

Realizzare il proprio sito WEB

Pescara, 27 aprile 2017

Valeriano Salve

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.

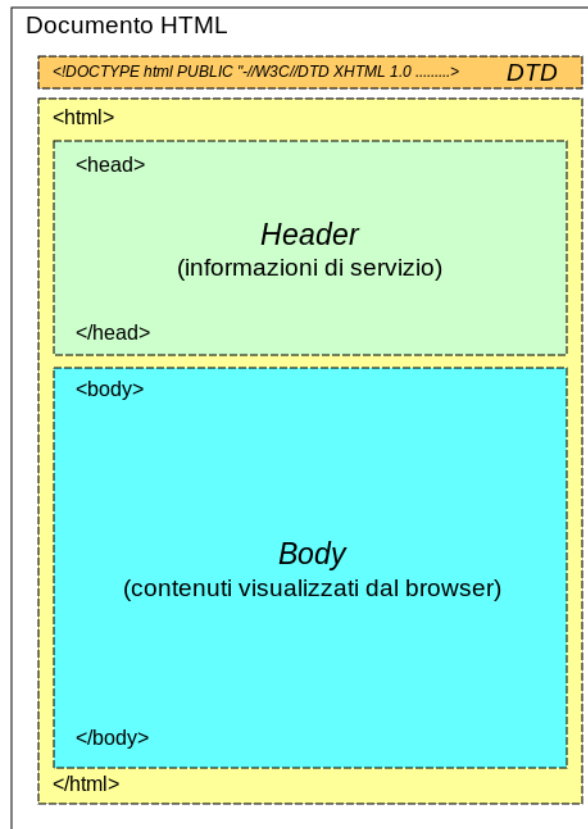
Cos'è l'HTML

- 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 consentire di creare pagine composte da diversi elementi tra cui testo, immagini, video, ecc. **permette 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="styl
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 a una pagina web

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

Come visualizzare il codice HTML di una pagina:

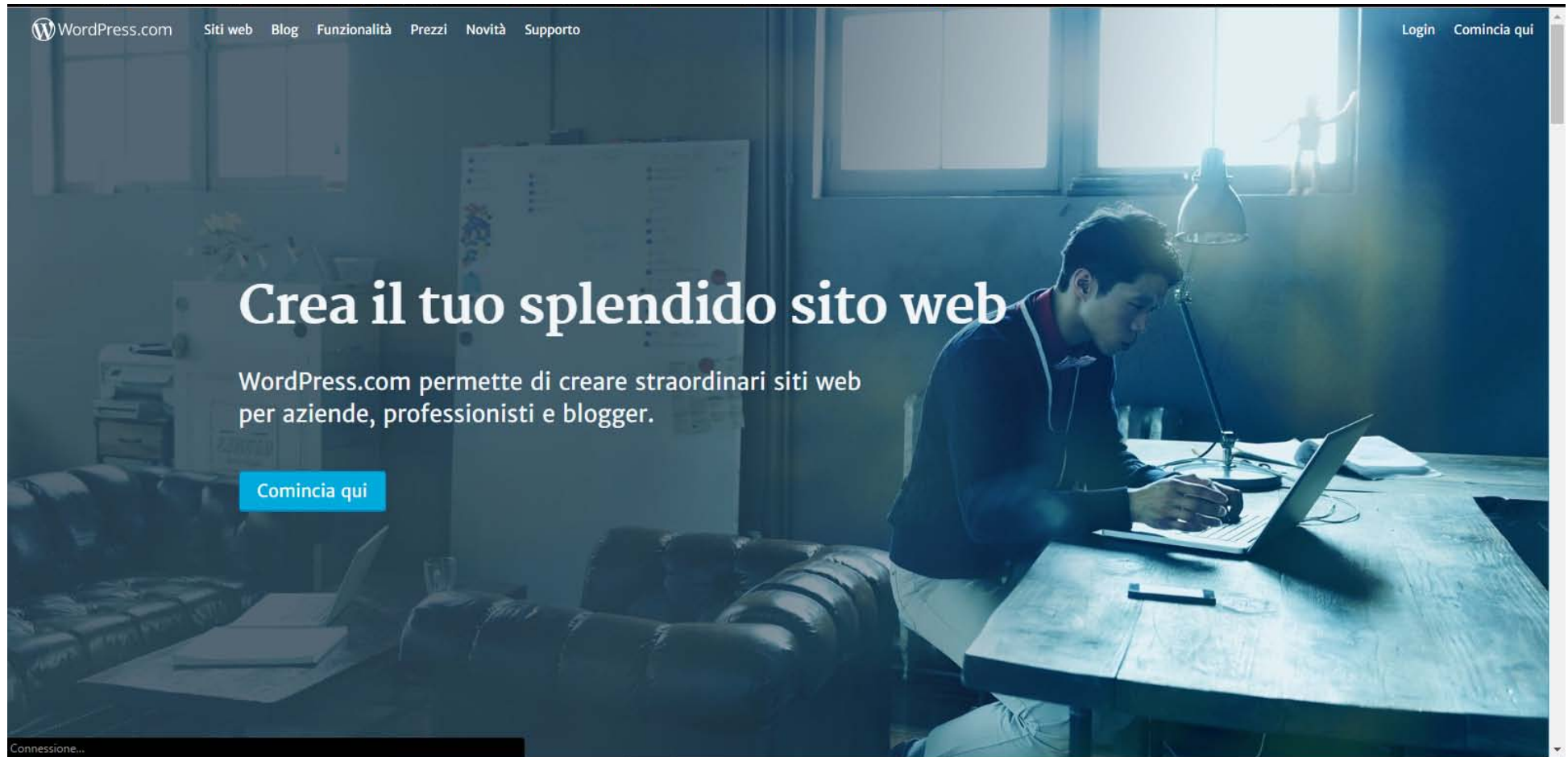
- **Utenti PC con sistema operativo Windows:**
per **Chrome** e **Firefox** cliccare con il tasto destro su una pagina web e scegliere «*visualizza sorgente pagina*», mentre per **Internet Explorer** o **EDGE** cliccare con il tasto destro su una pagina web e scegliere «*HTML*»
- **Utenti MAC**
da **Safari** scegliere «*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.



