

# SEO e SEM

## Guida avanzata al web marketing



I motori di ricerca, le directory e l'influenza dei social network >>

SEO e SEM per un web marketing veramente efficace >>

Abilità e trucchi Black Hat SEO: come scalare le classifiche in poche mosse >>

Strumenti pratici e tool operativi >>

EDIZIONI  
**FAG**  
MILANO

# Sommario

INTRODUZIONE.....	11
Materiale online.....	11
Gli autori.....	12
Ringraziamenti.....	12
I MOTORI DI RICERCA E LE LORO FUNZIONALITÀ.....	13
Introduzione.....	14
I dati del web.....	14
SEO e Web Marketing.....	18
Le origini dei motori di ricerca.....	19
Motori di ricerca e directory: le differenze.....	23
Influenza dei motori di ricerca nella vita di tutti i giorni.....	24
I componenti principali di un motore di ricerca.....	26
I principali fattori che influenzano l'indicizzazione.....	27
Il futuro dei motori di ricerca.....	34
Google Caffeine, la mutazione.....	38
Instant Preview, Real time Search e le novità di Google.....	41
Le evoluzioni degli altri search engine.....	43
I principali motori di ricerca.....	44
Google Panda e Google +1, la rivoluzione dell'algoritmo.....	49
STRATEGIA, PIANIFICAZIONE E WEB MARKETING: L'EFFICACIA DEL SEM. 51	
Cos'è il SEM?.....	51
SEM: dove e quando?.....	52
Principali metriche SEO e SEM.....	52
Web Marketing.....	53
Web Marketing strategico: i fattori di successo.....	55
Branding o direct response?.....	59
Marketing Virale.....	60
Content Marketing: comunicare senza voler vendere.....	61
Visibilità naturale e visibilità a pagamento.....	62
Un semplice modello SEO e SEM.....	64
Analisi di mercato e Web Analytics.....	64
Strategia e pianificazione.....	65

Analisi interna.....	68
Analisi esterna .....	68
Campagna SEM .....	68
Analisi ed elaborazione dei risultati .....	69
<b>SEO GENTILE: L'INIZIO DELL'OTTIMIZZAZIONE ON PAGE .....</b>	<b>71</b>
Cos'è l'analisi interna?.....	71
La scelta del nome del dominio .....	73
Come deve essere un buon nome di dominio .....	74
Aspetti SEO nella scelta del nome del dominio .....	79
Tool a supporto nella scelta di un dominio .....	81
Esempi pratici nella scelta di un nome di dominio.....	82
Influenza dell'IP nella scelta del dominio .....	85
Scelta delle keyword.....	88
Tecniche euristiche per l'individuazione delle keyword.....	89
Short tail e long tail keyword.....	93
Tool per la scelta delle Keyword.....	97
L'indice di efficienza delle Keyword: KEI .....	108
Esempio pratico per il calcolo del KAI.....	109
Keyword density .....	111
Keyword pattern .....	113
Keyword frequency .....	113
Keyword proximity .....	113
Keyword prominence.....	115
<b>LINEE GUIDA PER LO SVILUPPO DI SITI WEB SEO FRIENDLY .....</b>	<b>117</b>
I tag HTML delle pagine web .....	117
L'importanza del tag Title.....	119
Il meta tag description.....	122
Il meta tag keyword.....	124
Il meta tag language .....	125
Il meta tag robots.....	127
Lo spazio dei meta tag.....	133
Heading tag.....	135
I collegamenti: Anchor Text.....	137
Il grassetto e i tag di enfattizzazione.....	143
Attributo ALT nelle immagini.....	145
Web Semantico: i microformati.....	147
HTML 5 e SEO.....	157
Testiamo i fattori on page .....	160
<b>ARCHITETTURA DI UN WEB PROJECT SEO .....</b>	<b>163</b>
Architettura di un sito web .....	163
Disegno architettonico di un sito web.....	165

Navigazionabilità .....	169
Gestione dei link .....	173
Sitemap .....	175
Feed RSS.....	179
Organizzazione e scrittura degli URL .....	180
Scegliere il nome dei file .....	184
Gestione pagine di errore e redirect.....	185
La risoluzione grafica di un sito web è utile per il SEO?.....	192
DIV e CSS o tabelle?.....	195
W3C e accessibilità .....	198
<b>PERFORMANCE E OTTIMIZZAZIONI DI UN WEB PROJECT SEO.....</b>	<b>201</b>
Velocizzare il caricamento delle pagine web .....	201
Misurare la disponibilità e la velocità dell'hosting .....	202
Misurare le prestazioni del sito web.....	202
Alleggerire le pagine web .....	205
Ottimizzazione delle immagini per la SEO.....	208
Flash e SEO .....	210
Ottimizzazione dei PDF .....	218
Silverlight per il SEO .....	221
SEO e i contenuti video .....	223
Ajax e i JavaScript: come usarli in ambito SEO?.....	226
Google sitelink.....	231
Mobile SEO .....	233
Strumenti per il SEO Mobile.....	239
<b>SITI MULTILINGUA PER IL SEO E IL SEM.....</b>	<b>243</b>
L'importanza dei siti multilingua.....	243
TDL, sottodomini o cartelle?.....	246
Esempi pratici per i siti multilingua.....	253
Geo Targeting con IP e redirect .....	256
<b>COPYWRITING: L'ARTE DI SCRIVERE PER IL WEB.....</b>	<b>261</b>
Prima di scrivere: a cosa prestare attenzione.....	262
L'impostazione dei contenuti .....	263
Il titolo .....	263
Il contenuto .....	264
La lingua e lo stile .....	265
Il corretto uso dei link .....	266
SEO: l'importanza di fare la giusta scelta lessicologica.....	267
La rilevanza delle keyword.....	267
La fidelizzazione degli utenti .....	267
Scrivere sul sito web aziendale.....	270
Scrivere sul blog.....	270

