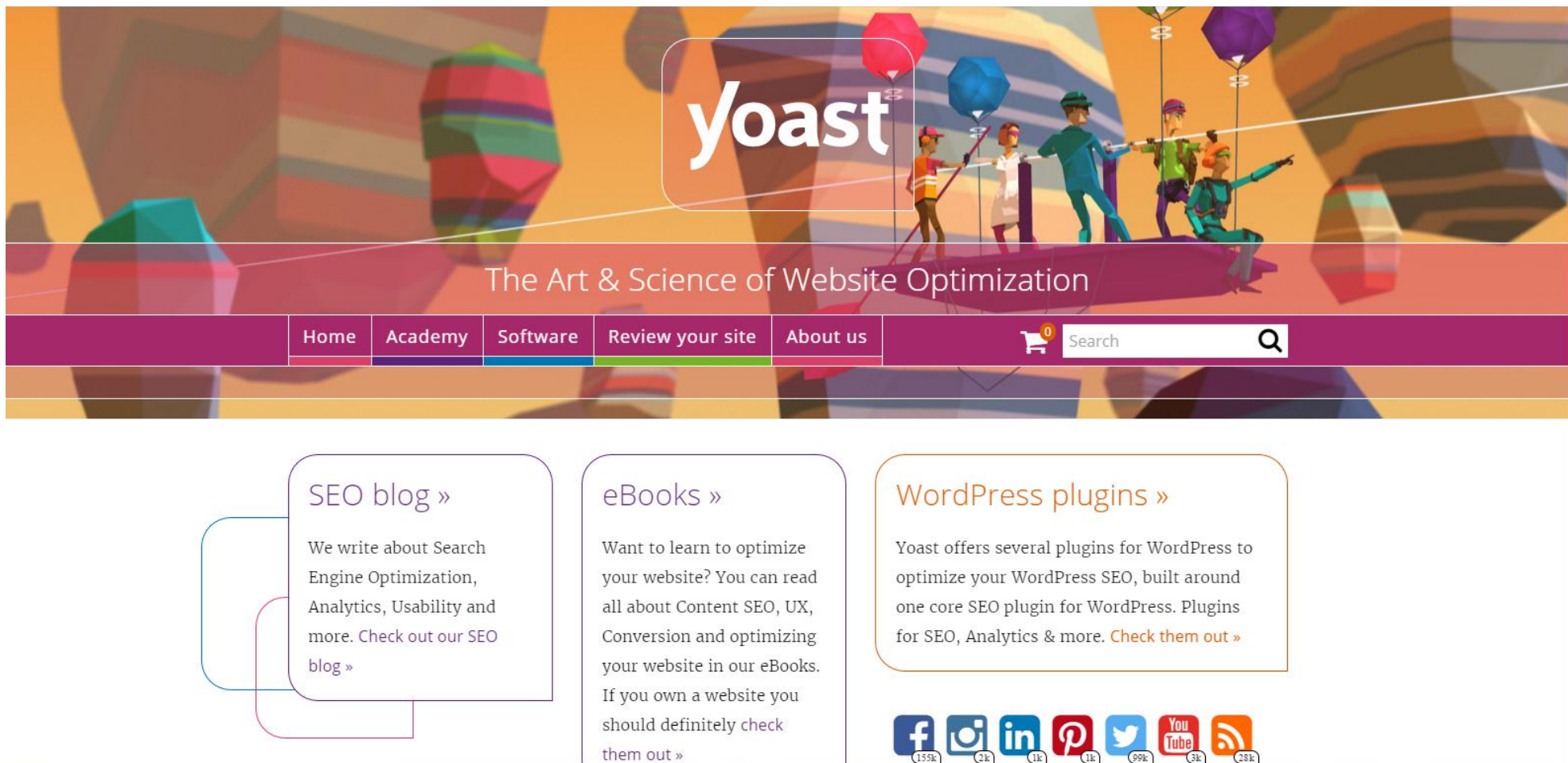
- Inserire l'attributo **title** nei link (l'attributo title si attiva al passaggio del mouse sul link);
- Non utilizzare per il link parole generiche del tipo «clicca qui», «segui il link» ecc... che non danno nessuna informazione ai motori di ricerca;
- Una buona mossa è inserire nell'attributo **title** lo stesso testo scelto per le parole da linkare.

Facilitare la navigazione del sito

- La navigazione è importante sia per gli utenti che per i motori di ricerca. Google fornisce i risultati a livello di pagina, ma è importante che «sappia» quale può essere il ruolo di una pagina all'interno di un sito.
- La navigazione andrebbe pianificata partendo dalla Home page del sito. Se si hanno molti contenuti che possono essere raggruppati potrebbe valere la pena di creare una pagina intermedia per ciascun gruppo di pagine.
- Utilizzare le «breadcrumb» (briciole di pane).



Ancora un plug-in per WordPress



Fornire mappa e bussola ai motori di ricerca

La sitemap è una mappa del sito in formato XML

XML è un formato di interscambio di dati che non è necessario conoscere per generare una sitemap

- La sitemap va installata sulla ROOT del sito utilizzando il csm (se lo consente), o caricandola con FTP. In base al contratto che avete potreste anche chiederne l'installazione al gestore del sito;
- Una volta installata è necessario comunicare al motore di ricerca la disponibilità della sitemap e dove trovarla
- Per generare la sitemap esiste un tool gratuito:
<https://www.xml-sitemaps.com/>
- Anche Google mette a disposizione degli strumenti per generare una sitemap:
<https://code.google.com/archive/p/googlesitemapgenerator/downloads>



Generare la sitemap

The screenshot displays the XML-Sitemaps.com website. At the top, the logo 'XML-Sitemaps.com Sitemap Generator' is visible. Below the logo, there are navigation links: 'Free Online Sitemap Generator', 'Unlimited Sitemap Generator', 'Online PRO Service', 'About Sitemaps', 'Forum', 'Testimonials', 'SEO Tools', and 'Contact'. A Google+ badge shows 9,647 likes, and a Facebook badge shows 21,942 likes. The main heading is 'Build your Site Map online (XML, ROR, Text, HTML)'. Below this, a list of features is provided: 'Create an XML sitemap that can be submitted to Google, Bing, Yahoo and other search engines to help them crawl your website better.', 'Create a Text sitemap to have a plain list of all your pages.', 'Create a ROR sitemap, which is an independent XML format for any search engine.', and 'Generate an HTML site map to allow human visitors to easily navigate on your site.' A section titled 'Get it done in 4 Simple Steps' lists the process: 1. Enter your full website URL and some optional parameters in the form below. 2. Press 'Start' button and wait until the site is completely crawled. 3. You will be redirected to the generated sitemap details page, including number of pages, broken links list, XML file content and link to a sitemap file. Download the sitemap file using that link and put it into the domain root folder of your site. 4. Go to your Google Webmaster account and add your sitemap URL. Below the steps is a form titled 'Please enter details for sitemap generation' with a 'Starting URL' field and a 'Change frequency' dropdown menu. On the right side, there is a testimonial from Michael Stewart Image and Music, a 'News' section with links to 'Parse javascript links and new Youtube API support - Sitemap Generator v7.1' and 'Pro-Sitemaps - Added support for Yandex.Webmaster', and an 'archive' section with a link to 'Track referring pages and include hreflang'.

XML-Sitemaps.com
Sitemap Generator

Free Online Sitemap Generator | Unlimited Sitemap Generator | Online PRO Service | About Sitemaps | Forum | Testimonials | SEO Tools | Contact

Build your Site Map online (XML, ROR, Text, HTML)

This website is to let you:

- ❑ Create an XML sitemap that can be submitted to Google, Bing, Yahoo and other search engines to help them crawl your website better.
- ❑ Create a Text sitemap to have a plain list of all your pages.
- ❑ Create a ROR sitemap, which is an independent XML format for any search engine.
- ❑ Generate an HTML site map to allow human visitors to easily navigate on your site.

Get it done in 4 Simple Steps

- 1 Enter your full website URL and some optional parameters in the form below.
- 2 Press 'Start' button and wait until the site is completely crawled.
- 3 You will be redirected to the generated sitemap details page, including number of pages, broken links list, XML file content and link to a sitemap file. Download the sitemap file using that link and put it into the domain root folder of your site.
- 4 Go to your [Google Webmaster account](#) and add your sitemap URL.

Please enter details for sitemap generation

Starting URL

Please enter the full http address for your site, only the links within the starting directory will be included.

http://

Change frequency

None

Gain New Customers Today! [Click here.](#)

"A shining example of what all interactive websites should be like. Quite simply best sitemap making service available!"

Thank you for making my work a whole lot less stressful."

Michael Stewart Image and Music
[= more testimonials](#)

News

[Parse javascript links and new Youtube API support - Sitemap Generator v7.1](#)

[Pro-Sitemaps - Added support for Yandex.Webmaster](#)

archive:
[Track referring pages and include hreflang](#)

<https://www.xml-sitemaps.com/>

Generare la sitemap

Inserire l'URL del sito

Inserire la frequenza
di aggiornamento

Inserire la data dell'ultimo
aggiornamento

Inserire la priorità

Avvio

Get it done in 4 Simple Steps

- 1 Enter your full website URL and some optional parameters in the form below.
- 2 Press 'Start' button and wait until the site is completely crawled.
- 3 You will be redirected to the generated sitemap details page, including number of pages, broken links list, XML file content and link to a sitemap file. Download the sitemap file using that link and put it into the domain root folder of your site.
- 4 Go to your [Google Webmaster account](#) and add your sitemap URL.

Please enter details for sitemap generation

Starting URL

Please enter the **full** http address for your site, only the links within the starting directory will be included.

Change frequency

None

Last modification

☐ None

☐ Use server's response

☐ Use this date/time:

Priority

☒ None

☐ Automatically Calculated Priority

Check your settings and click button below

Maximum **500** pages will be indexed in sitemap

Need to index more? Check our [Standalone version of Google sitemap generator](#) with **unlimited** number of pages for crawler.

[Gain New Customers Today! Click here.](#)

"You guys are fantastic! With all the rip-off merchants around, it is a delight to find such decent and helpful people."

Pam <http://www.parishchest.com/>
[- more testimonials](#)

News

[Parse javascript links and new Youtube API support - Sitemap Generator v7.1](#)

[Pro-Sitemaps - Added support for Yandex.Webmaster](#)

archive:

[Track referring pages and include hreflang in sitemap - Sitemap Generator v7.0](#)

[Include subdomains in sitemap - Sitemap Generator script v6.1](#)

[Pro-Sitemaps Mobile App to manage your sitemaps](#)

[RSS Feeds and AJAX content crawling in Sitemap Generator v6.0](#)

[PRO Sitemap Generator Service launched! Video Sitemaps and News Sitemaps](#)

[Images in sitemaps, xml stylesheet Mobile sitemaps, config presets, https support](#)

[Email notifications, html sitemap customization](#)

[Live.com is now pinged](#)

[Google Sitemaps with Automatic priority](#)

[More search engines are pinged](#)

[Sitemap protocol v0.9 is supported](#)

[Completely configurable](#)

[HTTP header viewer created](#)

[ROR sitemap supported](#)

Scaricare la sitemap nel formato desiderato

Click the button below to create your free PRO Sitemaps account for www.salve.ws website.