<https://it.wordpress.com/create/>



The screenshot shows the WordPress.com Italian homepage. At the top left is the WordPress logo and the text "WordPress.com". To its right are navigation links: "Siti web", "Blog", "Funzionalità", "Prezzi", "Novità", and "Supporto". At the top right are "Login" and "Comincia qui" links. The main content area features a large, dimly lit photograph of a man working at a desk with a laptop. Overlaid on this image is the headline "Crea il tuo splendido sito web" in a large, white, serif font. Below the headline is a sub-headline in a smaller, white, sans-serif font: "WordPress.com permette di creare straordinari siti web per aziende, professionisti e blogger." A blue button with the text "Comincia qui" is positioned below the sub-headline. At the bottom left of the screenshot, the text "Connessione..." is visible.

Scegliere il layout del proprio sito


WordPress.com

Registrati Accedi

Passaggio 4 di 5

Inizia.

Innanzitutto, quale vorresti che fosse l'aspetto della tua homepage?



Un elenco dei miei articoli più recenti

Una pagina di benvenuto per il mio sito

Una griglia dei miei articoli più recenti

Creazione di una connessione protetta in corso...

Scegliere il tipo di grafica del proprio sito

WordPress.com

Registrali Accedi

Passaggio 2 di 5

Scegli un tema.

Non hai bisogno di pensarci su. Puoi sempre passare a un altro tema successivamente.

The screenshot displays the WordPress.com theme selection process. At the top, the WordPress.com logo and navigation links 'Registrali' and 'Accedi' are visible. Below the navigation, the text 'Passaggio 2 di 5' and 'Scegli un tema.' is centered, followed by the instruction 'Non hai bisogno di pensarci su. Puoi sempre passare a un altro tema successivamente.' The main area features six theme preview cards arranged in a 2x3 grid. Each card shows a preview of the theme's layout and content, with the theme name labeled below it. The themes shown are: Dyad (a food blog theme), Apostrophe (a magazine theme), Revelar (a photography theme), Gazette (a news theme), Cubic (a travel theme), and Rebalance (a photography theme).

