

Tutto quello che occorre sapere per essere vincenti sul web!

Affrontare il web efficacemente

[Home](#) | [I 16 fondamentali del Marketing WEB](#) | [Articoli](#) | [Contattami](#) | [About me](#) | [WEBLOG](#)

SEO - Ottimizzare il sito Web per i motori di ricerca

SEO Search Engine Optimization

Sebbene ogni motore di ricerca utilizzi criteri di valutazione proprietari, i cui algoritmi per la definizione del posizionamento di un sito sono solo in parte conosciuti, tutti utilizzano per la raccolta delle informazioni i cosiddetti "spider", il cui compito è quello di visitare continuamente la vastità del web, leggere il testo contenuto nelle pagine dei siti ed estrarre le necessarie informazioni.

Lo **spider** oltre a leggere alcune parti di testo di un sito memorizza tutti le informazioni relative a particolari dati contenuti nei "metadata", l'ottimizzazione di questi dati è il primo passo da affrontare per essere correttamente recensiti.

Ma dove sono questi metadata?

In realtà non sono visibili immediatamente, sono inseriti nella parte della pagina web non visualizzata sullo schermo, basta però cliccare sul menu "mostra sorgente" o "visualizza codice" del browser, per aprire una nuova finestra che ci permette di vedere tutto il codice (html, php, java, xml, ecc.) che serve a comporre la pagina visualizzata. L'insieme di testo che ci appare e che a molti può sembrare incomprensibile, racchiude, oltre a numerose altre informazioni, tutti i metadata utilizzati dalla pagina web. Un consiglio da seguire è quello di visitare i siti web ritenuti possibili punti di riferimento e confrontare quanto riportato all'interno dei metadata.

Se durante la navigazione di un sito, cliccando su visualizza codice, non compaiono è perché proprio non ci sono, cioè non sono stati immessi durante la realizzazione del progetto e questo è da considerarsi un errore.

Perché è importante conoscere i metadata per il marketing web?

Perché contengono informazioni strategiche riguardanti l'azienda che devono essere tenute sotto controllo. Le informazioni si possono modificare a seconda delle esigenze e del contesto situazionale. I contenuti possono variare a seconda del comportamento di chi interroga i motori di ricerca.

In questa pagina non prenderemo in considerazione tutti i metadata che possono essere utilizzati per la realizzazione di un sito, ma ci limiteremo ad analizzare quelli strategicamente importanti per il marketing web. Le parole tra <XX> vengono definite tag.

•<TITLE>immettere qui il titolo del sito</TITLE>

È uno dei più importanti al fine del corretto posizionamento. La frequenza delle keyword (parole chiave che utilizza chi interroga i motori di ricerca) al suo interno è il primo parametro prelevato dagli spider. L'omissione di tale comando può comportare la stesura automatica del titolo in base al contenuto del testo delle pagine e questo potrebbe risultare deleterio per l'intero sito. Il titolo ha rilevanza strategica e va quindi ben ponderato.

 [Subscribe to RSS feed](#)

ALTA FORMAZIONE x il WEB

Sai come scrivere una **MAIL EFFICACE** e che sappia attirare l'attenzione? Conosci quanto sia importante l'oggetto? [Clicca qui](#)

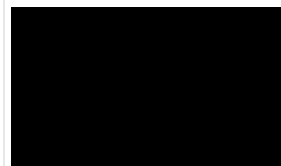
Fare marketing con i **SOCIAL NETWORK** un'opportunità da saper cogliere, ma bisogna comprenderne le modalità. [Clicca qui](#)

Caimi Ospite a Canale 5

Maurizio Caimi ospite di Barbara d'Urso nella trasmissione Pomeriggio Cinque: I social network ed i giovani un rapporto complesso, delicato e controverso.



WEB WORKING WOMEN



Il video dell'evento

Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine.

Saranno oltre un centinaio i ragazzi delle scuole superiori piacentine che si occuperanno della gestione del web marketing.... [leggi](#)

WebLog SOMMARIO

- [Web marketing, studenti 2.0 nelle aziende piacentine](#)
- [Marketing con Facebook - Kellogg's case](#)
- [Web Marketing in Azienda con successo](#)
- [Social Network: il marketing oggi](#)

•<Meta Name="Title" Content="mettere il titolo delle pagine web">

Assegna un titolo al documento ma a differenza del tag <Title> non appare all'interno della finestra del browser. E' importante assegnare un titolo ad ogni pagina del sito.