Create free PRO-Sitemaps account

Your sitemap is ready!

There are 2 steps left:

1. Download the sitemap file [here](#) and upload it into the domain root folder of your site (<http://www.salve.ws/>).
2. Check that sitemap is showing for you at <http://www.salve.ws/sitemap.xml>, go to your [Google Webmaster account](#) and add your sitemap URL.

Download Sitemap

Initial website address

<http://www.salve.ws/>

Download un-compressed XML Sitemap

📄 [sitemap.xml](#) (22.30Kb) [\[view\]](#)

Download compressed XML Sitemap

📄 [sitemap.xml.gz](#) (3.07Kb)

Download HTML Sitemap

📄 [sitemap.html](#) (36.25Kb) [\[view\]](#)

Download Sitemap in Text Format

📄 [urlist.txt](#) (12.19Kb)

Download ROR Sitemap

📄 [ror.xml](#) (54.26Kb)

Download all sitemap files

📄 [All sitemaps in a single ZIP file](#) (5 sitemaps)

Receive all generated sitemap files via email

Enter your email address:

XML Sitemap details

Created on:
1 March 2016, 17:23

Processing time:
0:00:38s

Pages indexed:
160 (crawled: 179)

Pages size:
2.55Mb

Broken links:
None

Google Listing in 48 Hours
OR YOUR MONEY BACK



Do you like it?

We'll be happy to receive **your testimonial** for our service.

Please send your message to [our email address](#)

Support

If you found our service helpful please consider **recommending** our site to your friends or place the link at your site to XML-Sitemaps.com.

Your donation to help us keep the free

Il file robot.txt

- Il file **robot.txt** ha lo scopo di indicare ai motori di ricerca quali sono le parti del sito da indicizzare e quali sono da ignorare
- E' un file di testo che può essere creato con qualsiasi editor di testo (Es.: Blocco Note per Windows o Text Editor per MacOs).
- Una volta creato va inserito nella root del sito web
- Alcuni comandi utili nel file robot possono essere utilizzati anche come tag

Alcuni comandi principali per il file robot.txt

- **User-agent:** è il primo comando da inserire e indica a quali motori di ricerca il file robot.txt si riferisce. Se vogliamo personalizzarlo per Google il comando sarà: ***User-agent: Googlebot***
E' comunque meglio crearne uno solo per tutti i motori di ricerca quindi la prima riga del nostro file robot.txt sarà:
User-agent: *
- Le righe successive saranno utilizzate per indicare quali sono le risorse (le cartelle) da non indicizzare utilizzando il comando **Disallow:** o quali sono le risorse da indicizzare con il comando **Allow:**

Esempio schematico di file robot.txt

User-agent: *

Disallow: /trackback/

Disallow: /feed/

Disallow: /comments/

Disallow: */trackback/

Disallow: */feed/

Disallow: */comments/

Disallow: /wp-content/

Allow: /wp-content/uploads/

Sitemap: <http://www.nomesito.it/sitemap.xml>

Altri comandi importanti

- Disabilita l'indicizzazione per i motori di ricerca interni
 - **Disallow: /*?***
 - **Disallow: /*?**
- Disabilita l'indicizzazione dei tag
 - **Disallow: /tag/**
- Disabilita l'indicizzazione delle categorie
 - **Disallow: /category/**

L'elenco dei comandi e una guida sono forniti da Google all'URL:

<https://support.google.com/webmasters/answer/6062596?hl=it>

Google fornisce anche un tool (in inglese) per generare il file robot.txt:

<https://googlewebmastercentral.blogspot.it/2008/03/speaking-language-of-robots.html>

Comandi aggiuntivi per chi utilizza WordPress

WordPress in fase di installazione utilizza file e cartelle che sono comuni in tutti i siti che lo utilizzano e quindi vanno eliminate dall'indicizzazione e sono:

Disallow: /wp-

Disallow: /cgi-bin/

Disallow: /wp-admin/

Disallow: /wp-includes/

Disallow: /wp-content/

Mentre va aggiunta la risorsa:

Allow: /wp-content/uploads

Come sarà in nostro file robot.txt alla fine

- Per quasi tutti i CMS

User-agent: *

Disallow: /trackback/

Disallow: /feed/

Disallow: /comments/

Disallow: */trackback/

Disallow: */feed/

Disallow: */comments/

Disallow: /*?*

Disallow: /*?

Disallow: /tag/

Disallow: /category/

Sitemap: <http://www.nomesito.it/sitemap.xml>

- Per WordPress

User-agent: *

Disallow: /trackback/

Disallow: /feed/

Disallow: /comments/

Disallow: */trackback/

Disallow: */feed/

Disallow: */comments/

Disallow: /*?*

Disallow: /*?

Disallow: /tag/

Disallow: /category/

Disallow: /wp-

Disallow: /cgi-bin/

Disallow: /wp-admin/

Disallow: /wp-includes/

Disallow: /wp-content/

Allow: /wp-content/uploads/

Sitemap: <http://www.nomesito.it/sitemap.xml>

Salvare il file robot.txt

- Una volta salvato il file **robot.txt** dovremo copiarlo nella ROOT del nostro sito come abbiamo fatto per il file sitemap.xml tramite FTP o altri sistemi.
- La cartella potrebbe essere «*www.nomesito.it*» o «*httpdocs*» o «*public_html*». Dipende dal servizio utilizzato.
- Se avete problemi provate a chiedere al gestore del sito di farlo per voi.

Un comando importante per gli spider

- Uno dei criteri utilizzati da Google per aumentare il rating di un sito è l'analisi dei backlink, abbastanza difficili da conquistarsi;
- Possiamo però evitare di passare la nostra reputazione a siti che non la meritano e ai quali non vogliamo essere associati;
- Un attributo importante è «**nofollow**» che suggerisce al motore di ricerca di non seguire l'url indicato:
Es.: `<a href= «http://www.sitosospetto.it/« rel= "nofollow">Sito inutile</a>`
- E' possibile applicare automaticamente l'attributo **nofollow** a tutti i link che compaiono in una pagina (ad esempio la pagina dei commenti, i forum, i guestbook...) inserendo il comando **nofollow** all'interno dell'head di una pagina:
Es.: `<meta name="robots" content = "nofollow">`

Risorse di Google per l'ottimizzazione dei siti

Google ci mette a disposizione una serie di risorse per analizzare il comportamento del nostro sito. Le principali sono:

- **Google Webmaster Tools**

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=it>

- **Google Analytics**

<https://www.google.com/analytics/>

Per entrambi bisognerà disporre di un account Google

Ricerche non localizzate

- Una delle questioni più complicate è capire come saranno le SERP di chi farà ricerche in vari posti d'Italia è nel mondo dato che Google è fortemente orientato a dare risposte basate sulla posizione dell'utente e sulle ricerche effettuate in precedenza
- Una soluzione è avere un browser «pulito» da cookie e cronologia e testare delle ricerche «delocalizzando» il nostro browser.

Come testare una ricerca localizzata o delocalizzata

- Per localizzare o delocalizzare le ricerche si utilizza il parametro **&pws=0** che sgancia la ricerca che effettua Google dal posto in cui siamo. Per aumentarne l'efficacia va utilizzato in un browser «pulito»;
- Altro parametro, ma un po' più complesso, che si può utilizzare è **uule** e grazie a questo parametro possiamo «costringere» Google a **simulare** una posizione o ad **annullarla** completamente.
- Il parametro **uule** viene composto da una stringa che contiene «tre sezioni».

Utilizzo del parametro &pws=0

Dopo avere fatto una ricerca per parola chiave su Google basta andare nella barra dell'indirizzo e aggiungere alla stringa risultante il parametro &pws=0

Es.: cerchiamo la parola «pizzeria» e il risultato sulla barra di ricerca sarà il seguente:

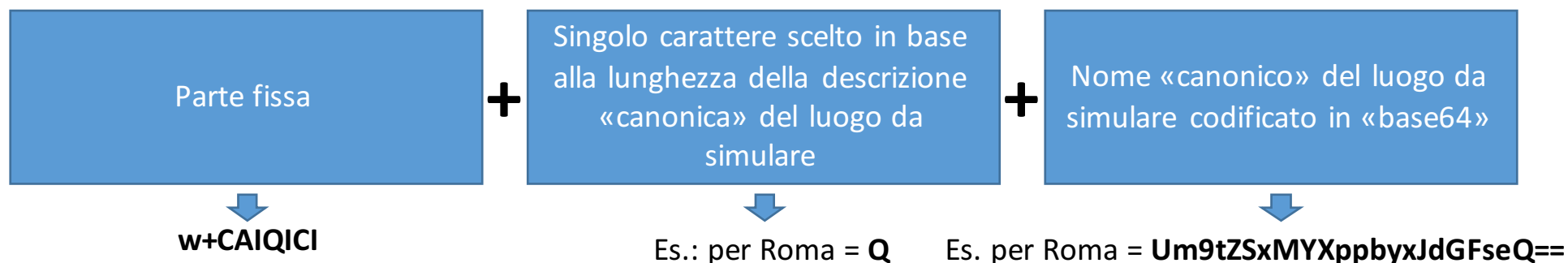
- https://www.google.it/?gws_rd=ssl#q=pizzeria

Aggiungo la stringa &pws=0 e avremo questo risultato:

- https://www.google.it/?gws_rd=ssl#q=confetti&pws=0

Infine avvio la ricerca con questa nuova stringa

Sezioni di una «uule»



La stringa di ricerca per la parola «confetti» localizzata a Roma sarà la seguente:

<https://www.google.it/search?q=confetti&hl=it&pws=0&uule=w+CAIQICIQUm9tZSxMYXppbyxJdGFseQ==>

Dove trovare il «canonical name» utilizzato da Google:

<https://developers.google.com/adwords/api/docs/appendix/geotargeting?hl=fr&cs=1>

Dove trovare un convertitore base64

<http://www.freeformatter.com/base64-encoder.html>

Per approfondimenti: <http://www.danilopetrozzi.it/guida-definitiva-per-manipolare-la-geolocalizzazione-dei-risultati-di-google-2002636>

Tabella per la ricerca del carattere in base al canonical name

4 - E	19 - T	34 - i	49 - x	64 - A
5 - F	20 - U	35 - j	50 - y	65 - B
6 - G	21 - V	36 - k	51 - z	66 - C
7 - H	22 - W	37 - l	52 - 0	67 - D
8 - I	23 - X	38 - m	53 - 1	68 - E
9 - J	24 - Y	39 - n	54 - 2	69 - F
10 - K	25 - Z	40 - o	55 - 3	70 - G
11 - L	26 - a	41 - p	56 - 4	71 - H
12 - M	27 - b	42 - q	57 - 5	72 - I
13 - N	28 - c	43 - r	58 - 6	73 - J
14 - O	29 - d	44 - s	59 - 7	76 - M
15 - P	30 - e	45 - t	60 - 8	83 - T
16 - Q	31 - f	46 - u	61 - 9	89 - L
17 - R	32 - g	47 - v	62 - -	
18 - S	33 - h	48 - w	63 -	

Canonical name di Roma = Rome,Lazio,Italy = 16 caratteri (virgole comprese) = lettera Q
ATTENZIONE A MAIUSCOLE E MINUSCOLE

N.B. per ricerche in Italia senza particolare georeferenziazione la stringa è la seguente:
<https://www.google.it/search?q=confetti&hl=it&pws=0&uule=w+CAIQICIFSXRhbHk=>

Utilizzare Google Suggest

The screenshot shows the Keyword Tool Pro interface. At the top, there's a navigation bar with links for Google, YouTube, Bing, Amazon, and App Store. Below this is a search bar where 'confetti' is entered. The results section shows 'Search for "confetti" found 612 unique keywords'. A banner promotes 'Keyword Tool Pro' with the text 'Want to get up to 2x more keywords instead? Subscribe to Keyword Tool Pro now!'. Below the banner is a table of keyword suggestions. A pop-up box asks 'Do You Need This Information? Keyword Tool Pro Provides Search Volume Data For Italian Keywords. Try It Now!'. At the bottom right, there's a 'Copy (0)' button. The URL 'http://www.keywordtool.io' is displayed at the bottom of the page.