Dyad

Apostrophe

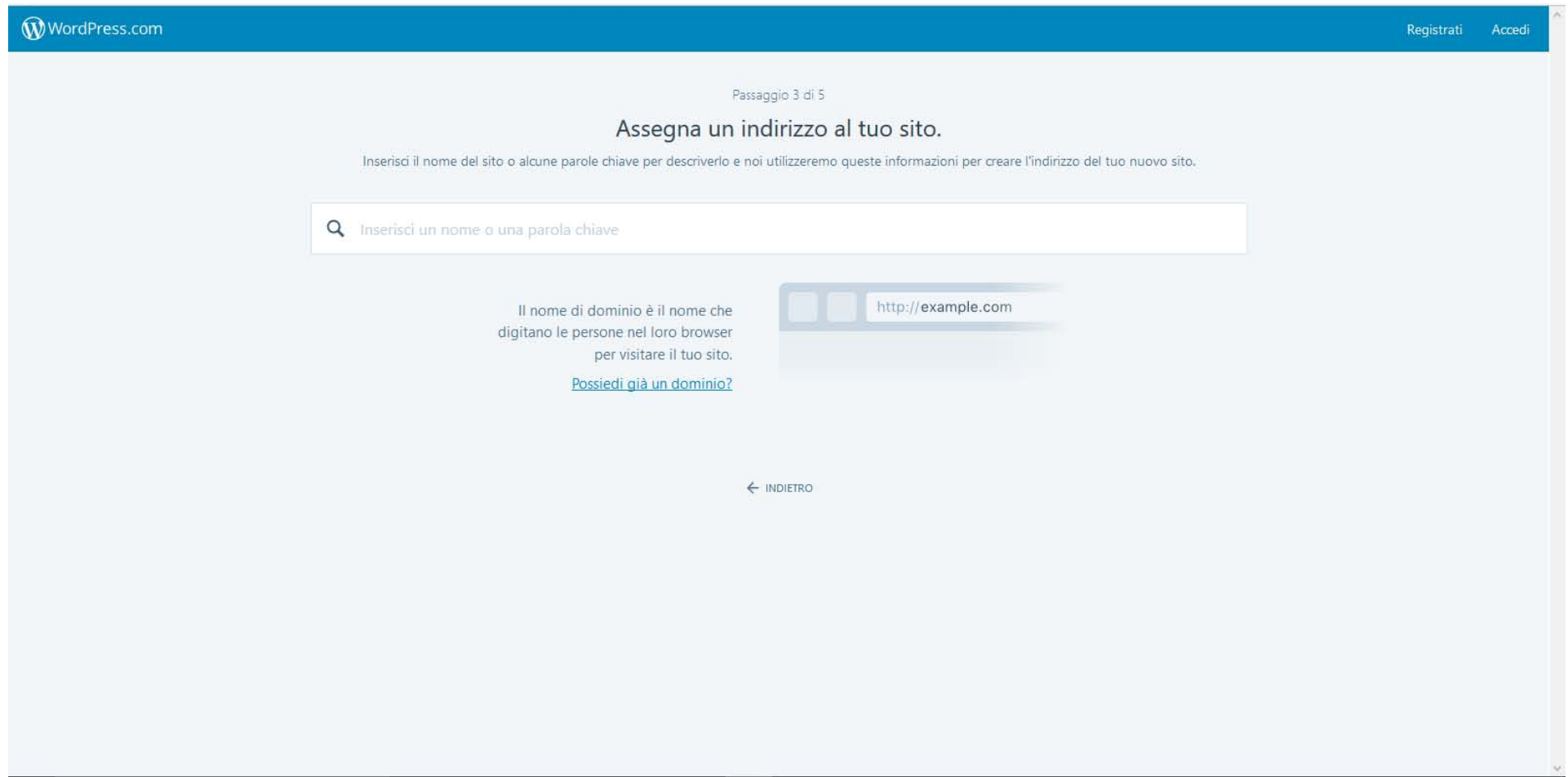
Revelar

Gazette

Cubic

Rebalance

Scelta del nome del sito



Scelta dell'indirizzo del sito

WordPress.com Registrati Accedi

Passaggio 3 di 5

Assegna un indirizzo al tuo sito.

Inserisci il nome del sito o alcune parole chiave per descriverlo e noi utilizzeremo queste informazioni per creare l'indirizzo del tuo nuovo sito.

🔍 stampaquotidiana ✕

stampaquotidiana.wordpress.com	Gratuito	Seleziona >
stampaquotidiana.blog	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >
stampaquotidiana.com	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >
stampa-quotidiana.blog	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >
stampaquotidiana.org	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >
stampaquotidiana.net	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >
stampa-quotidiana.com	Funzione inclusa in WordPress.com Premium	Aggiorna >

Un dominio

160.78.48.68

160.78 = indirizzo di rete

48 = indirizzo della sottorete

68 = indirizzo del computer

www.univaq.it

it = nome dominio (*Top level domain*)

univaq = nome sottodominio (*Dominio di 2° livello*)

www = servizio richiesto

www.odg.abruzzo.it

it = nome dominio (*Top level domain*)

abruzzo = nome sottodominio (*Dominio di 2° livello*)

odg = nome sottodominio (*Dominio di 3° livello*)

www = servizio richiesto



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.





