

Discoverability e arricchimento

Lezione 14



outline

Search Engine Optimization (SEO)

Analytics

Promozione su Social Network

Search Engine Optimization

I motori di ricerca

I motori di ricerca (e.g. Google, Yahoo, Bing!) sono dotati di **crawler** che scandagliano il web alla ricerca di risorse (pagine web).

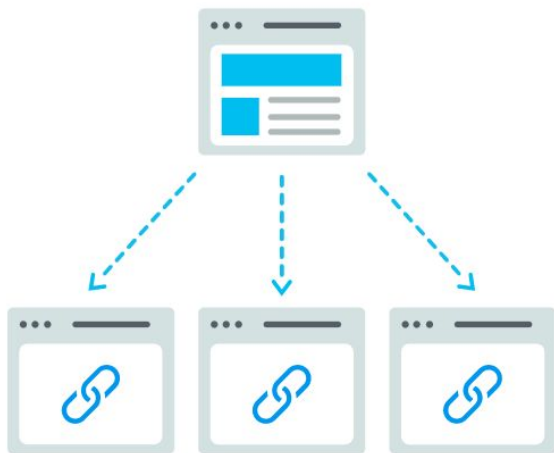
I motori **indicizzano** le pagine trovate in base ad una serie di algoritmi, attribuiscono loro un **ranking** e scelgono quali siti e in che ordine restituire all'utente nei **risultati** di una ricerca



Crawling: come vengono scoperti i contenuti

I motori utilizzano i **menu di navigazione** per scansionare i contenuti di un sito.

Se una pagina non è linkata al menu di navigazione, difficilmente verrà scoperta e indicizzata



Virtually invisible



Crawling: come vengono scoperti i contenuti

Se esistono, i motori utilizzano file appositi che lo sviluppatore mette a disposizione dei crawler nella cartella principale del sito web, come **robot.txt** e **sitemap.xml**

