

Indicizzare un sito sotto GOOGLE

Introduzione all' "arte" del Google Ranking

La maggior parte degli utenti arriva a visitare un sito internet attraverso l'uso di un motore di ricerca.

Una percentuale che si approssima al 100% se il sito è di un'azienda o una società anziché un sito prettamente informativo. Questo perché il sito di un'organizzazione è cognitivamente percepito più come una "casa digitale" che non come "nodo di una rete". In sostanza i "motori di ricerca" sono oggi più che mai le vere "bussole del web", e occorre pertanto fare di tutto affinché tali "bussole" possano indirizzare le persone interessate verso il nostro sito.

Il motore di ricerca più utilizzato al mondo è GOOGLE (<http://www.google.com/>), vero leader incontrastato e unico player uscito vincente dalla cosiddetta "crisi della new economy" (che ha visto il ridimensionarsi di concorrenti come altavista, lycos, addirittura yahoo, in Italia Virgilio, ...).

L'indicizzazione di un sito in un motore di ricerca come GOOGLE è un'attività complessa, basata essenzialmente sul tentativo, da parte dei webmaster, di ottimizzare il riconoscimento dei contenuti di un sito agli "occhi" di **googlebot**, lo "spider" (o "crawler") di google, cioè l'algoritmo informatico che per conto di GOOGLE "scandaglia" il web e lo indicizza nel motore di ricerca.

Esistono tecniche in continua evoluzione per ottimizzare le pagine per migliorare il ranking (il posizionamento in graduatoria) di un sito su google. Tecniche che evolvono rapidamente, così come rapidamente evolvono gli intelligenti algoritmi di googlebot.

Sono comunque evidenziabili alcune linee guida per l'indicizzazione ottimale di un sito internet; occorre fare anzitutto attenzione a cosa si dichiara nel sito (Di che tratta il sito?), a segnalare l'esistenza a google (Google sa che esistiamo?), a fare il possibile per "permeare la Rete" (Più popolarità = più importanza).

1)

2) Di che tratta il sito?

Anzitutto il nostro sito deve esplicitare bene e chiaramente quali sono gli argomenti di cui tratta. Il nostro webmaster, nella sezione *<head>* delle pagine del nostro sito, deve provvedere a indicare chiaramente le "keywords", o "parole chiave" del sito.

Ciò attraverso l'utilizzo del TAG

```
<meta NAME="KEYWORDS" CONTENT="parola1, parola o frase 2, concetto chiave, ...">
```

dove le "parole chiave" indicano l'argomento/gli argomenti del nostro sito.

Si tenga comunque presente che googlebot provvederà a fare un confronto tra le parole chiave qui definite il testo reperibile all'interno del sito, avvantaggiando i siti coerenti tra le parole chiave dichiarate e i contenuti riportati.

Il numero di parole chiave corretto da inserire è stimabile tra 10 e 20.

3) Google sa che esistiamo?

Prima strada da percorrere è segnalare noi stessi la nostra esistenza a google. Attraverso la pagina http://www.google.it/intl/it/add_url.html possiamo far presente al motore di ricerca che esiste il nostro sito.

4) Più popolarità = più importanza

La "regola base" per google è: tanto più è famoso un sito, tanto più è importante; tanto più è importante, tanto più in alto deve apparire nelle ricerche.

E come viene stabilita la "fama" di un sito? Anzitutto in base al numero di link presenti online che riportano al nostro sito. Internet è una Rete, e come tale i punti più importanti si assume che siano raggiungibili da più parti. Se il nostro sito non è linkato su nessun altro sito, è un'isola sperduta e di poca importanza. Se su riviste online, sulle pagine dei link dei nostri fornitori, sul sito internet degli enti della nostra zona c'è un link al nostro sito, siamo più importanti. Più siti sono legati al nostro sito, più googlebot ci considera importanti.