Gratis o a pagamento?

WordPress.com

Registrati Accedi

Passaggio 4 di 5

Scegli il piano giusto per te.

 Gratis €0 <i>a vita</i>	 Personal €2,99 <i>al mese, fatturazione annuale</i>	 Premium €8,25 <i>al mese, fatturazione annuale</i> IL PIÙ SCELTTO	 Business €24,92 <i>al mese, fatturazione annuale</i>
Ottieni un sito web gratuito e preparati a pubblicare il tuo primo articolo in meno di cinque minuti.	Il migliore per l'uso personale: migliora il tuo sito web con un nome di dominio personalizzato e rimuovi tutta la pubblicità di WordPress.com. Ottieni l'accesso a supporto di alta qualità via e-mail e chat dal vivo.	Il migliore per imprenditori e liberi professionisti: costruisci un sito web unico con strumenti di progettazione avanzati, modifica CSS, molto spazio per audio e video e la possibilità di guadagnare dal tuo sito con le pubblicità.	Il migliore per le piccole aziende: rafforza il sito web della tua azienda con modelli di temi Premium e Business, supporto per Google Analytics, archiviazione illimitata e la possibilità di rimuovere il marchio WordPress.com.
Seleziona Gratis	Acquista	Acquista	Acquista
<ul style="list-style-type: none">✓ Sottodominio di WordPress.com✓ Funzioni essenziali di Jetpack✓ Supporto della comunità✓ Centinaia di temi gratuiti✓ Personalizzazione base del design	<ul style="list-style-type: none">✓ Nome dominio personalizzato✓ Funzioni essenziali di Jetpack✓ Supporto via e-mail e chat dal vivo✓ Centinaia di temi gratuiti✓ Personalizzazione base del design	<ul style="list-style-type: none">✓ Nome dominio personalizzato✓ Funzioni essenziali di Jetpack✓ Supporto via e-mail e chat dal vivo✓ Temi Premium illimitati✓ Personalizzazione del design	<ul style="list-style-type: none">✓ Nome dominio personalizzato✓ Funzioni essenziali di Jetpack✓ Supporto via e-mail e chat dal vivo✓ Temi Premium illimitati✓ Personalizzazione del design

Creare un account

WordPress.com Registrati Accedi

Passaggio 5 di 5

Crea un account.

Il tuo indirizzo e-mail

Scegli un nome utente

Scegli una password

👁

Se crei un account, accetti i nostri interessanti Termini di servizio.

Crea il mio account

[← INDIETRO](#)

Dashboard

The screenshot shows the WordPress dashboard for a user named 'Il mio sito'. The interface is in Italian and features a dark sidebar on the left with navigation options like 'Home', 'Articoli', 'Media', and 'Impostazioni'. The main content area is titled 'Bacheca' and includes several widgets: 'In sintesi' (summary), 'Bozza rapida' (drafts), 'Attività' (activity), 'La tua attività' (your activity), 'Novità' (news), 'Statistiche' (statistics), and 'Articoli migliori' (best articles). A large dashed box on the right is labeled 'Trascina qui i riquadri' (drag widgets here). The top right corner has 'Scrivi' (write) and 'Impostazioni schermata' (screen settings) buttons.

Il mio sito Reader

Bacheca

Suggerimento: [Aggiorna la tua pagina di informazioni](#) così i lettori potranno conoscerti meglio.

In sintesi

1 Articolo 1 Pagina

Wordpress.com sta usando il tema Independent Publisher.

Akismet ha già protetto questo sito da 6 commenti di spam. Non c'è nulla nella tua coda di spam al momento.

Spazio di archiviazione

3.072 MB di spazio disponibile / 6,85 MB (0%) di spazio utilizzato

Bozza rapida

Titolo

A cosa stai pensando?

Salva bozza

Attività

Pubblicati di recente

11 Ott 2012 per 9:43 am Questo è il mio primo post su WordPress

La tua attività

Aggiornato: Questo è il mio primo post su Wordpress (Modifica)

Novità

Blog di WordPress.com Latest

Statistiche

2,0

1,0

0,0

Apr 10

Articoli migliori (la scorsa settimana) Più ricercati Mostra tutti

Più attivo (il giorno prima)

Trascina qui i riquadri

Hosting su ARUBA

The screenshot displays the Aruba.it website interface. At the top, there is a navigation bar with the Aruba logo and various service categories: HOSTING, PEC, SERVER, CLOUD, PRATICHE, and RIVENDITORI. The main navigation menu includes: HOSTING, DOMINI (marked as 'Novità'), EMAIL e OFFICE (marked as 'Novità'), SITO WEB, E-COMMERCE, WEB MARKETING, and SERVER e CLOUD. A 'area clienti' button is also visible.

