



INFORMATICA MUSICALE

Docente

Renato Caruso

SEO: INTRO

Spesso Internet è sinonimo di Google
Spesso Internet è sinonimo di Facebook

Spesso Computer è sinonimo di Facebook

A cosa mi serve un portatile?

C'è gente che ancora usa Google per scrivere un URL

Motori di ricerca: Google, Yahoo, ...

SEO: tecniche di ottimizzazione posizione sito

https://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_%28motori_di_ricerca%28

SEO: INTRO

Effettivamente il motore di ricerca può essere paragonato ad una grande biblioteca che analizza i contenuti presenti nella rete e cataloga tutte le informazioni mediante l'uso di determinati criteri. All'interno della biblioteca virtuale agiscono senza sosta gli “spider”, cioè delle applicazioni software che sono al servizio dei motori di ricerca. Questi spider hanno la caratteristica di navigare in Internet e ricercare le nuove informazioni o quelle aggiornate. In pratica mediante i link lo spider si indirizza verso altri siti e continua la sua esplorazione nella rete, indicizzando i contenuti di Internet e generando una gerarchia in cui risultano premiati i siti più popolari.

SEO: WEB 1.0

- Solo lettura
- Top-down
- Dall'alto verso il basso
- Consumatore
(Consumer)
- Utente effettua il consumo,
ovvero utilizza beni, servizi
e informazioni prodotti
dall'economia, gruppi
editoriali

SEO: WEB 2.0

Letture e scrittura

- Bottom-up - Dal basso verso l'alto
- ConsumAttore (Prosumer):
- Utente che, svincolandosi dal classico ruolo passivo, assume un ruolo più attivo nel processo che coinvolge le fasi di creazione, produzione, distribuzione, consumo di servizi, prodotti ed informazioni

Applicazioni Web

Contenuti

Utenti

Condivisione

Il Web 2.0 unisce le persone

SEO: WEB 3.0

ESSERE VISIBILE è FONDAMENTALE
I MOTORI DI RICERCA SONO FONDAMENTALI

- trasformare il Web in un [database](#), cosa che faciliterebbe l'accesso ai contenuti da parte di molteplici applicazioni che non siano dei [browser](#);
- sfruttare al meglio le tecnologie basate sull'[intelligenza artificiale](#);
- il [web semantico](#)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Web_semantico

SEO: WEB SEMANTICO

ESSERE VISIBILE è FONDAMENTALE
I MOTORI DI RICERCA SONO FONDAMENTALI

- trasformare il Web in un [database](#), cosa che faciliterebbe l'accesso ai contenuti da parte di molteplici applicazioni che non siano dei [browser](#);
- sfruttare al meglio le tecnologie basate sull'[intelligenza artificiale](#);
- il [web semantico](#)
- il [Geospatial Web](#);

SEO: COME AVVIENE L'INDICIZZAZIONE

3 FASI

SCANSIONE

Nella fase di scansione lo spider individua le pagine nuove o aggiornate che sono presenti nella rete per aggiungerle all'indice di Google. Questo processo viene effettuato da Googlebot, il quale utilizza un algoritmo che gli permette di stabilire quali siti scansionare, con quale frequenza e quante pagine acquisire da ogni sito. In pratica Googlebot inizia la scansione partendo dall'insieme di URL che sono stati generati nei processi di scansione precedenti e dalle nuove Sitemap inviate dai webmaster. Ogni volta che lo spider trova nella scansione delle pagine dei nuovi link, esso li aggiunge all'elenco delle pagine da sottoporre a scansione.

- INDICIZZAZIONE

Nella fase di indicizzazione Googlebot effettua un'analisi approfondita di tutte le pagine che sono state scansionate e compila un indice delle parole presenti al loro interno.