•<Meta Name="Description" Content="Descrizione del documento">

Qui va inserita la descrizione del sito che sarà poi visualizzata dai motori di ricerca, importante è non superare mai i 100 caratteri, non ripetere le parole e dare un senso al contenuto, soprattutto in vista delle nuove tecnologie di ricerca che utilizzeranno anche chiavi di lettura semantiche.

•<Meta Name="Keywords" Content="Le parole chiave">

Sono le parole chiave alle quali dovrebbe corrispondere un'eventuale ricerca da parte dei navigatori web, anche in questo caso evitare le ripetizioni, a discrezione utilizzare la virgola tra le parole o le frasi di ricerca e non immetterne troppe, alcuni motori di ricerca si fermano alle prime dieci. Per il marketing sono strategicamente importanti e la loro preparazione richiede uno studio appropriato sia riguardo al business sia per quanto concerne le modalità di comportamento di chi effettua la ricerca on line. Prendiamo ad esempio un'azienda che costruisce case; tra le parole chiave risulterebbe facile inserire vendita case, costruzioni case, abitazioni, ecc. Per esserne sicuri è necessario comprendere il comportamento di chi interroga i motori di ricerca, cioè queste parole sono effettivamente utilizzate da chi vuole comperare una casa? Un buon aiuto arriva direttamente dai motori di ricerca che forniscono dati statistici sull'utilizzo delle parole chiave, ed un altro deve arrivare direttamente dall'azienda e dalle sue capacità d'interpretazione del target di riferimento.

•<MetaName="Robots"Content="index,noindex,follow/nofollow">

Questo tag serve ad indicare allo spider quali pagine si desidera vengano vagliate. Utilizzare index/follow per tutte le pagine del sito o inserire un indirizzo web relativo ad una pagina che contenga tutte le informazioni che si vuole siano raccolte dai motori di ricerca.

•<Meta Name="Revisit-after" Content="30 days">

Richiede allo spider di verificare il contenuto del sito ad intervalli regolari di 30 giorni (da usare nel caso il sito venga effettivamente aggiornato a tali scadenze). Dato il costante aumento delle pagine messe on line non sempre si ha la certezza che lo spider torni esattamente nei termini impostati.

•<MetaName="Copyright"Content="Copyright.nome autore.data">

Immettere qui i dati relativi a chi detiene i diritti sul Copyright del sito.

Ricapitolando, i metadata sono estremamente importanti ma non sono i soli che i motori di ricerca prendono in considerazione, un peso notevole per i criteri di valutazione di un sito è dato all'analisi del contenuto, al grado di interesse degli argomenti, alle visite, al numero di link effettivi, alla storicità del sito ed alla frequenza delle richieste relative al sito.

- [Semplificare la complessità del web](#)
- [L'Oggetto della mail, il segreto del successo](#)
- [Fare marketing con i Social Network](#)
- [Email marketing: mantene la connessione aperta](#)
- [Rifare il look al sito web è sempre necessario?](#)
- [Il vero maestro è il consumatore](#)

7 REGOLE D'ORO per il WEB

[Per una efficace e corretta presenza sul web >>>](#)

I 16 fondamentali del Marketing WEB

- [Il Web un media strategico per le imprese](#)
- [Mutamenti della rete](#)
- [Principali colori in comunicazione](#)
- [10 errori e-mail da evitare!](#)
- [Colore, Forma, Tipografia](#)
- [Il Web Marketing](#)
- [SEM - Il Pay x Click nei motori di ricerca](#)
- [SEO - Ottimizzare il sito Web per i motori di ricerca](#)
- [News letter ed e-mail marketing](#)
- [Fidelizzare ed acquisire clienti con l'e-mail marketing](#)
- [Il comportamento di chi utilizza i motori di ricerca](#)
- [Il Page Rank](#)
- [Il rischio Bad Optimization](#)
- [Il sito Web efficace](#)
- [L'immagine coordinata nel Web](#)
- [Le mailing list](#)

Articoli

- [La mail è un dialogo con le persone non un sms](#)
- [Il contenuto come "Drive Action"](#)
- [7 Regole D'oro per esaltare la presenza sul web](#)
- [E-mail marketing: ancora tanta confusione](#)
- [Marketing comportamentale sul web](#)
- [Modelli comunicativi nel marketing di relazione](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 2°](#)
- [Le PMI ed il WEB: paura e amore per un media estremamente strategico 1°](#)

Member
of International Coach
Federation