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.esempio.it</loc>
    <lastmod>2012-01-23</lastmod>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.esempio.it?id=7</loc>
    <lastmod>2012-01-23</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.esempio.it?id=9</loc>
    <lastmod>2012-01-23</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.5</priority>
  </url>
</urlset>
```

Facoltativo: vedi <https://it.wikipedia.org/wiki/Sitemap> e <https://varvy.com/robottxt.html> per saperne di più

Indicizzazione

site:marilenadaquino.github.io

All Images News Shopping

1 result (0.42 seconds)

Try Google Search Console
www.google.com/webmasters/
Do you own **marilenadaquino.github.io**? Get indexing

Marilena Daquino
<https://marilenadaquino.github.io> ▼
Research Associate at /DH.arc of the
History (LM84) and a PhD in Library and Information Sci

Cached

I crawler dei motori di ricerca indicizzano i contenuti in modi diversi e diverse volte nel corso del tempo (versioni diverse).

*Ad esempio, per vedere **se** il nostro sito è indicizzato da Google e vedere **cosa** è stato indicizzato possiamo fare una ricerca su Google:*

`Site:nome-sito.github.io`

*Cliccando su **Cached** vediamo qual è l'ultima versione indicizzata.*

Indicizzazione



1 result (0.42 seconds)

Try Google Search Console

www.google.com/webmasters/

Do you own **marilenadaquino.github.io**? Get indexing

Marilena Daquino

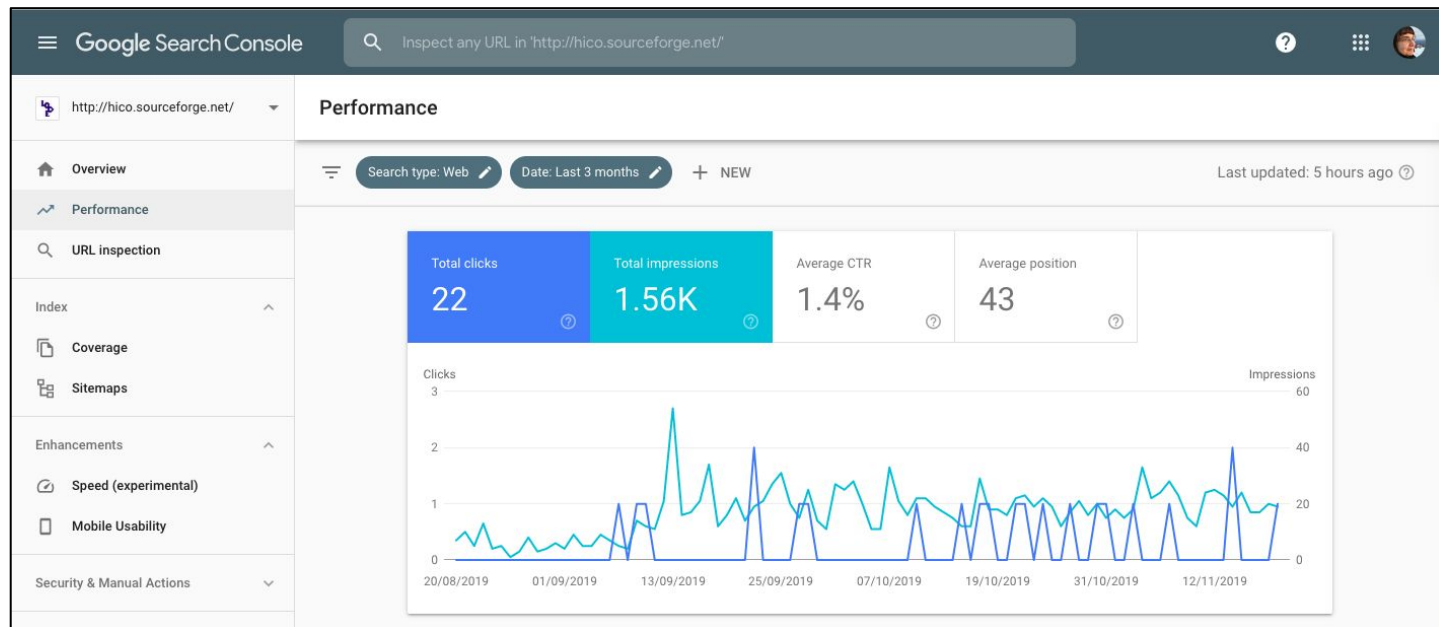
<https://marilenadaquino.github.io> ▼

Research Associate at /DH.arc of the
History (LM84) and a PhD in Library and Information Sci

Cached

*Alcuni motori, e.g. Google, consentono di vedere quali informazioni sono state indicizzate per un sito web (**Google Console**)*

Indicizzazione: Google console



Alcuni dati statistici: numero click all'interno del sito, numero di volte in cui il sito è apparso in ricerche, click dopo essere apparsi nei risultati, posizione nei risultati di ricerca e alcune delle query fatte dagli utenti

Crawling: quali siti (non) vengono scoperti?

- Siti **nuovi**
- Siti non **linkati** da nessun altro sito
- Siti dove la **navigazione** principale non consente di essere indicizzati
- Siti che sono stati etichettati (in base all'analisi dei contenuti) come **spam**

Ranking

Ogni motore di ricerca utilizza un sistema di ranking, aggiornato ciclicamente per migliorare i risultati delle ricerche degli utenti.

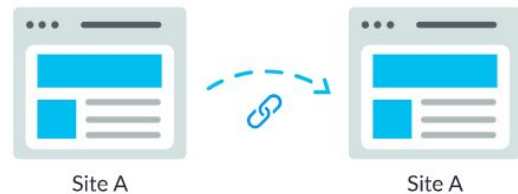
Uno dei metodi più comuni, utilizzato da Google per il ranking, è basato sul **linking interno e esterno (PageRank)**. Più un sito è linkato, più alto sarà il suo rank.

In secondo luogo, i **contenuti del sito** vengono analizzati.

Backlink / Inbound



Internal Link



Ottimizzare un sito web per i motori di ricerca

*Esistono alcuni **fattori** che uno sviluppatore deve considerare per l'ottimizzazione SEO del proprio sito.*

1. Qualità del codice **HTML e CSS**
2. Qualità dei **contenuti** e keyword
3. **Link** building e integrazione con social network
4. Fattori statistici (click-through rate, bounce rate)

Qualità del codice HTML e CSS

- **Codice HTML valido** (senza errori di sintassi)
- Utilizzo di **tag HTML** appropriati e consistenti con il contenuto
- Utilizzo di nomi intuitivi per le **immagini** e presenza di testo descrittivo in @alt
- **Responsiveness** su altri device (CSS)
- **Corretta Metadatazione** dei contenuti della pagina

e.g. titolo del sito in <h1>, menu in <nav>

*E.g. *

Metadattazione della pagina HTML

Informazioni incluse nella pagina HTML
non per forza visibili agli utenti ma
raggiungibili dai crawler

Quali sono i tag HTML fondamentali?

- **head/title**
- **head/meta**
- **body/h1, body/h2-h6**
- **body/nav**
- **img@alt**

Metadattazione della pagina HTML