Keyword Suggestions

Search for "confetti" found **612** unique keywords

Want to get up to 2x more keywords instead? **Subscribe to Keyword Tool Pro now!**

☐ Search Terms ?	Keywords ?	Search Volume ?	CPC ?	AdWords Competition ?
☐ confetti	confetti sulmona	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti maxtris	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti matrimonio	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti buratti	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti laurea	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti pelino	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti falling	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti on line	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti perfetti	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti mucci	10,000	1.00	0.00
☐ confetti	confetti crispo	10,000	1.00	0.00

<http://www.keywordtool.io>

Google Webmaster Tools

Google Webmaster

ACCEDI

Home page Assistenza Formazione Partecipazione

Guarda un video introduttivo a Search Console

Tu vuoi essere trovato sul Web. Noi vogliamo aiutarti.

Con Google Search Console puoi monitorare il rendimento del tuo sito nelle ricerche e scoprire altre risorse per i webmaster.

SEARCH CONSOLE

Ricevi assistenza

Google Webmaster Tools

[Home page](#) [Assistenza](#) [Formazione](#) [Partecipazione](#) [SEARCH CONSOLE](#)

Ricevi assistenza per il tuo sito

Gli elenchi dei principali problemi, la documentazione di supporto e gli strumenti di test ti offrono un rapido aiuto in caso di problemi al tuo sito.

[RICHIEDI ASSISTENZA](#)





Scopri come realizzare siti straordinari

Desideri costruire un sito accattivante e funzionale per gli utenti e con un'elevata visibilità nei risultati di ricerca? Scopri i

Google Webmaster Tools

Valeriano   

Search Console

Home

Tutti i messaggi

Altre risorse

Ordina: Per condizioni della proprietà In ordine alfabetico 

www.salve.ws Sito web

Monitora il traffico della Ricerca Google diretto al sito <http://www.salve.ws/> [Mostra dettagli](#)

AGGIUNGI UNA PROPRIETÀ

Gestisci proprietà

16-gen-2016

© 2016 Google Inc. - Centro webmaster - Termini di servizio - Norme sulla privacy - Guida di Search Console

Google Webmaster Tools



Valeriano   

Search Console www.salve.ws Guida Settings

Dashboard

Messaggi

Aspetto nella ricerca

Traffico di ricerca

Indice Google

Scansione

Problemi di sicurezza

Altre risorse

Nuovi e importanti

Monitora il traffico della Ricerca Google diretto al sito <http://www.salve.ws/> 16-gen-2016
[Visualizza tutto](#)

Stato attuale

Errori di scansione

Errori del sito

DNS	Connettività server	Recupero Robots.txt

Errori causati da URL

1 Errore del server
1 Accesso negato
21 Non trovato

Analisi delle ricerche

■ 34
Clic totali



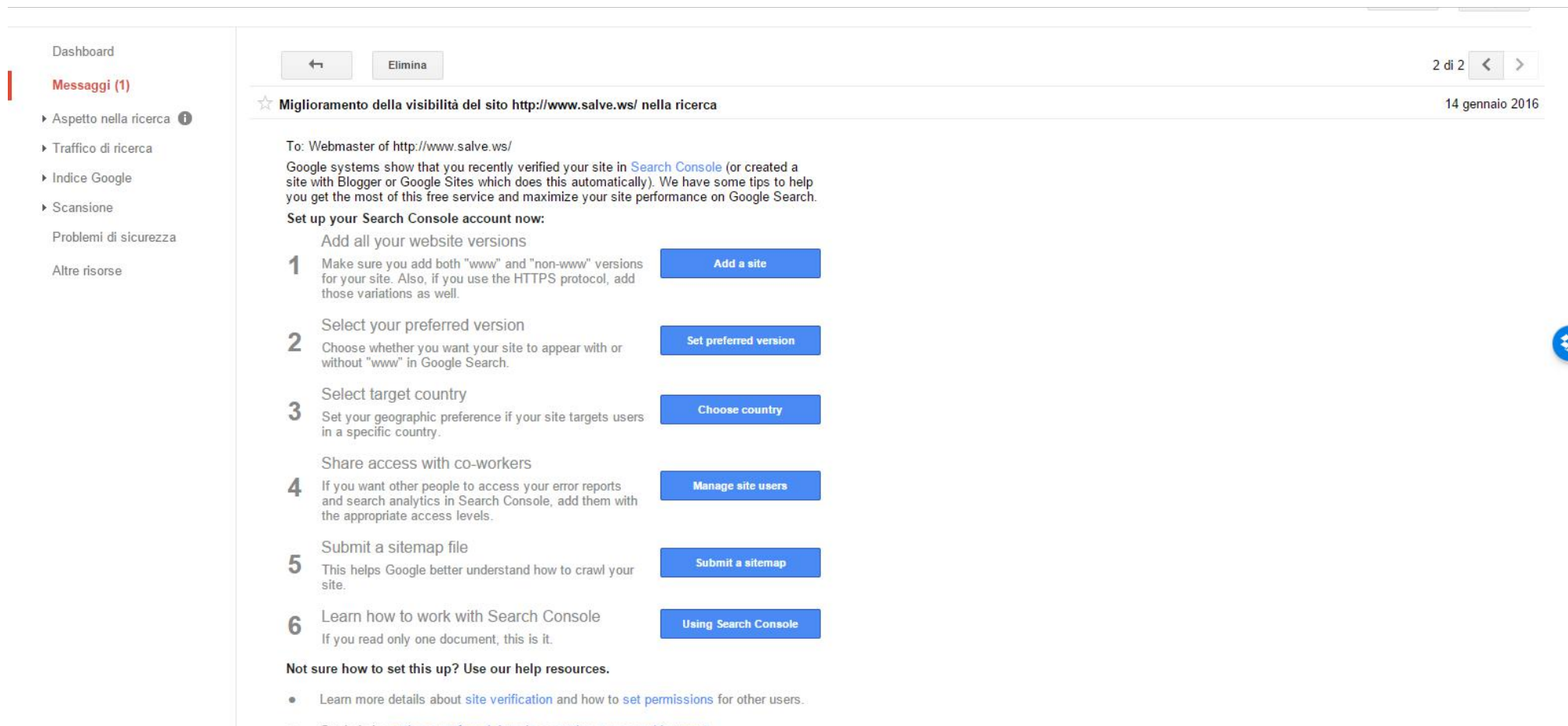
Perché inviare una Sitemap?

Sitemap

Nessuna Sitemap

© 2016 Google Inc. - Centro webmaster - Termini di servizio - Norme sulla privacy - Guida di Search Console

Monitoraggio con Google Webmaster Tools



The screenshot displays the Google Search Console interface. On the left is a sidebar with navigation links: Dashboard, Messaggi (1), Aspetto nella ricerca, Traffico di ricerca, Indice Google, Scansione, Problemi di sicurezza, and Altre risorse. The main content area shows a message titled 'Miglioramento della visibilità del sito http://www.salve.ws/ nella ricerca' dated 14 gennaio 2016. The message text reads: 'To: Webmaster of http://www.salve.ws/ Google systems show that you recently verified your site in Search Console (or created a site with Blogger or Google Sites which does this automatically). We have some tips to help you get the most of this free service and maximize your site performance on Google Search. Set up your Search Console account now:'. Below this, there are six numbered steps, each with a description and a corresponding button: 1. Add all your website versions (Add a site), 2. Select your preferred version (Set preferred version), 3. Select target country (Choose country), 4. Share access with co-workers (Manage site users), 5. Submit a sitemap file (Submit a sitemap), and 6. Learn how to work with Search Console (Using Search Console). At the bottom, there is a link to 'Not sure how to set this up? Use our help resources.' and a bullet point linking to 'Learn more details about site verification and how to set permissions for other users.'

Dashboard

Messaggi (1)

Aspetto nella ricerca

Traffico di ricerca

Indice Google

Scansione

Problemi di sicurezza

Altre risorse

2 di 2

Elimina

☆ Miglioramento della visibilità del sito <http://www.salve.ws/> nella ricerca 14 gennaio 2016

To: Webmaster of <http://www.salve.ws/>

Google systems show that you recently verified your site in [Search Console](#) (or created a site with Blogger or Google Sites which does this automatically). We have some tips to help you get the most of this free service and maximize your site performance on Google Search.