The main content area is divided into four columns:

- Hosting Basic:** L'unico Hosting ILLIMITATO ad un prezzo imbattibile! Potente, affidabile e performante. Features include: 1 Dominio incluso, Certificato SSL DV incluso, Spazio disco e traffico ILLIMITATO, 5 caselle email da 1GB, Pannello di controllo, Webmail, Oltre 200 applicazioni disponibili, Personalizzabile, Assistenza gratuita 24/7. Price: da 11,66 € + IVA/anno** (anziché 20,66 € + IVA/anno). Button: SCOPRI Hosting Basic.
- Pacchetti Hosting:** Pacchetti pronti ad un prezzo conveniente. Scegli la soluzione che meglio soddisfa le tue esigenze! Features include: Caratteristiche Hosting Basic, Certificato SSL DV incluso, Caselle Email Illimitate da 1GB, Database MySQL o MSSQL, Backup giornaliero e settimanale, AntiVirus e AntiSpam, Statistiche visite, Pronti per WordPress, Joomla, Drupal, Assistenza gratuita 24/7. Price: da 24,99 € + IVA/anno* (anziché 70,00 € + IVA/anno). Button: SCOPRI i Pacchetti Hosting.
- Domini:** Registra o trasferisci il tuo dominio su Aruba. Proteggi il tuo brand con tutte le estensioni disponibili. Features include: 1 Dominio incluso, Gestione DNS, Redirect, Nuove estensioni per il tuo dominio, Whois Privacy, Pannello di controllo, Assistenza gratuita 24/7. Price: da 0,99 € + IVA/anno** (anziché 9,99 € + IVA/anno). Button: SCOPRI Domini.
- Creazione sito:** Vuoi realizzare il tuo sito o vendere online? WordPress, SuperSite o e-Commerce sono soluzioni chiavi in mano! Features include: 1 Dominio incluso, 5 caselle email, Pannello di controllo, Template personalizzabili, Strumenti di web marketing, Compatibilità mobile, Assistenza gratuita 24/7. Price: da 26,99 € + IVA/anno*. Button: SCOPRI Creazione sito.

Each column also features a 'Disponibile la PEC sul tuo dominio' icon and a 'Scegli un .com, .cloud, .eu o .info e risparmia!' message.

A 'Live chat' window is open in the bottom right corner, displaying the text: 'Ciao! Hai domande su prodotti o procedure? Sono qui per aiutarti.' with an 'Invia' button.