```
<head>
```

```
  <meta charset="utf-8">
```

```
  <meta name="description" content="Your gorgeous description">
```

```
  <meta name="robots" content="index, follow">
```

```
  ...
```

```
</head>
```

Microdata: Schema.org

```
<div itemscope itemtype = "http://schema.org/Movie">  
  
  <h1 itemprop="name">Avatar</h1>  
  
  <span>Director: <span itemprop="director">James Cameron</span>  
(born August 16, 1954)</span>  
  
  <span itemprop="genre">Science fiction</span>  
  
  <a href="../movies/avatar-theatrical-trailer.html"  
  itemprop="trailer">Trailer</a>  
  
</div>
```

Facoltativo: vedi <https://schema.org/docs/gs.html> per saperne di più

Qualità dei contenuti e keyword

Quali sono i contenuti fondamentali?

- **keyword** che rispondono a domande degli utenti (*)
- keyword utilizzate dai propri **competitor** e keyword che non vengono utilizzate, ma possono essere rilevanti
- **Coerenza** dei contenuti tra versione desktop e mobile

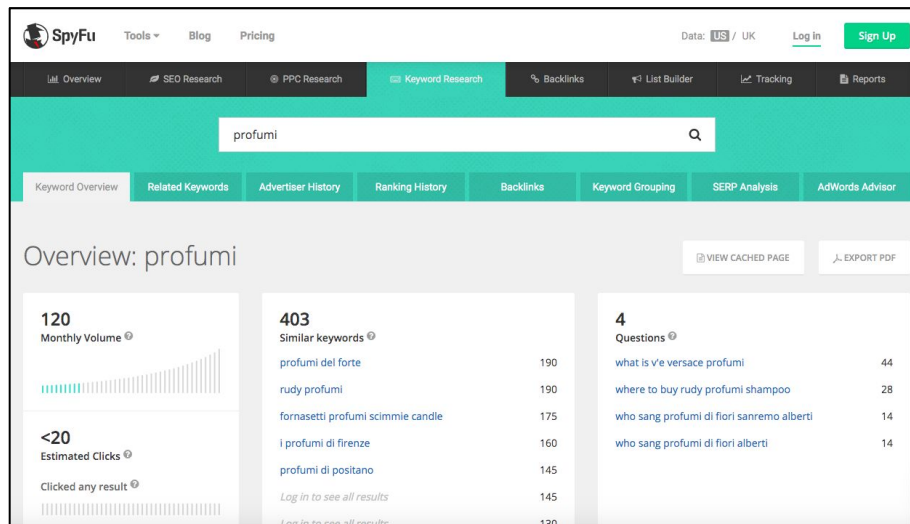
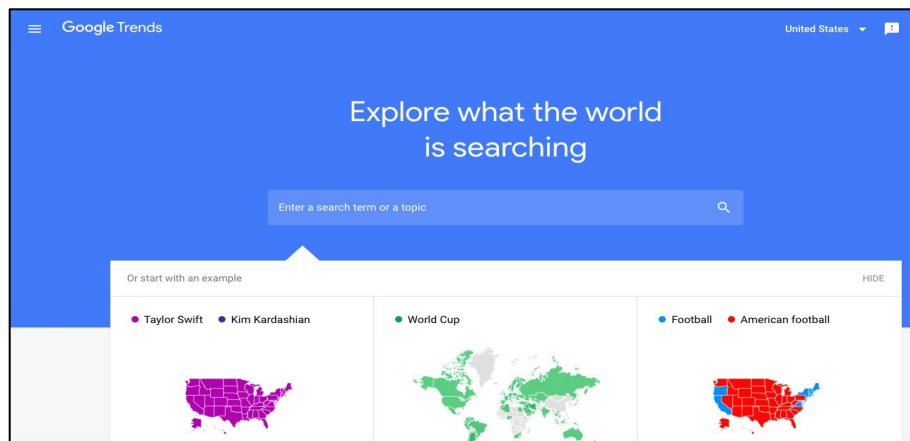