Set up your Search Console account now:

Add all your website versions

1 Make sure you add both "www" and "non-www" versions for your site. Also, if you use the HTTPS protocol, add those variations as well. [Add a site](#)

2 Select your preferred version [Set preferred version](#)

3 Select target country [Choose country](#)

4 Share access with co-workers [Manage site users](#)

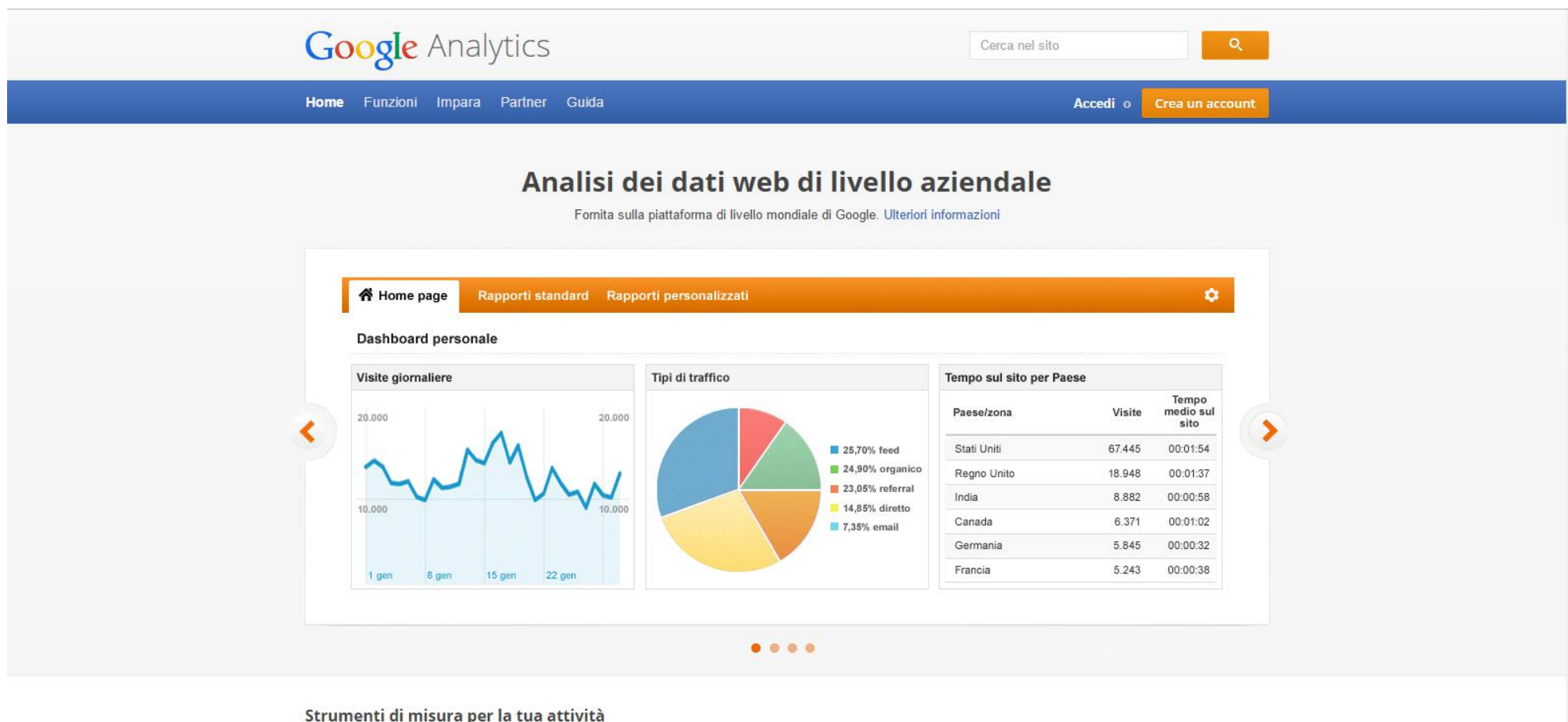
5 Submit a sitemap file [Submit a sitemap](#)

6 Learn how to work with Search Console [Using Search Console](#)

Not sure how to set this up? Use our help resources.

- Learn more details about [site verification](#) and how to [set permissions](#) for other users.

Google Analytics



Strumenti di misura per la tua attività

Utilizzare Google Analytics

1. Creare un account su Google Analytics
<http://www.google.com/intl/it/analytics/>
2. Per creare un account Google Analytics è necessario avere un account Gmail e quindi inserire nome utente e password alla voce «crea account»;
3. Una volta fatta l'iscrizione il servizio fornisce un codice **java-script** da inserire nelle pagine del nostro sito per consentire ad Analytics di rilevare il traffico generato dai visitatori.

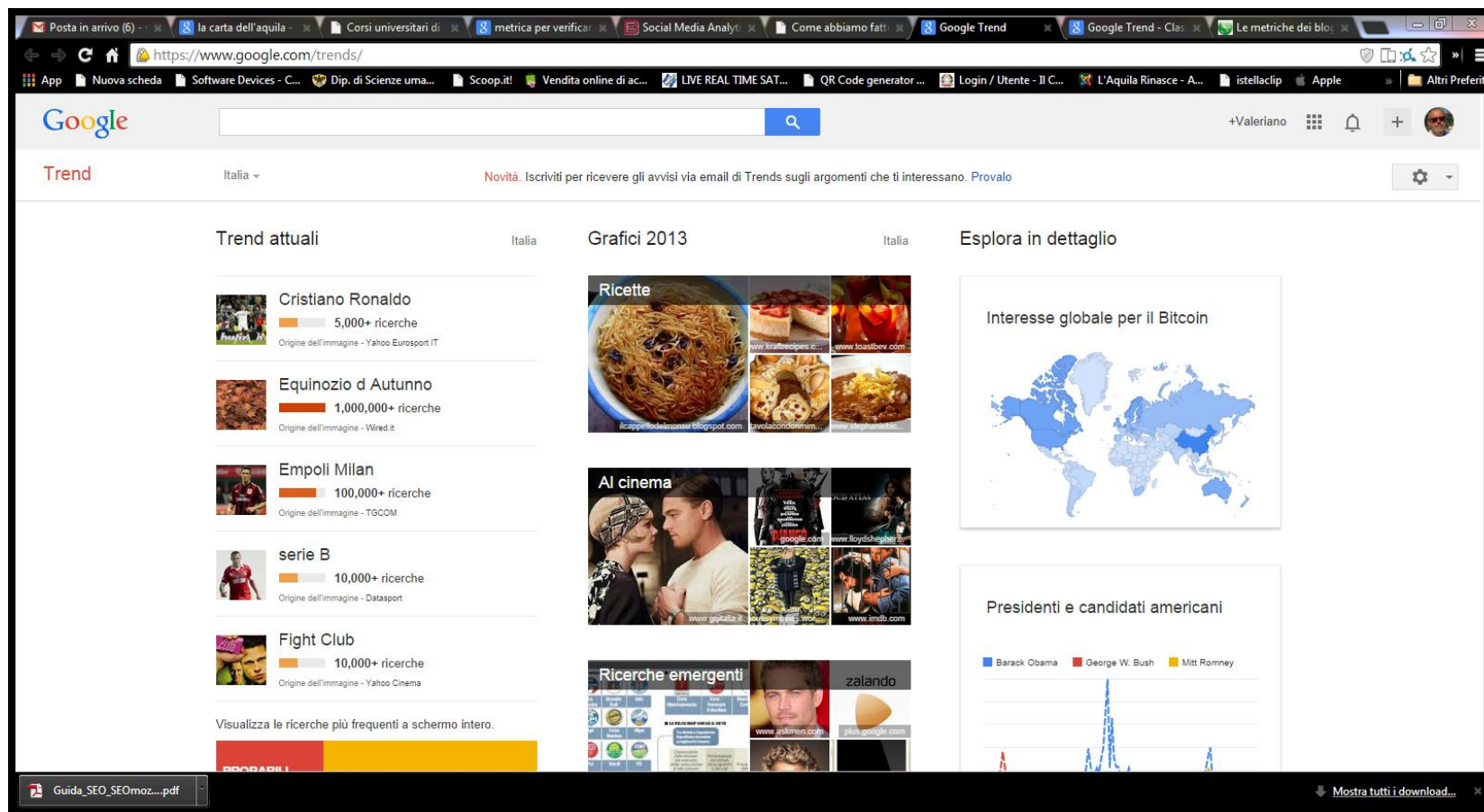
Per inserire il codice nel sito consultare il servizio di assistenza all'url:

<http://support.google.com/analytics>

Se si utilizza WordPress è possibile inserire il codice attraverso un plugin. Possiamo trovarne uno al seguente url:

<http://wordpress.org/extend/plugins/google-analytics-for-wordpress/>

Cosa cerchiamo di più in rete



<https://www.google.it/trends/>

Un anno di ricerche 2015 - x

https://www.google.it/trends/story/2015_GLOBAL

Google Trends

Cerca tra gli argomenti

Un anno di ricerche 2015

Scopri le ricerche sul Web legate ai principali avvenimenti dell'anno.

Globale

Parigi sotto attacco

Terrore nel cuore dell'Europa

Star Wars

L'ultimo episodio

Chiedimi qualcosa

ITA 13:59 29/02/2016

Scrivere per il web

Regola della piramide rovesciata

Regola delle 5W

La piramide rovesciata

**Informazione principale
(Regola delle 5W)**

Informazione importante

Dettagli

Scrivere per il web



- La struttura a piramide rovesciata è molto importante per il web poiché la lettura on-line è una lettura particolare, molto veloce, che spesso si fa in posizioni non comode e, sempre di più, con dispositivi portatili con schermi di piccole dimensioni e condizioni di luce non ottimali.
- Presentare la conclusione fin dalle prime righe permette di catturare subito l'attenzione del lettore che in questo modo sarà più incentivato a continuare nella lettura.
- La regola delle 5W (who, what, where, when, why) in questo caso diventa fondamentale per sintetizzare immediatamente il contenuto dell'articolo.

Scrivere per gli utenti e non per i motori di ricerca

Google nel fare le ricerche è molto più raffinato di quanto si possa pensare. Provate a fare queste domande:

- Quanto fa $20 + 2$?
- Trovami un parrucchiere a L'Aquila
- Dimmi che tempo fa oggi/domani
- Quanto è alta la torre di Pisa?
- Fa freddo?

Creare contenuti di qualità

Creare contenuti di qualità per un motore di ricerca significa anche:

- **Pertinenza**
- **Autorevolezza**

Mentre sulla pertinenza si può intervenire per quello che riguarda l'autorevolezza il problema è che non dipende da noi, ma si acquisisce con il tempo e dipende anche da chi utilizza i contenuti che abbiamo creato.

Fare SEO con i social

Il peso dei social oggi è diventato predominante e molti utenti utilizzano Facebook per informarsi. Prenderemo in analisi tre strumenti social:

- Facebook
- Twitter
- Google+

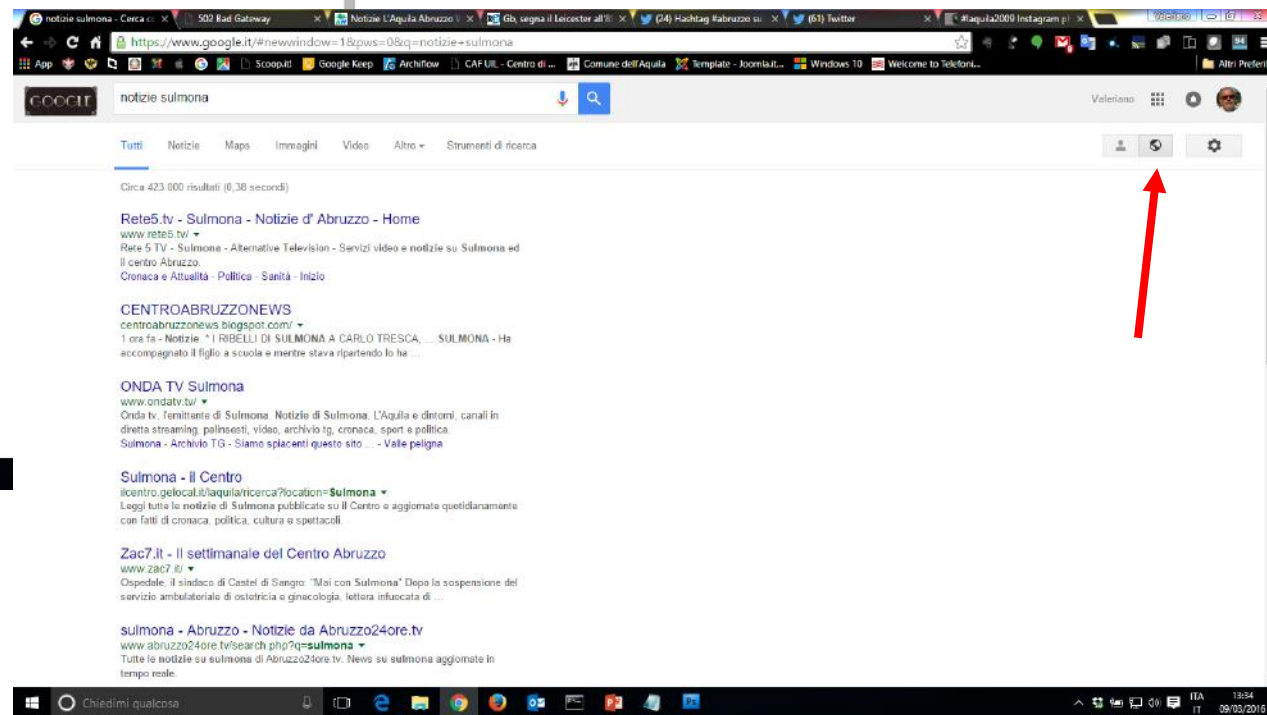
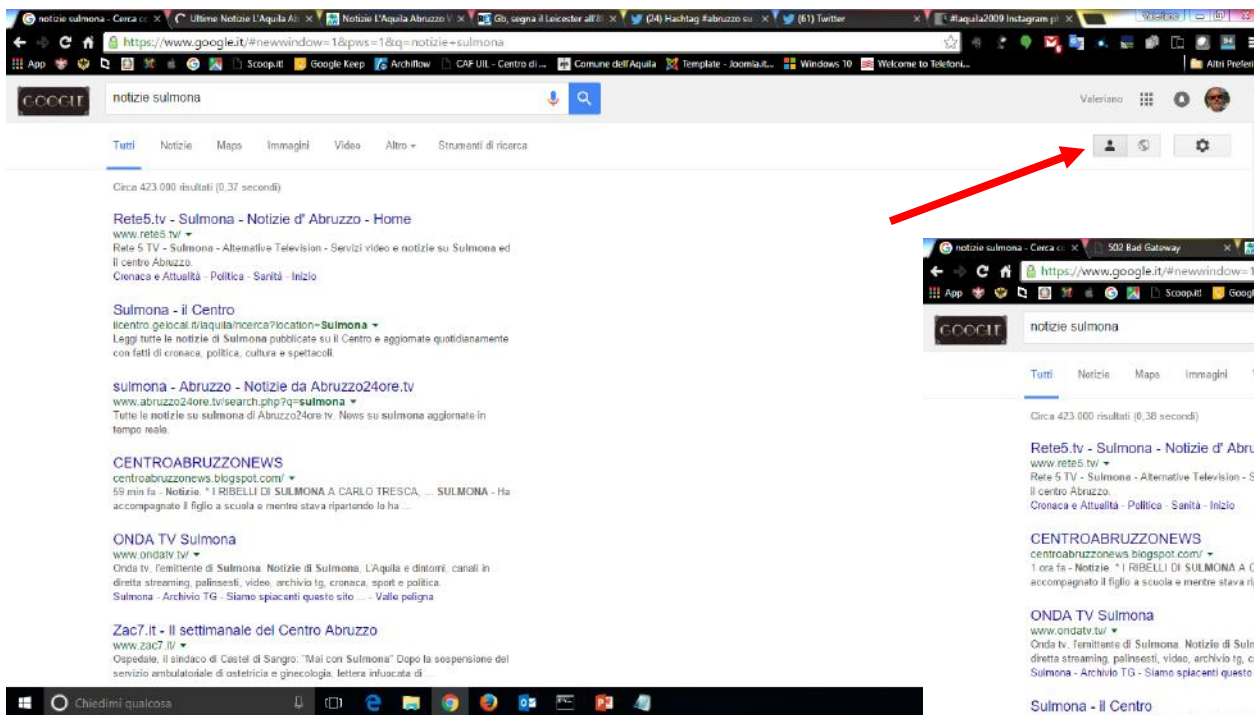
Facebook

- Create una pagina Facebook piuttosto che usare il vostro profilo personale;
- La pagina Facebook è visibile a tutti gli utenti (anche a chi non ha Facebook);
- Non ha il limite dei 5.000 followers che invece ha il profilo personale;
- Per iscriversi a una pagina è sufficiente farci un click senza attendere la conferma di accettazione come avviene per le pagine private
- Il contenuto di una pagina Facebook può essere condiviso in maniera più immediata rispetto alla pagina personale;
- Se necessario è possibile intraprendere azioni di marketing.

Twitter

- Inserite sempre il link al vostro sito quando fate un **tweet**. Questi link sono molto utili, soprattutto quando un post viene «retwittato», perché contribuiscono ad aumentare il numero dei **backlink**;
- Utilizzate gli **hashtag** (simbolo #). Gli hashtag servono per aggregare gli argomenti e funzionano da veri e propri link perché permettono di visualizzare tutti i tweet che riguardano un certo argomento;
- Quando create o utilizzate un hashtag cercate di utilizzare sempre lo stesso nei successivi post.

Google+



Google+

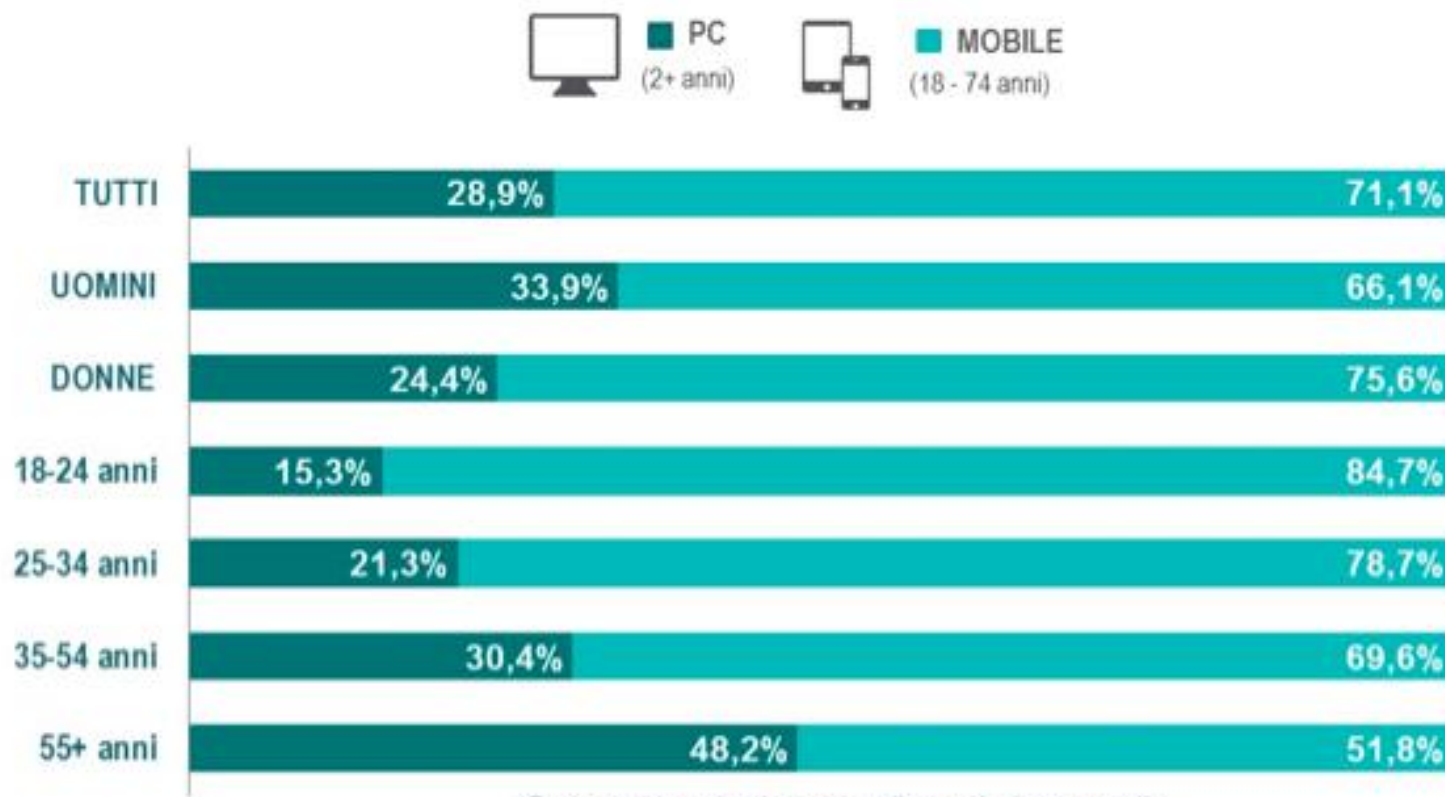
- Con le nuove politiche di Google, che tendono a personalizzare i risultati delle ricerche, **Google+** assume sempre più importanza;
- I risultati sono restituiti agli utenti anche in base alle loro interazioni su Google+, ma anche su Gmail, Google drive, Google calendar...
- Google+ sta crescendo in maniera esponenziale anche in Italia grazie alla diffusione dei telefoni **Android** che creano un profilo Google+ in automatico;
- Diventa evidente a questo punto, quanto sia importante utilizzare bene G+ per dare più visibilità al nostro sito, ma soprattutto crearsi una cerchia di contatti che vedranno nella loro SERP anche i risultati che sono stati veicolati tramite Google+

Google+

- Google+ permette di creare, oltre ai profili personali, anche dei profili «Business» per aziende, onlus, associazioni, ecc...);
- Google+ permette di creare profili personalizzati per le attività locali (Google Plus Local) offrendo uno spazio dedicato all'interno della SERP;
- Google+ influenza la SERP anche in base a fattori che aumentano la popolarità di un sito web quali il numero dei +1, il numero delle cerchie in cui si è inseriti, il numero dei commenti per ogni post pubblicato e l'autorità dei profili collegati al proprio profilo Google+

Distribuzione del tempo totale trascorso online

Novembre 2015



*Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.