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**

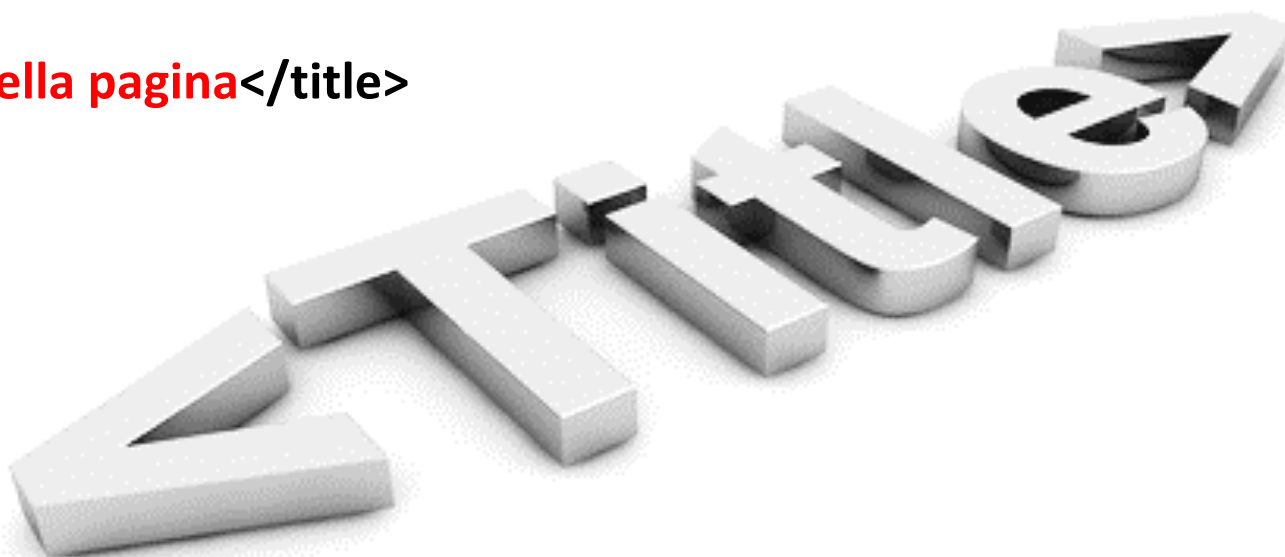
Il tag Title

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 l'ottimizzazione per i motori di ricerca.

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...

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: 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.

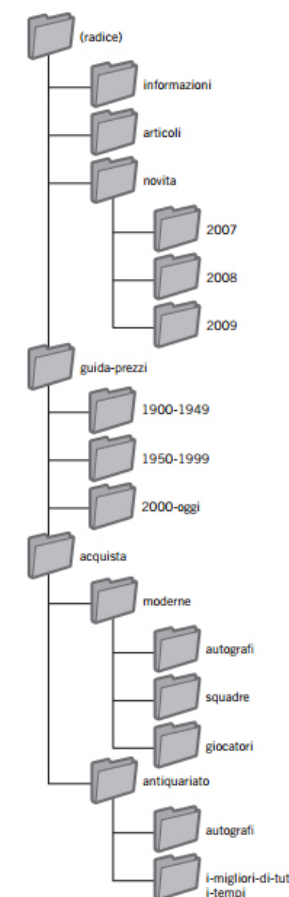
Ottimizzare i link

Anche i link possono/debbono essere ottimizzati.

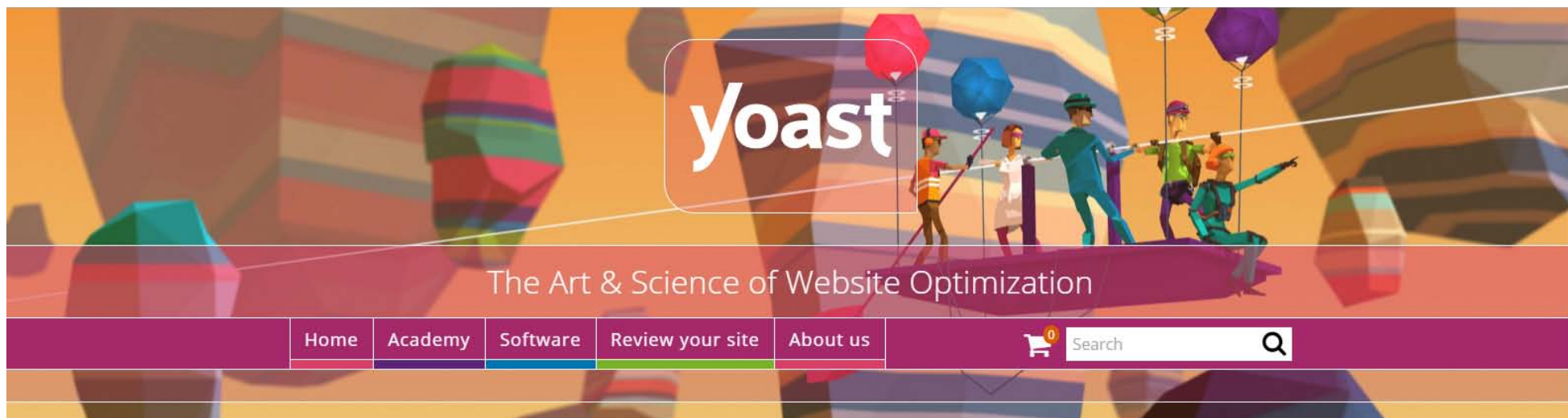
- Inserire l'attributo **title** nei link (l'attributo title si attiva al passaggio del mouse sul link);
- Non utilizzare per il link parole generiche del tipo «clicca qui», «segui il link» ecc... che non danno nessuna informazione ai motori di ricerca;
- Una buona mossa è inserire nell'attributo **title**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



SEO blog »

We write about Search Engine Optimization, Analytics, Usability and more. Check out our SEO blog »

eBooks »

Want to learn to optimize your website? You can read all about Content SEO, UX, Conversion and optimizing your website in our eBooks. If you own a website you should definitely check them out »

WordPress plugins »