– RISULTATI

SERP *Search engine report page*

RISULTATI

SEO: COME AVVIENE L'INDICIZZAZIONE

TRAMITE SPIDER

<https://it.wikipedia.org/wiki/Crawler>

TRAMITE SUGGERISCI URL

http://www.google.it/add_url.html

TRAMITE SITEMAP

<https://it.wikipedia.org/wiki/Sitemap>

TRAMITE RSS

<https://it.wikipedia.org/wiki/RSS>

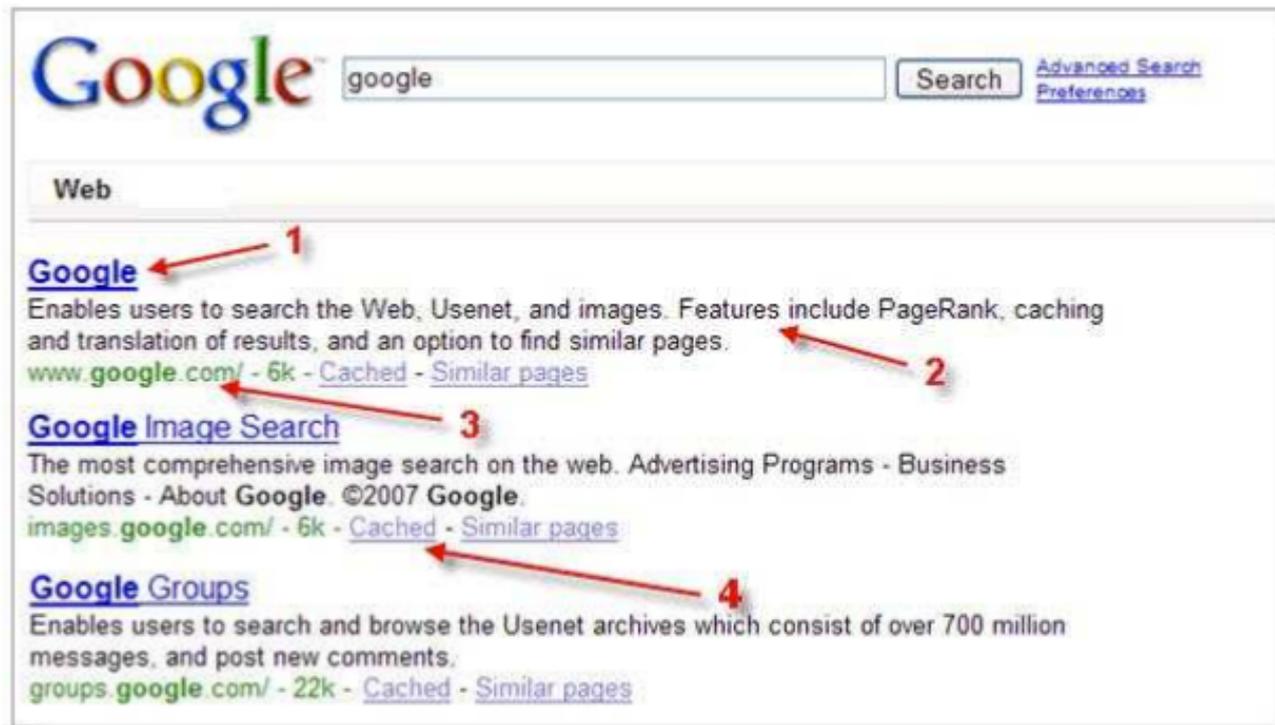
SEO: url, html, xml, head, title, description, tag

L'URL (Uniform Resource Locator) è rappresentato da una sequenza di caratteri che viene utilizzata per identificare in modo univoco l'indirizzo di una risorsa Internet, quale può essere una pagina o un'immagine. In pratica l'URL è stata introdotta per facilitare gli utenti che ricercano contenuti in Internet, i quali possono accedere direttamente alle risorse della rete utilizzando l'URL anziché dover inserire l'indirizzo o IP che è difficile da ricordare.

SEO: url, html, xml, head, title, description, tag

I tag che vengono presentati in questo sottocapitolo o sono inseriti nell'intestazione della pagina HTML, cioè nella parte che viene definita HEAD. In particolare ci occuperemo di quei tag che generano informazioni importanti sia per gli spider dei motori di ricerca, sia per gli utenti. Normalmente quando l'utente inserisce una query in un motore di ricerca, i risultati sono visualizzati nel seguente modo:

SEO: url, html, xml, head, title, description, tag



1. Il titolo: rappresenta la prima riga che viene visualizzata in un risultato. Esso viene inserito usando il tag <title> che è situato all'interno dell'intestazione della pagina HTML.

2. Lo snippet: rappresenta la descrizione della pagina web. Esso viene inserito usando il tag <description> dell'intestazione della pagina HTML.

3. L'url: rappresenta l'indirizzo della pagina.

4. Cached link: rappresenta un link nel quale si può recuperare la pagina (che può non essere aggiornata) nel caso in cui il sito non sia raggiungibile.

SEO: url, html, xml, head, title, description, tag

Il META TAG TITLE è un tag fondamentale a livello SEO, in quanto dà informazioni sia ai motori di ricerca, sia agli utenti. Il title viene visualizzato come prima riga nei risultati prodotti dai motori di ricerca e i termini inseriti nella query dall'utente vengono visualizzati in grassetto.

La funzione del meta tag DESCRIPTION è essenzialmente quella di fornire una descrizione del contenuto della pagina ed è fondamentale se si pensa che compare a livello visivo nelle SERP. La descrizione verrà quindi visualizzata nei motori di ricerca quando il sito compare nei risultati.