Cosa fanno gli italiani online Novembre 2015

SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	 UTENTI UNICI (.000)	 % UTENTI	 % POPOLAZIONE	 TEMPO/PERSONA (hh:mm)
Total	28.829	100,0%	52,2%	45:23:29
Search	26.553	92,1%	48,1%	01:48:03
General Interest Portals & Communities	25.872	89,7%	46,8%	01:13:01
Member Communities	25.177	87,3%	45,6%	12:45:02
Software Manufacturers	24.545	85,1%	44,4%	02:45:03
Internet Tools/Web Services	24.086	83,5%	43,6%	00:51:54
Videos/Movies	23.707	82,2%	42,9%	01:55:11
E-mail	22.129	76,8%	40,1%	02:14:32
Mass Merchandiser	21.886	75,9%	39,6%	01:49:18
Cellular/Paging	20.685	71,8%	37,5%	09:31:49
Current Events & Global News	20.423	70,8%	37,0%	01:09:19
Multi-category Telecom/Internet Services	19.994	69,4%	36,2%	00:36:46
Corporate Information	18.964	65,8%	34,3%	00:43:51
Research Tools	17.742	61,5%	32,1%	00:19:56
Multi-category Entertainment	17.029	59,1%	30,8%	00:46:55
Maps/Travel Info	16.970	58,9%	30,7%	00:33:36
Online Games	16.849	58,4%	30,5%	06:43:01

Test di compatibilità

Google ci offre gli strumenti per verificare se un sito web è compatibile con il mobile.

All'URL: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/> è possibile verificare se un sito è ottimizzato per una fruizione completa anche da dispositivi mobili. Nello stesso tempo vengono individuate le criticità e le possibili soluzioni da adottare.

Sempre Google, all'URL:

<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/get-started/?hl=it>

ci offre una guida per l'ottimizzazione dei siti web per il mobile.

Problemi più comuni

- Visualizzazione non configurata
- Caratteri troppo piccoli
- Elementi troppo vicini per essere toccati con precisione
- Contenuti non ridimensionati in base alla visualizzazione
- Visualizzazione impostata su una larghezza fissa
- Utilizzo di sistemi poco o nulla compatibili quali ad esempio Flash

Alcuni suggerimenti direttamente da Google

- Verificare che il sito per mobile sia indicizzato da Google (si può usare anche l'operatore site: per fare la ricerca)
- Creare una sitemap mobile. Potete trovare qualche suggerimento qui: <https://code.google.com/archive/p/sitemap-generators/wikis/SitemapGenerators.wiki>
anche se Google non lo fa più direttamente ci sono i link a siti che generano sitemap per cellulari
- Verificare che Google riconosca gli URL per i cellulari utilizzando gli strumenti di Google: <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/?hl=it>
Oppure qui: <https://support.google.com/webmasters/answer/72462?hl=it>

Esempi di codice ottimizzato per cellulari

In questo esempio fornito da Google è evidenziato il codice HTML necessario per «dire» a Google che il sito è ottimizzato per i cellulari

Dispositivi «ammessi» alla visualizzazione del sito

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Android" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow_ua
Order deny,allow
deny from all
allow from env=allow_ua
```

(2) Un esempio di sito per cellulari che limita l'accesso da dispositivi non mobili. Ricordati di consentire l'accesso agli user-agent che contengono la stringa "Googlebot-Mobile".

Codice con il quale è stato scritto il sito

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFOLUM/DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapfolum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;
charset=Shift_JIS" />
```

(3) Un esempio di DTD per dispositivi mobili.

Siti web ottimizzati per i dispositivi mobili

Offri ai tuoi utenti un'esperienza completa sui dispositivi mobili.

[Guida introduttiva](#)



Evitare che Google penalizzi il nostro sito

- Gli algoritmi di Google effettuano molti controlli per verificare che un sito sia di buona qualità o che non si stia tentando di ingannare il motore di ricerca e gli utenti.
- Per la qualità:
 - Controllare i link a pagine non più esistenti (**Errore 404**)
 - Evitare i contenuti duplicati (sia all'interno del sito sia all'esterno)
- Per i tentativi di inganno:
 - Evitare la **sovra-ottimizzazione**:
 - Evitare di avere back-link da siti che fanno solo questa attività
 - Evitare il cloaking:

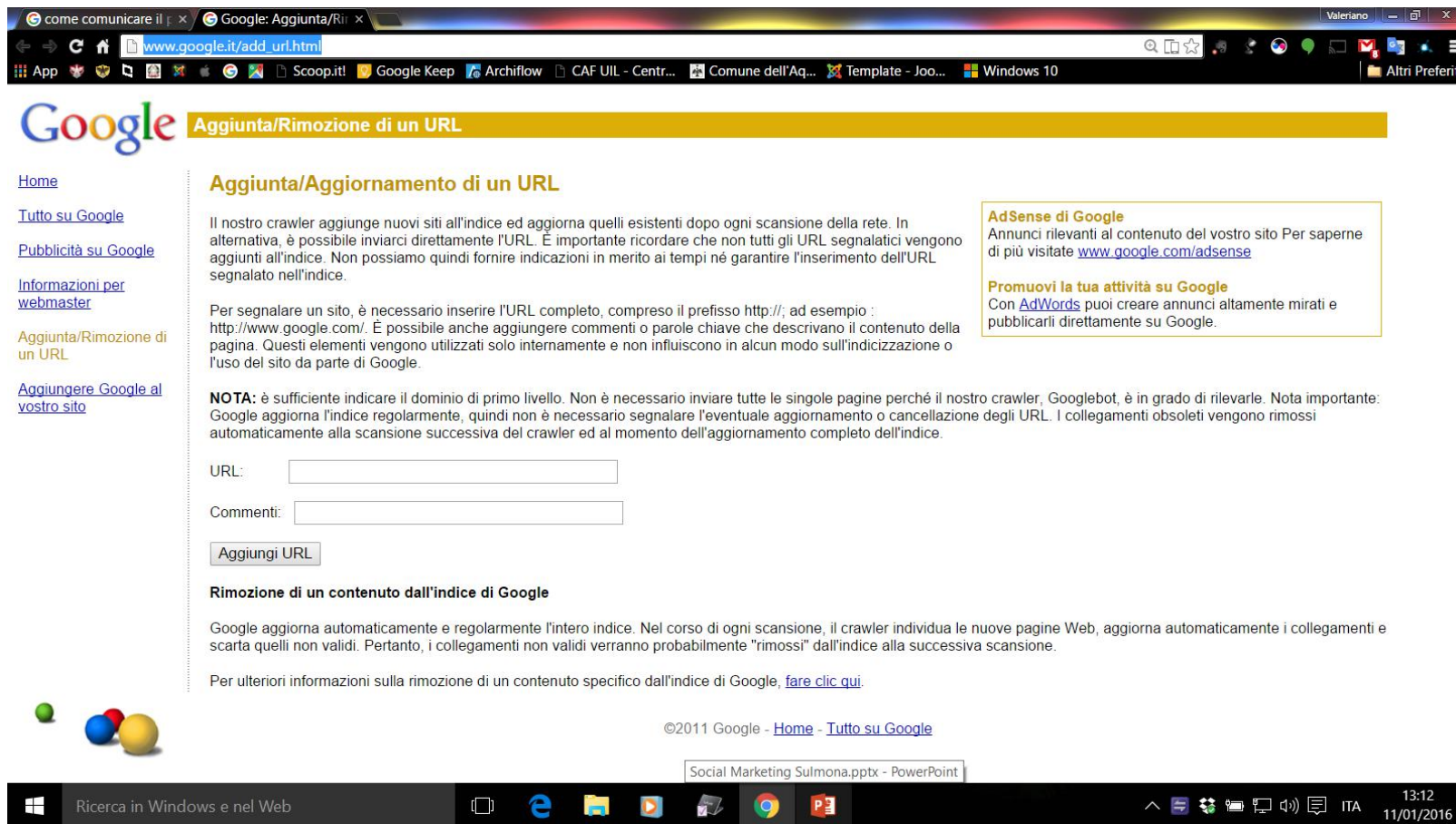
<https://support.google.com/webmasters/answer/66355?hl=it>

Lo facciamo a pagamento?

Perché fare tutto questo sforzo quando con pochi euro posso essere rintracciato più facilmente su un motore di ricerca?

- I vantaggi di una campagna a pagamento finiscono quando smettiamo di pagare;
- I link suggeriti a pagamento potrebbero non essere ben visti da utenti che sono sempre più attenti e smaliziati;
- La «vendita» di notizie può essere paragonata alla vendita di altri generi di prodotti? La risposta la conoscete voi...
-

Come registrarsi sui motori di ricerca: Google



Google Aggiunta/Rimozione di un URL

[Home](#)
[Tutto su Google](#)
[Pubblicità su Google](#)
[Informazioni per webmaster](#)
[Aggiunta/Rimozione di un URL](#)
[Aggiungere Google al vostro sito](#)

Aggiunta/Aggiornamento di un URL

Il nostro crawler aggiunge nuovi siti all'indice ed aggiorna quelli esistenti dopo ogni scansione della rete. In alternativa, è possibile inviarci direttamente l'URL. È importante ricordare che non tutti gli URL segnalati vengono aggiunti all'indice. Non possiamo quindi fornire indicazioni in merito ai tempi né garantire l'inserimento dell'URL segnalato nell'indice.

Per segnalare un sito, è necessario inserire l'URL completo, compreso il prefisso `http://`; ad esempio : `http://www.google.com/`. È possibile anche aggiungere commenti o parole chiave che descrivano il contenuto della pagina. Questi elementi vengono utilizzati solo internamente e non influiscono in alcun modo sull'indicizzazione o l'uso del sito da parte di Google.

NOTA: è sufficiente indicare il dominio di primo livello. Non è necessario inviare tutte le singole pagine perché il nostro crawler, Googlebot, è in grado di rilevarle. Nota importante: Google aggiorna l'indice regolarmente, quindi non è necessario segnalare l'eventuale aggiornamento o cancellazione degli URL. I collegamenti obsoleti vengono rimossi automaticamente alla scansione successiva del crawler ed al momento dell'aggiornamento completo dell'indice.

URL:

Commenti:

Rimozione di un contenuto dall'indice di Google

Google aggiorna automaticamente e regolarmente l'intero indice. Nel corso di ogni scansione, il crawler individua le nuove pagine Web, aggiorna automaticamente i collegamenti e scarta quelli non validi. Pertanto, i collegamenti non validi verranno probabilmente "rimossi" dall'indice alla successiva scansione.

Per ulteriori informazioni sulla rimozione di un contenuto specifico dall'indice di Google, [fare clic qui](#).

©2011 Google - [Home](#) - [Tutto su Google](#)

Social Marketing Sulmona.pptx - PowerPoint

Ricerca in Windows e nel Web

ITA 13:12 11/01/2016

https://www.google.it/intl/it/add_url.html

Pubblicità su Google: Google ADS

The screenshot shows the Google Ads homepage in Italian. The browser's address bar displays <https://www.google.it/ads/>. The page header features the text "Google Programmi pubblicitari". Below this, there are two main promotional banners. The left banner, for Google AdWords, features a man in a suit holding a sign that reads: "Amministratore Bertol Salotti", "www.bertolalotti.it", "Divani a prezzi interessanti, laboratorio e showroom a Meda (MB)", "Via Piave, 18 - 20036 Meda (MB)", "0362 185 1425". Below the image, the text "Trova subito nuovi clienti con Google AdWords" is displayed, followed by a blue button labeled "Inizia subito". The right banner, for Google AdSense, features a man in a blue hoodie holding a sign that reads "jobrapido". Below the image, the text "Guadagna online oggi stesso con Google AdSense" is displayed, followed by a blue button labeled "Inizia subito". At the bottom of the page, there are two small prompts: "Desideri incrementare le tue vendite online? Microsoft Edge lo con Google" and "Ti piacerebbe incrementare le entrate generate dal tuo sito web? Google". The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, task view button, and several application icons (Edge, File Explorer, Photos, etc.). The system clock in the bottom right corner shows the date "11/01/2016" and time "13:17".