() Per stabilire se i contenuti del sito rispondono ai bisogni informativi degli utenti, si identificano, in fase di **design dei contenuti**, quali **domande** un utente potrebbe fare su un motore di ricerca e quali **parole chiave** potrà inserire, così da includerle nei contenuti del sito.*

E.g. sito di negozio di profumi:

- Quanto **costa** il nuovo **profumo** di XXX?
- Profumo XXX **negozi Bologna**

Quali keyword utilizzare?

Esistono tool per la discovery di keyword rilevanti, e.g. **Google Trends** (<https://trends.google.com/trends/>) o **SpyFu** (<https://www.spyfu.com/>)



Link building e integrazione con i Social

- **Backlinking** ricevuto da altri siti (simili e/o autorevoli)
- Condivisione di pagine del sito (i.e. delle URL) su Social (e.g. **Retweet**)
- **Naming intuitivo degli URL** delle pagine HTML (contenenti keyword), e.g. index.html, about.html, about-us.html, contact.html, info.html

*Un link building consente di classificare il proprio sito come **E-A-T** (expert, authoritative, and trustworthy)*

Fattori statistici

- Tempo di **caricamento** della pagina

engagement metrics

- **Click-through rate** (numero di visite a partire dalla ricerca sul motore di ricerca)
- **Time on page** (tempo medio speso su una pagina del sito)
- **Bounce rate** (numero di utenti che escono dal sito dopo aver visto una sola pagina)
- **Pogo-sticking** (simile al bounce rate, è il numero di utenti che fa una ricerca, clicca sul sito e esce immediatamente per aprire un altro risultato)

Mozlow's Hierarchy of SEO Needs

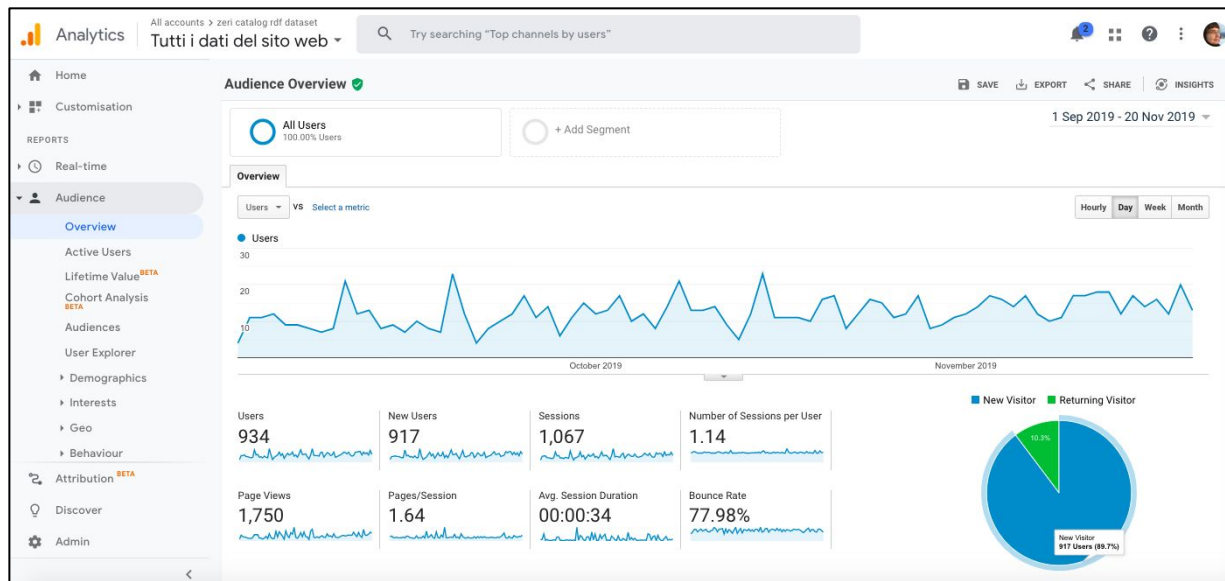


Analytics

Monitorare l'andamento del sito

Google Analytics

Consente di monitorare le visite e il comportamento degli utenti sul proprio sito. Include le statistiche rilevanti per misurare aspetti SEO (*engagement metrics*)



Facoltativo: vedi <https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=en> per saperne di più

Promozione su Social Network

Integrazione sito/social network

Anche i social media vengono **indicizzati** dai motori di ricerca e possono contribuire al link-building del nostro sito

- Link al sito da canali social