Esempi on line

SEO: robots.txt

Il file **robots.txt** è un semplicissimo file di testo che va inserito (qualora lo si voglia utilizzare) nella cartella di root del proprio sito Web e serve ad indicare agli spider dei motori di ricerca alcune semplici direttive circa l'accesso a determinati file o intere cartelle.

Grazie al file *robots.txt* potremo, ad esempio, chiedere ad uno specifico spider (ad esempio *Googlebot*) di non scansionare determinate cartelle (ad esempio cartelle con file riservati che non vogliamo siano raggiungibili tramite Google) oppure addirittura precludere l'accesso all'intero sito ad uno specifico spider (ci sono in giro molti robots piuttosto noiosi ed invasivi, magari di motori secondari ed inutili dal punto di vista del traffico in entrata).

SEO: robots.txt

Facciamo un esempio: immaginiamo che nel nostro sito ci siano file e cartelle che non ci interessano vengano indicizzate (come la cartella delle immagini, oppure la cartella del pannello di controllo, oppure il foglio di stile CSS o il file Javascript esterno); Grazie al file *robots.txt* possiamo impartire tutte queste istruzioni; vediamo un esempio di formattazione:

```
User-agent: * Disallow: /cartella_da_non_indicizzare/ Disallow: /  
file_da_non_indicizzare.html Disallow: /cartella_da_indicizzare/  
file_da_non_indicizzare.html
```

Con la direttiva **User-Agent** possiamo indicare con chiarezza a quel spider ci riferiamo (per farlo è sufficiente scriverne il nome, ad es, *Googlebot*); nel nostro caso abbiamo utilizzato la wildcards (carattere asterisco) che indica "tutti gli spider"; le direttive che seguono, pertanto, dovranno essere considerate da tutti gli spider che passeranno sul sito!

La direttiva **Disallow** (non consentire) può essere ripetuta tante volte quanti sono i file e le cartelle da non far indicizzare allo spider. Come è possibile vedere nell'esempio, questa direttiva può riguardare un'intera cartella, un singolo file presente in una cartella (dove la cartella va indicizzata, ma quel singolo file no) o semplicemente un file.

L'indicazione di file e cartelle deve avvenire sempre indicando il percorso relativo degli stessi. Indicando nella direttiva *Disallow* il solo carattere slash (/) si farà riferimento all'intero sito web.

SEO: STRUMENTI

Google AdWords

https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?__c=6152640638&__u=7849326638&authuser=0&__o=cues#start

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

Fare vedere come funziona Youtube

<https://www.youtube.com/analytics?o=U>

SEO: google

Quando si fa una ricerca su google controllare che sia impostato NON INSTANT su impostazioni

Verificare il risultato anche nelle ultime 24 ore

Le parole chiave ormai non contano più per una buona indicizzazione, molto più importante il titolo

(ogni mese cambia algoritmo per perché ci sono i furbi!!!!)

Creare sempre un sito con struttura ad albero

Cms: wordpress, drupal, joomla, ecc

Sitemap, SEO, plugin da inserire nel proprio sito

SEO: indicizzazione VS posizionamento

Indicizzare un sito sui motori di ricerca significa aggiungere il sito nell'indice dei motori, così da comunicarne la sua presenza indipendentemente dalla posizione che gli sarà assegnata. Per aggiungere il sito negli indici dei vari motori esistono delle apposite pagine dedicate; per esempio per Google la pagina è: www.google.it/addurl/.

Posizionare un sito nei motori di ricerca significa riuscire ad ottenere un buon risultato in termine di visibilità facendo in modo che il sito, per alcune chiavi di ricerca o combinazioni di parole chiavi, sia tra i **primi risultati restituiti dal motore**.

SEO: social network

BISOGNA ESSERE PRESENTE OVUNQUE
SE OGGI NON SEI IN RETE NON SEI NESSUNO

FACEBOOK, SITO INTERNET, YOUTUBE, VIMEO,
INSTAGRAM, PINTEREST, TWITTER, GOOGLE
PLUS, ECC

NON PUOI MAI SAPERE COME VANNO LE COSE
UN ARTISTA FAMOSO Può CLICCARE A CASO
SU UN LINK DI PINTEREST E DIVENTARE
POPOLARE

SEO: FINE

FONTI

SEO POWER – GIORGIO TAVERNITI

<http://economia.unipr.it/DOCENTI/ZILIANI/docs/files/SeminarioParmaSlidesSEO.pdf>

[http://tesi.cab.unipd.it/25065/1/Tesi Search Engine Optimization %28Tecniche SEO%29.pdf](http://tesi.cab.unipd.it/25065/1/Tesi_Search_Engine_Optimization_%28Tecniche_SEO%29.pdf)

WEB