Google Programmi pubblicitari

Trova subito nuovi clienti con Google AdWords

Inizia subito

Guadagna online oggi stesso con Google AdSense

Inizia subito

Desideri incrementare le tue vendite online? Microsoft Edge lo con Google

Ti piacerebbe incrementare le entrate generate dal tuo sito web? Google

<https://www.google.it/ads/>

Cominciare con gli annunci

Google AdWords

Sei già un cliente Google AdWords? [Accedi](#)

Panoramica Vantaggi Come funziona Costi Inizia

Il tuo annuncio su Google

Raggiungi i tuoi clienti proprio quando cercano su Google quello che offri. Paghi solo se fanno clic per visitare il tuo sito web o chiamarti.

[Inizia](#)

Assistenza telefonica gratuita 800 597 424 *

Spremuta vicino a stazione centrale

Spremuta in Centrale
Annuncio caffè.esempio-azienda.it
La spremuta quando vuoi tu per cominciare bene

Sei pronto per cominciare?

Chiama ora un Esperto AdWords per:

- ✓ 75€ di credito pubblicitario se spendi 25€
- ✓ Consulenza per la tua prima campagna
- ✓ Suggerimenti e consigli speciali

Chiamaci al numero **800 930 827**

*Da lunedì a venerdì, dalle 9 alle 18. Per nuovi inserzionisti, assistenza soggetta ad approvazione dell'attività commerciale e del sito web.

Quanto costa

Google AdWords

Sei già un cliente Google AdWords? [Accedi](#)

Panoramica Vantaggi Come funziona **Costi** Inizia

Paghi solo per i risultati

Nessuna visita, nessun costo
La registrazione a Google AdWords è gratuita. Paghi solo se un utente fa effettivamente clic sul tuo annuncio e visita il tuo sito web oppure ti chiama. In altri termini, paghi solo quando i tuoi annunci raggiungono i risultati.

Puoi iniziare con qualsiasi budget
Quanto investire in pubblicità lo stabilisci solo tu. Inizia con il budget giornaliero che ti fa sentire più a tuo agio, poi modificalo in base alle tue necessità. Molte aziende partono da un budget minimo di almeno € 10-20 al giorno.

[Inizia](#)

Assistenza telefonica gratuita 800 597 424 *

Rapporti e grafici di facile consultazione mostrano il rendimento dei tuoi annunci su Google AdWords

Google AdWords

Clic Costi

Annunci	Clic	Costi
☐ Spremuto in Centrale La spremuta quando vuoi tu per c... caffe.esempio-azienda.it	30570	€3057
☐ [Truncated]	[Truncated]	[Truncated]

Cominciamo!!!

Google AdWords

Costi di Google AdWords

Valeriano

https://adwords.google.com/um/Welcome/Home?sourceid=awo&subid=it-ww-et-op_adshp_aw_bt&hl=it_IT&sf=og&clickid=sn-3r-og-it-01222016&pli=1#at

App Scoop.it! Google Keep Archiflow CAF UIL - Centro di ... Comune dell'Aquila Template - Joomla.it... Windows 10

valerianosalve@gmail.com

1 Informazioni sulla tua attività 2 La tua prima campagna 3 Fatturazione 4 Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
Altri numeri internazionali

Benvenuto nel programma Google AdWords.

Ti aiuteremo a registrarti e a pubblicare i tuoi annunci in pochi semplici passaggi.
Sei un utente esperto di AdWords? [Salta la configurazione guidata.](#)

Qual è il tuo indirizzo email?

valerianosalve@gmail.com

Qual è il tuo sito web?

www.salve.ws

☒ Sì, voglio suggerimenti e consigli personalizzati per migliorare il rendimento degli annunci

☐ No, non voglio suggerimenti e consigli personalizzati per migliorare il rendimento degli annunci

Continua

Inizia a fare pubblicità su Google
in soli 4 passaggi.

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:44
22/01/2016

Scegliere il budget e la rete

Google AdWords

Costi di Google AdWords

Valeriano

https://adwords.google.com/um/GetStarted/Home?_u=4475395369&_c=6022745809&authuser=0#cp

1. Informazioni sulla tua attività 2. La tua prima campagna 3. Fatturazione 4. Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
Altri numeri internazionali

potrai sempre apportare modifiche in un secondo tempo.

1. Definizione della spesa

Il tuo budget 2.00 € al giorno

2. Scegli un pubblico di destinazione

Località Italia

Reti

Siti che pubblicano i tuoi annunci insieme ai propri risultati di ricerca, ai nuovi articoli o ad altri contenuti.

☐ Rete di ricerca
Include siti della rete di ricerca di Google e siti non Google che utilizzano Google come motore di ricerca

☒ Rete Display
Include siti della Rete Display di Google e siti partner non della Rete Display di Google in cui vengono pubblicati gli annunci

Copertura potenziale giornaliera
Solo rete di ricerca

0 clic
0 impressioni

Salva Annulla

Parole chiave Seleziona le parole chiave

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:49
22/01/2016

Scelta delle parole chiave

Google AdWords

Costi di Google AdWords

Valeriano

https://adwords.google.com/um/GetStarted/Home?_u=4475395369&_c=6022745809&authuser=0#cp

App Scoop.it! Google Keep Archiflow CAF UIL - Centro di ... Comune dell'Aquila Template - Joomla.it... Windows 10

Altri Preferiti

Informazioni sulla tua attività La tua prima campagna Fatturazione Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
Altri numeri internazionali

Reti Rete di ricerca, Rete Display

Parole chiave Aggiungi circa 15-20 parole chiave.
Questi sono i termini di ricerca che potrebbero attivare la pubblicazione del tuo annuncio in corrispondenza dei risultati di ricerca.

Parola chiave	Popolarità della ricerca
content curation	4400
blog curation	90
curation content	70
web curation	40
web content curation	20
la tua parola chiave	
la tua parola chiave	
la tua parola chiave	
la tua parola chiave	
la tua parola chiave	

Inserisci le parole chiave separate da virgole

Aggiungi

⚠ Esamina i suggerimenti di parole chiave sopra riportati

Salva Annulla

3. Imposta l'offerta

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:51 22/01/2016

Scegliere il testo dell'annuncio

Google AdWords

Costi di Google AdWords

Valeriano

https://adwords.google.com/um/GetStarted/Home?_u=4475395369&_c=6022745809&authuser=0#cp

App Scoop.it! Google Keep Archiflow CAF UIL - Centro di ... Comune dell'Aquila Template - Joomla.it... Windows 10

Altri Preferiti

Informazioni sulla tua attività La tua prima campagna Fatturazione Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
Altri numeri internazionali

Il tuo budget 2.00 € al giorno

2. Scegli un pubblico di destinazione

Località Italia

Reti Rete di ricerca, Rete Display

Parole chiave content curation blog curation curation content web curation web content curation

3. Imposta l'offerta

Offerta Imposta automaticamente le mie offerte per ottenere il maggior numero di clic nei limiti del mio budget

4. Scrivi l'annuncio

Annuncio di testo

Efficienza in rete
www.salve.ws
Content curation
Trucchi per content curation

Anteprima dell'annuncio:

Efficienza in rete
www.salve.ws
Content curation
Trucchi per content curation

Copertura potenziale giornaliera
Solo rete di ricerca

0 clic
0 impressioni

Salva e continua

In attesa di risposta da www.google.com...

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:55
22/01/2016

Fatturazione 1

Google AdWords | Costi di Google AdWords | Valeriano

https://adwords.google.com/um/GetStarted/Home?_u=4475395369&_c=6022745809&authuser=0#bi

App | Scoop.it! | Google Keep | Archiflow | CAF UIL - Centro di ... | Comune dell'Aquila | Template - Joomla.it... | Windows 10 | Altri Preferiti

✓ Informazioni sulla tua attività | ✓ La tua prima campagna | 3 Fatturazione | 4 Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
[Altri numeri internazionali](#)

Paese Italia

Informazioni fiscali

Stato imposte

Attività commerciale

Questo servizio può essere utilizzato solo per scopi aziendali o commerciali. È tua responsabilità certificare e dichiarare l'IVA.

Numero di partita IVA (opzionale)

IT -

Nome e indirizzo ?

Nome dell'attività

Nome

Indirizzo 1

Codice postale

Città

Provincia

Contatto principale ?

Nome

Numero di telefono

valerianosolve@gmail.com

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:56
22/01/2016

Fatturazione 2

Google AdWords | Costi di Google AdWords | Valeriano

https://adwords.google.com/um/GetStarted/Home?_u=4475395369&_c=6022745809&authuser=0#bl

App | Scoop.it! | Google Keep | Archiflow | CAF UIL - Centro di ... | Comune dell'Aquila | Template - Joomla.it... | Windows 10

Altri Preferiti

Informazioni sulla tua attività | La tua prima campagna | **Fatturazione** | Revisione

Per assistenza gratuita, chiama il numero: 800 597 402
Altri numeri internazionali

valerianosalve@gmail.com

Modalità di pagamento ? **Pagamenti automatici**

Il servizio può iniziare immediatamente e paghi dopo avere accumulato dei costi. L'importo dovuto ti viene addebitato automaticamente quando il saldo raggiunge un importo predeterminato o 30 giorni dopo l'ultimo pagamento automatico, a seconda di quale dei due eventi si verifica per primo.

Metodo di pagamento ?

☐ Conto bancario

☐ Carta di credito o di debito

Offerta di lancio

☐ Inviatemi offerte promozionali AdWords, inviti per provare nuove funzioni e per partecipare a sondaggi di Google.

Fuso orario (GMT+01:00) Roma

Il fuso orario si applica a tutto l'account e non può essere modificato in seguito.

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

13:57 22/01/2016

La campagna ha inizio

Google AdWords x Costi di Google AdWords x Valeriano x

https://www.google.it/adwords/costs/?channel=et-ads&subid=it-ww-et-op_adshp_aw_lrn

Hai sempre tu il controllo

- Nessun contratto vincolante**
Puoi modificare una campagna, metterla in pausa oppure interromperla in qualsiasi momento, senza costi aggiuntivi.
- Flessibilità del budget**
Puoi impostare facilmente quanto sei disposto a spendere per ogni clic ricevuto e fare tutte le modifiche necessarie quando e dove vuoi.
- Opzioni di pagamento facili**
Per effettuare un pagamento, puoi utilizzare una carta di credito o di debito (Visa, Visa Electron o Mastercard) oppure dare mandato per un bonifico bancario, se preferisci.
- Verifica i risultati**
Che tu voglia ottenere più visite al sito web o presso il tuo negozio, incrementare le vendite online oppure acquisire contatti telefonici o iscrizioni ad una newsletter, gli strumenti di monitoraggio di Google AdWords ti consentono sempre di verificare i risultati.