- Link dal sito ai canali social

Aiutano a incrementare l'**autorevolezza del sito** con link autorevoli

Aumentano i **visitatori** del sito (i follower sui social)

Quali social per quali target audience

Facebook

(2019) circa 2.2 miliardi di utenti mensili. Il 30% degli utenti è tra i 24 e i 35 anni.

Twitter

(2019) 326 milioni di utenti mensili.

Instagram

(2019) 1 miliardo di utenti mensili, under 35 (*millennials*).

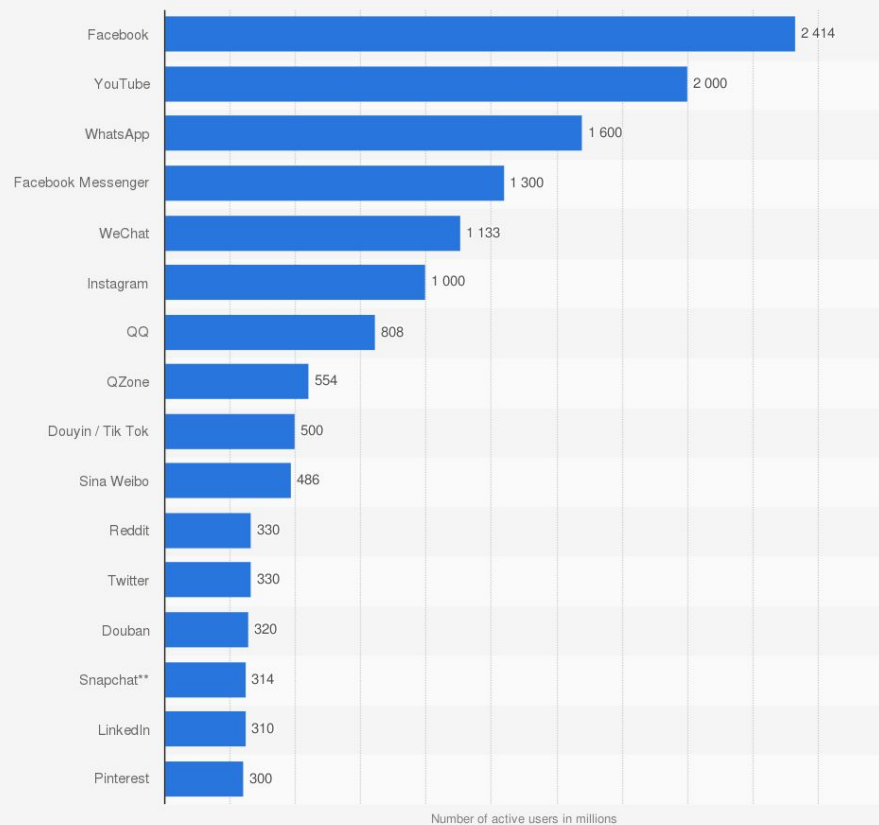
Fonti:

<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/twitter-announces-third-quarter-2018-results-300737803.html>

<https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>

Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users (in millions)



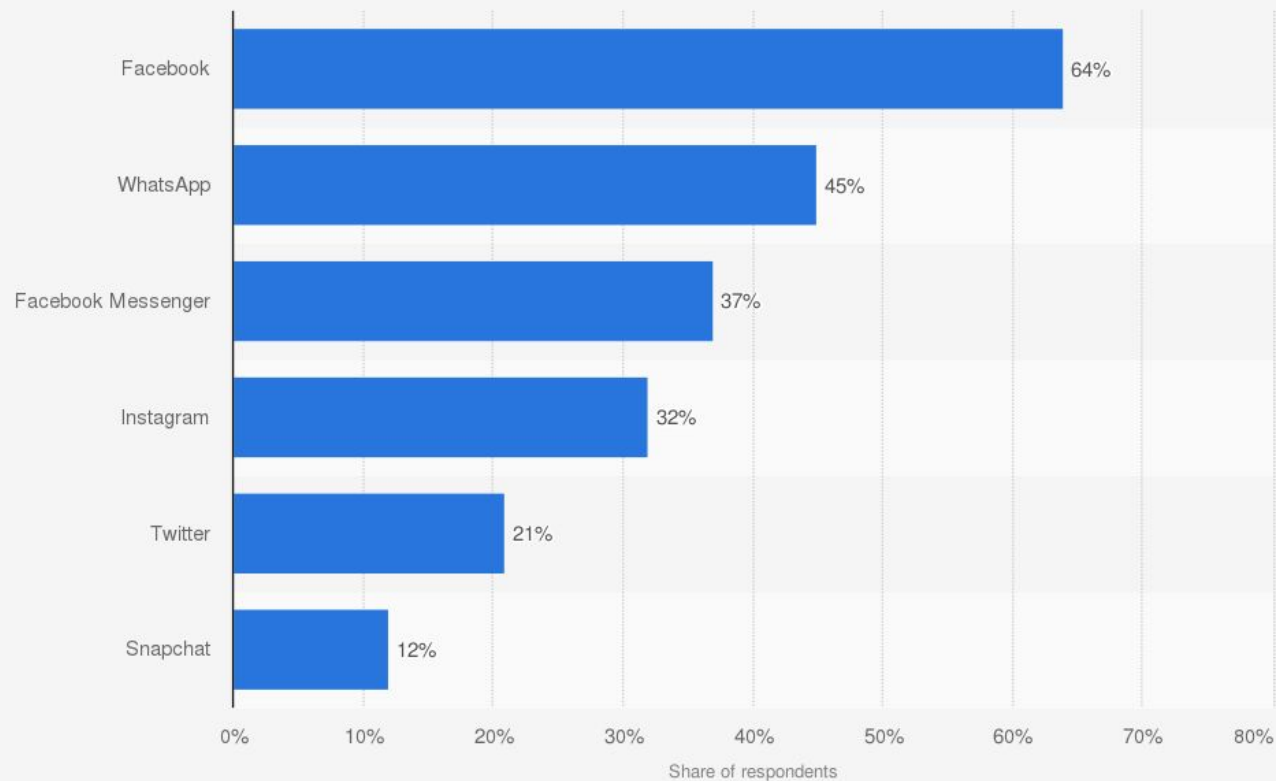
Sources

We Are Social; Various sources (Company data);
Hootsuite; DataReportal
© Statista 2019

Additional Information:

Worldwide; Various sources (Company data); DataReportal; as of October 20, 2019; social networks and messenger/chat