STRATEGIE OFF PAGE: GESTIRE I FATTORI ESTERNI.....	273
Analisi dei competitor: si continua.....	274
R.P.A.: Popolarità Reputazione e autorevolezza, i tre fattori di successo .....	278
Topical link.....	282
Backlink da domini con TLD .edu e .gov?.....	283
Età dei backlink.....	284
Link: posizione relativa nella pagina HTML.....	284
Cross-Linking.....	284
Caratteristica dei link.....	286
Link Building.....	287
Scambio naturale di link.....	287
Acquisto di link.....	290
Inserimento nelle Directory.....	291
Promozione nei forum.....	292
Promozione nei blog.....	295
Article Marketing e Comunicati Stampa.....	298
Promozioni multimediali e multicanalità .....	299
Social network.....	300
Social bookmarking e Social news .....	301
Promozioni nei siti di annunci.....	302
Promozione su eBay e portali dedicati .....	303
Network di siti.....	305
Link baiting e azioni virali.....	305
Mondo Google.....	314
Gli altri motori di ricerca .....	322
SEM (SEARCH ENGINE MARKETING) E SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZA- TION): L'EVOLUZIONE DEL POSIZIONAMENTO .....	325
Campagne SEM.....	325
Sistemi Pay Per Click (PPC) .....	327
Google AdWords.....	329
Come gestire una campagna SEM.....	332
Guadagnare con il SEO.....	333
SMO (Social Media Optimization) e	
SMM (Social Media Marketing).....	337
Gestire i social network.....	339
LinkedIn .....	343
Xing .....	344
Twitter.....	344
Facebook .....	347
Google Buzz.....	351
MySpace .....	353
YouTube.....	354
Flickr.....	356

SlideShare.....	357
FriendFeed.....	358
Wikipedia.....	359
Social bookmarking.....	360
Social news.....	364
Altri social network.....	365
<b>SEO: COSA EVITARE E COME GESTIRE LE PENALIZZAZIONI .....</b>	<b>369</b>
Link spamdexing.....	369
Shadow domain .....	370
Cloaking .....	370
Keyword stuffing.....	371
Doorway pages.....	371
Testo nascosto .....	372
Testo duplicato.....	373
Come individuare e gestire i contenuti duplicati.....	378
Le principali pratiche da evitare.....	380
Anche i motori di ricerca possono sbagliare.....	381
Penalizzazioni per Google .....	384
Filtro -6 - 30 -60 -80 -950 .....	384
Filtro Boilerplate.....	384
Filtro sui tag .....	384
Filtro sulla navigazionabilità del sito web.....	385
Google Sandbox.....	385
Filtro Bombing .....	386
Filtro Bowling.....	386
L'EX filtro per i risultati supplementari.....	386
Over Optimization Penalty: filtro per sovraottimizzazione .....	387
Filtro contro link farm ed eccesso di backlink.....	388
Filtro di Co-citazione dei backlink.....	389
Filtro sul tempo di caricamento della pagina.....	389
Fluttuazioni casuali.....	389
Penalizzazione per gli altri motori di ricerca.....	391
Lo spam per Yahoo!.....	391
Lo spam per Bing .....	391
Gestire una penalizzazione.....	392
<b>BLACK HAT SEO E STRUMENTI SEO .....</b>	<b>395</b>
Black Hat SEO.....	395
Social news explosion.....	396
Promuoversi con Yahoo! Answers.....	397
Trovare informazioni nascoste con Google .....	400
Commenti Black Hat .....	403
Falsificare il PageRank.....	404

Post diffusion .....	405
Automatizzare le operazioni .....	407
Tool e strumenti SEO .....	408
GWT (Google Webmaster Tools) .....	408
Google Alert .....	410
Google Analytics .....	411
Yahoo! Site Explorer .....	412
Bing Webmaster Tool .....	413
Monitorare la posizione delle keyword .....	414
 APPENDICE A: FUNZIONALITÀ E NOMENCLATURE .....	 417
Query per motori di ricerca? .....	417
I principali operatori di ricerca per Google .....	417
I principali operatori di ricerca per Yahoo! .....	425
I principali operatori di ricerca per Bing .....	426
 APPENDICE B: I PRINCIPALI MOTORI DI RICERCA .....	 427
Le principali directory in cui inserire il nostro sito web .....	430
I principali siti di article marketing e di comunicati stampa .....	430
 BIBLIOGRAFIA .....	 433
Sitografia .....	433
 INDICE ANALITICO .....	 435