Inizia

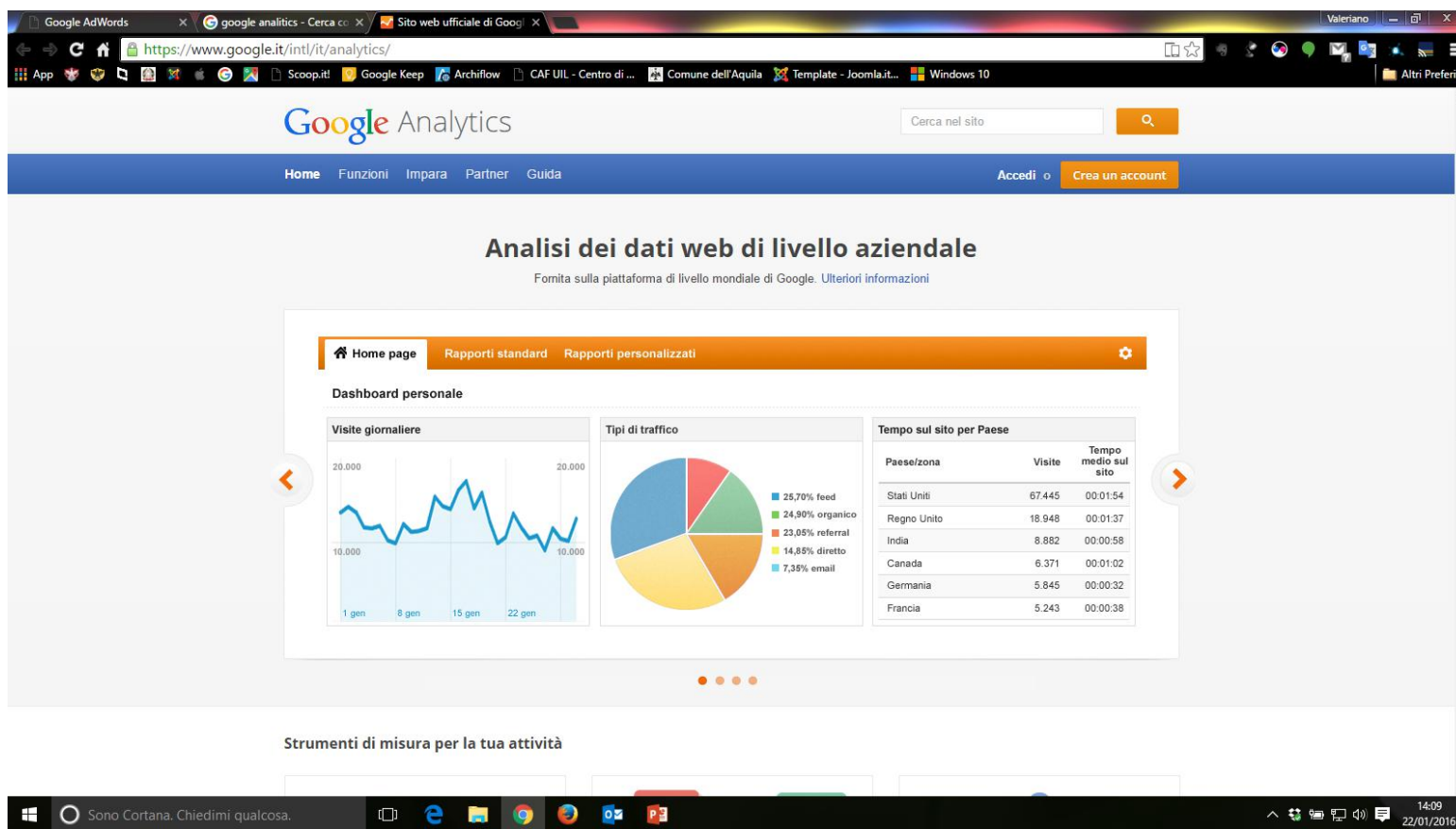
- Comincia oggi stesso**
Basta creare un account, impostare il tuo budget, scrivere il tuo primo annuncio e decidere dove pubblicarlo. Potrai poi perfezionarlo in qualsiasi momento.
[Inizia](#)
- Configurazione e assistenza Google gratuite**
Spendendo €10 o più al giorno con Google AdWords, potrai avvalerti della consulenza gratuita dei nostri esperti; ti aiuteremo a stabilire e a raggiungere i tuoi obiettivi di business e a impostare e a ottimizzare la tua campagna.
800 597 424
* Lunedì-Venerdì, 09:00-18:00

Google · Tutto su Google · Privacy · Termini Italiano - Italia

Sono Cortana. Chiedimi qualcosa.

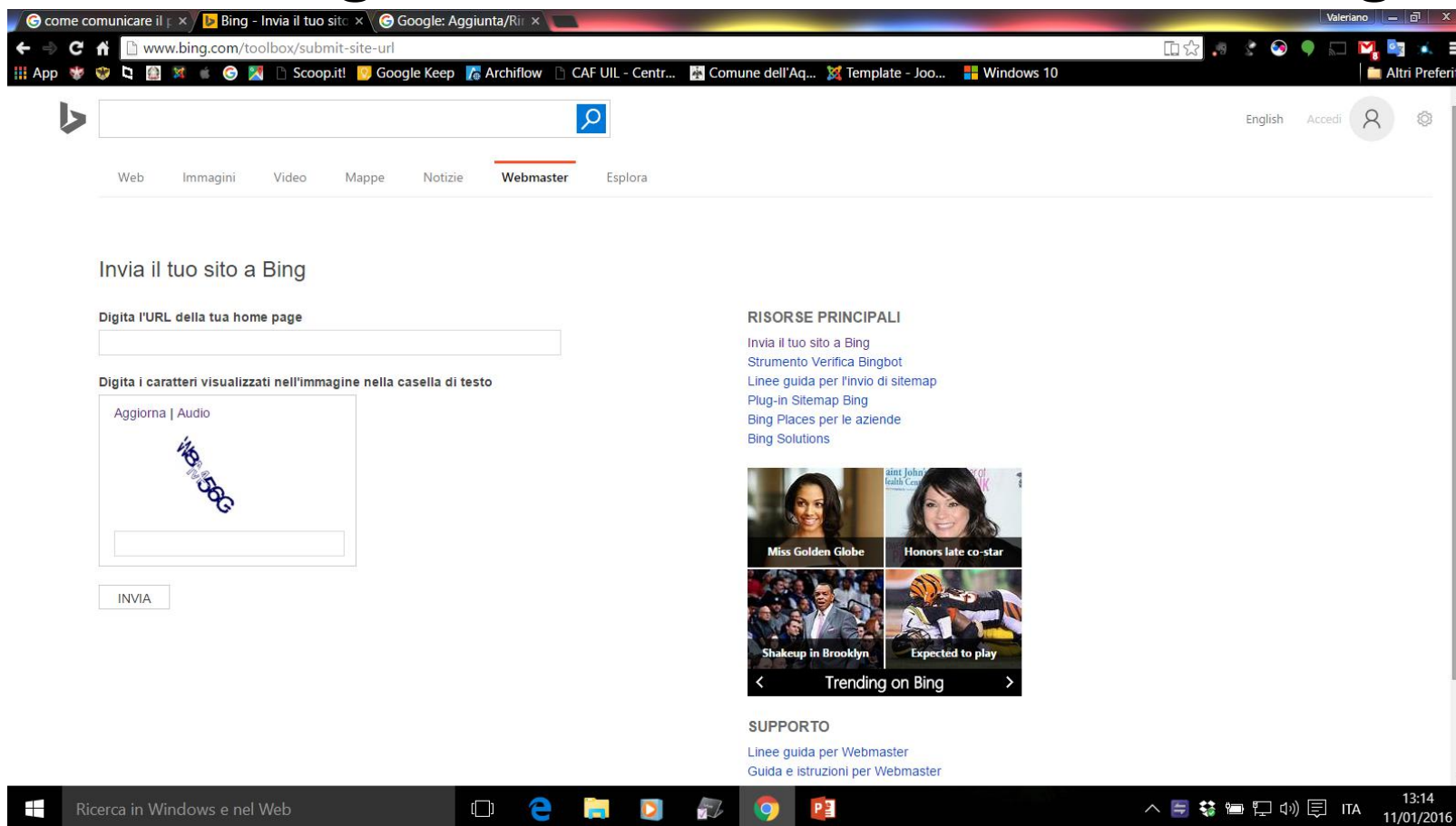
13:59 22/01/2016

Monitorate costantemente l'attività sul vostro sito



<https://www.google.it/intl/it/analytics/>

Come registrarsi sui motori di ricerca: Bing



<http://www.bing.com/toolbox/submit-site-url>

Bing places per le aziende

The screenshot shows the Bing Places for Business dashboard in a web browser. The browser's address bar displays the URL <https://www.bingplaces.com/DashBoard/Home>. The page header includes the Bing logo and the text "bing places per le aziende", along with language and account options ("Italiano", "Accedi", "Guida").

The main content area features a search form on the left and a world map on the right. The search form includes a dropdown menu for "Paese/area geografica" set to "Italia", a text input for "Numero di telefono", a text input for "Nome azienda", and a text input for "Sede". Below these is a green "Cerca" button. A note at the bottom of the form states: "Se rappresenti un'agenzia, inizia qui. Se rappresenti una catena aziendale, inizia qui." The world map on the right shows the continents labeled: ASIA, EUROPA, AFRICA, OCEANIA, AMERICA SETTENTRIONALE, AMERICA MERIDIONALE, ANTARTIDE, and ANTARTIDE. The map includes a scale bar for 2500 miles and 5000 km.

The footer of the page contains the Microsoft logo, copyright information "© 2016 Microsoft", and links for "Bing", "Privacy", "Note legali", "Supporto", and "Guida". The Windows taskbar at the bottom shows the search bar "Ricerca in Windows e nel Web" and several application icons.

<https://www.bingplaces.com/DashBoard/Home>

Risorse fornite da Google

- Gruppo di Google per il supporto ai Webmaster
<https://productforums.google.com/forum/#!forum/webmaster-it>
- Il Google Webmaster central Blog:
<https://webmasters.googleblog.com/>
- Centro di assistenza «Search Console» di Google:
<https://support.google.com/webmasters/#topic=3309469>
- Strumenti per il Webmaster:
<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=it>
- Linee guida per Webmaster:
<https://support.google.com/webmasters/answer/35769>
- Google Analytics
<https://www.google.it/analytics/>
- Sperimentare cosa funziona e cosa non va:
<https://support.google.com/analytics/answer/1745147?hl=it>
- Avete bisogno di qualcuno che lo faccia per voi:
<https://support.google.com/webmasters/answer/35291>

Bibliografia

- Guida introduttiva di Google all'ottimizzazione dei motori di ricerca, Google, on-line
- SEO GOOGLE, Francesco De Nobili, Hoepli, MI ed. 2015
(Da questo volume sono tratti molti dei testi delle slides)

valerianosalve@gmail.com