Global active usage penetration of leading social networks as of February 2019



Sources

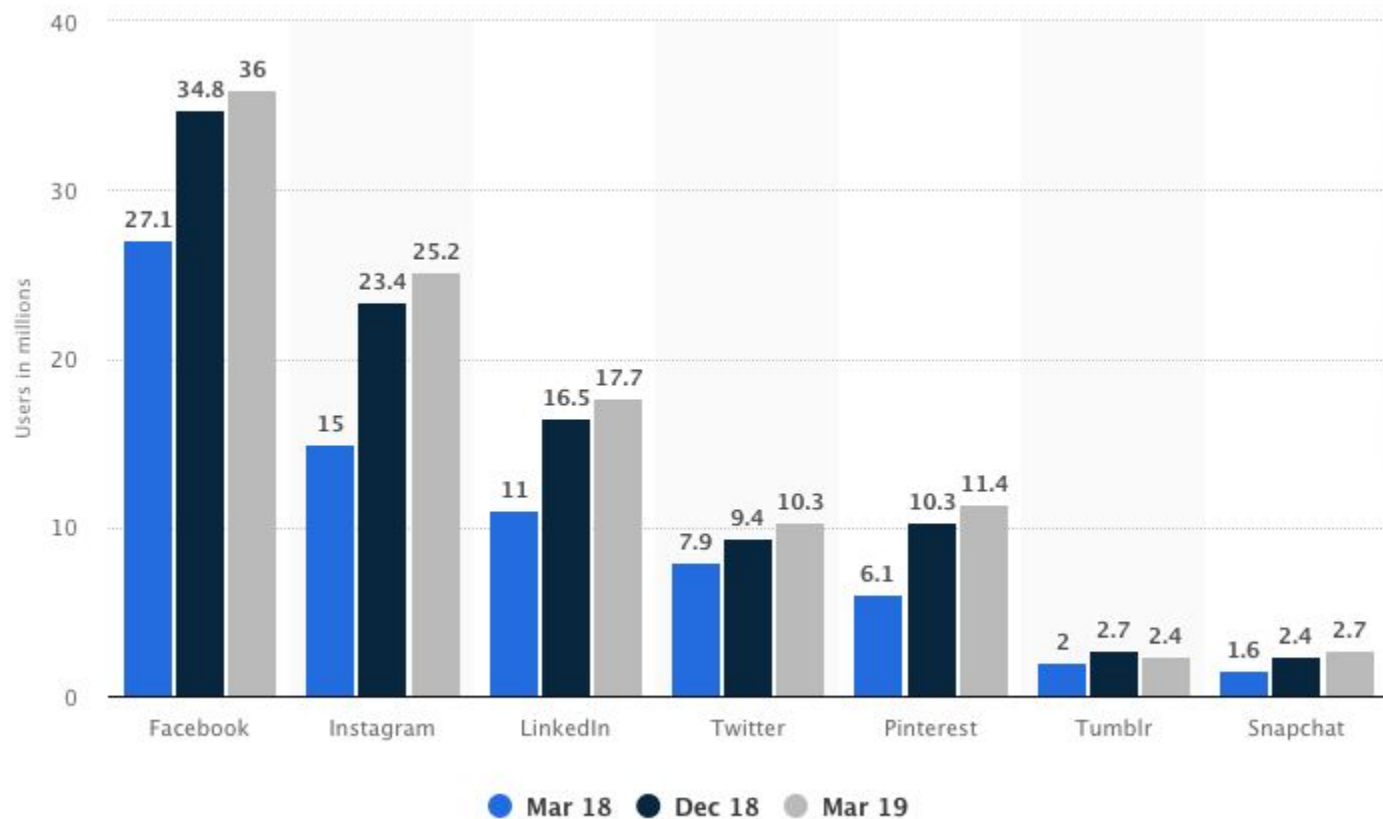
Reuters Institute for the Study of Journalism;

YouGov

© Statista 2019

Additional Information:

Worldwide; YouGov; January to February 2019; 24,735 respondents; used for any purpose last week; Online survey



Numero di utenti per social network in Italia nell'ultimo anno 2018-19

Integrare i social nel sito web

Per integrare i social e aumentare i propri link al sito abbiamo tre strategie:

1. **Redirect** alla pagina su un social
2. Crea **follower** alla pagina social
3. **Sharing** del contenuto della pagina del sito sul social dell'utente

1. Inseriamo una icona con il logo del social e il link alla rispettiva pagina, e.g. Fontawesome e Facebook

```
<a href="https://www.facebook.com/my-page">  
  <i class="fab fa-facebook-f"></i>  
</a>
```

2 e 3. Utilizziamo dei provider online di icone e codice per inserire bottoni **Follow** e **Share**

<https://www.addtoany.com/buttons/for/website>

https://www.addtoany.com/buttons/customize/follow_buttons