Yoast offers several plugins for WordPress to optimize your WordPress SEO, built around one core SEO plugin for WordPress. Plugins for SEO, Analytics & more. [Check them out »](#)



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

Google Webmaster Tools

Google Webmaster

ACCEDE

Home page Assistenza Formazione Partecipazione

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

Guarda un video introduttivo a Search Console

Ricevi assistenza

Google Webmaster Tools

The screenshot shows the Google Webmaster Tools website. At the top, there is a navigation menu with links for "Home page", "Assistenza", "Formazione", and "Partecipazione". A green "SEARCH CONSOLE" button is located in the top right corner. The main content area features a large heading "Ricevi assistenza per il tuo sito" (Receive assistance for your site). Below this heading, there is a paragraph of text: "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." (The lists of the main problems, the support documentation and the testing tools offer you a quick help in case of problems on your site.) Below the text is a blue button labeled "RICHIEDI ASSISTENZA" (Request assistance). To the right of the text is a yellow graphic containing various tools: a pair of pliers, a hammer, a wrench, a screwdriver, a set of sockets, a magnifying glass, a ruler, and a pencil. Below this graphic is another section with the heading "Scopri come realizzare siti straordinari" (Discover how to create extraordinary sites). Below this heading is a paragraph of text: "Desideri costruire un sito accattivante e funzionale per gli utenti e con un'elevata visibilità nei risultati di ricerca? Scopri i" (Do you want to build an attractive and functional site for users and with high visibility in search results? Discover the). To the left of this text is a graphic of a stack of colorful books (red, yellow, green, blue) with a red apple on top of the stack.

Google Analytics

The screenshot displays the Google Analytics interface. At the top, the Google Analytics logo is on the left, and a search bar with the text "Cerca nel sito" is on the right. Below the logo, navigation links for "Home", "Funzioni", "Impara", "Partner", and "Guida" are visible. On the right side of the navigation bar, there are links for "Accedi" and "Crea un account".

The main content area is titled "Analisi dei dati web di livello aziendale" with a subtitle "Fornita sulla piattaforma di livello mondiale di Google. Ulteriori informazioni". Below this, there is a navigation bar with "Home page", "Rapporti standard", and "Rapporti personalizzati".

The dashboard is divided into three main sections:

- Visite giornaliere:** A line chart showing daily visits over time, with a y-axis ranging from 10,000 to 20,000. The x-axis shows dates: 1 gen, 8 gen, 15 gen, and 22 gen.
- Tipi di traffico:** A pie chart showing the distribution of traffic sources. The legend indicates: feed (26,70%), organico (24,90%), referral (23,05%), diretto (14,85%), and email (7,35%).
- Tempo sul sito per Paese:** A table showing the average time spent on the site by country.

Paese/zona	Visite	Tempo medio sul sito
Stati Uniti	67.445	00:01:54
Regno Unito	18.948	00:01:37
India	8.882	00:00:58
Canada	6.371	00:01:02
Germania	5.845	00:00:32
Francia	5.243	00:00:38

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/>

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.

Visualizzazione con i dispositivi mobili: 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.

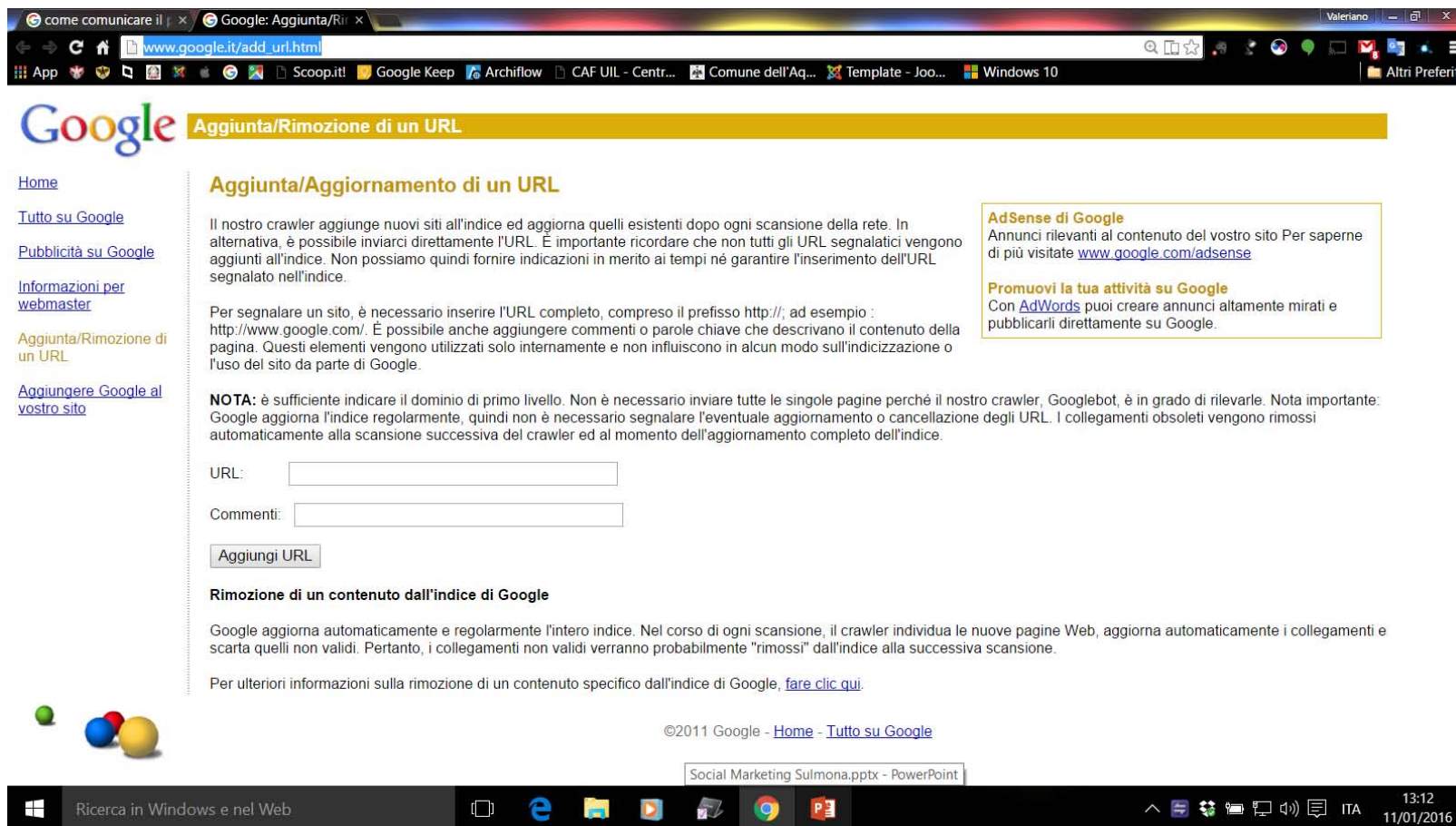
Siti web ottimizzati per i dispositivi mobili

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

[Guida introduttiva](#)



Come registrarsi sui motori di ricerca: Google



The screenshot shows a Windows 10 browser window with the address bar displaying www.google.it/add_url.html. The page title is "Google Aggiunta/Rimozione di un URL". The main heading is "Aggiunta/Aggiornamento di un URL". The text explains that Google's crawler adds new sites and updates existing ones. It provides instructions on how to submit a URL, including the use of the `http://` prefix and the option to add comments or keywords. A "NOTA" section states that only the domain is required for submission. There are two input fields: "URL:" and "Commenti:". A button labeled "Aggiungi URL" is positioned below the fields. To the right, there are two promotional boxes for AdSense and AdWords. The footer of the page includes the copyright notice "©2011 Google" and a link to "Tutto su Google". The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, task view, and several application icons, including Edge, File Explorer, and PowerPoint. The system tray shows the time as 13:12 on 11/01/2016.

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 segnalatici 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

Come registrarsi sui motori di ricerca: Bing

come comunicare il | Bing - Invia il tuo sito | Google: Aggiunta/Ri | Valeriano

www.bing.com/toolbox/submit-site-url

App Scoop.it! Google Keep Archiflow CAF UIL - Centr... Comune dell'Aq... Template - Joo... Windows 10 Altri Preferiti

English Accedi


Web Immagini Video Mappe Notizie **Webmaster** Esplora

Invia il tuo sito a Bing

Digita l'URL della tua home page

Digita i caratteri visualizzati nell'immagine nella casella di testo


Aggiorna | Audio



INVIARE

RISORSE PRINCIPALI

- Invia il tuo sito a Bing
- Strumento Verifica Bingbot
- Linee guida per l'invio di sitemap
- Plug-in Sitemap Bing
- Bing Places per le aziende
- Bing Solutions



Trending on Bing

SUPPORTO

- Linee guida per Webmaster
- Guida e istruzioni per Webmaster

Ricerca in Windows e nel Web

ITA 13:14 11/01/2016

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

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>