

# Motori di Ricerca

presente e futuro prossimo

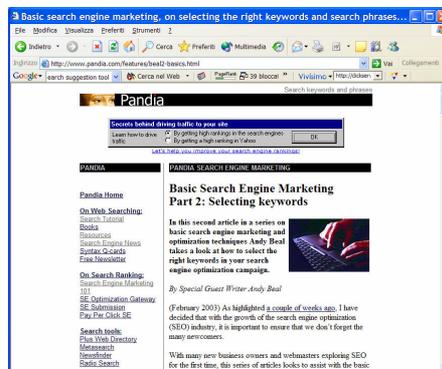
Come progettare un sito web "autorevole" ?

Paolo Ferragina, Università di Pisa

## Search Engine Marketing

**Obiettivo:** Come possiamo strutturare una pagina Web per risalire nel ranking di alcuni motori di ricerca e attirare il maggior numero di visitatori che *sono realmente interessati ad essa !!*

- Riferimento: [www.pandia.com/features/beal2-basics.html](http://www.pandia.com/features/beal2-basics.html)



Paolo Ferragina, Università di Pisa

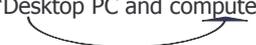
## SE Marketing: Tags !

```
<head> <title> Titolo della Pagina </title>
      <meta name="description" content="breve descrizione della Pagina">
      <meta name="keywords" content="parole chiave per la Pagina">
</head>
```

### ■ Tag <Title> è il più effettivo

- Usato da tutti i motori per il ranking
- Usato per visualizzare gli *snippet*: cattura attenzione utente
- Preferibile che sia corto, per dare maggiore peso alle parole
- Ben strutturato per coprire più frasi:

"Desktop PC and computer supplies"



Paolo Ferragina, Università di Pisa

## SE Marketing: MetaTags !

```
<head> <title> Titolo della Pagina </title>
      <meta name="description" content="breve descrizione della Pagina">
      <meta name="keywords" content="parole chiave per la Pagina">
</head>
```

- La loro importanza è diminuita considerevolmente negli ultimi anni. Ma sono interessanti perché:
  - Sono facili da definire
  - Ci sono vari SE che li usano ancora, forse **Teoma**
  - Il crawler **Inktomi** (**Looksmart**, **MSN**, **Hotbot**, **Overture**) li usa
- Possiamo aggiungere "termini geografici" utili nelle ricerche "localizzate" del prossimo futuro !!

Paolo Ferragina, Università di Pisa

## SE Marketing: altri TAG!

- Molti motori di ricerca usano ALT: **Google Images**

``

- Tutti i motori usano il cosiddetto "anchor text"

`<A HREF="file.html"> anchor text </A>`

- Ma anche `<H1>`, `<H2>`, ...

- `<body>` il cui primo paragrafo risulta molto importante

Paolo Ferragina, Università di Pisa

## SE Marketing: altre cosucce !

- Cosa possiamo dire dei FRAMES ?

- Usare il tag `<NOFRAMES>` usato dai browsers incapaci di visualizzarli
- **Google**, e altri, riescono a gestirli bene ma possono restituire il singolo frame senza pulsanti di navigazione. Occorre aggiungere un piccolo codice javascript che carichi il tutto, sempre.

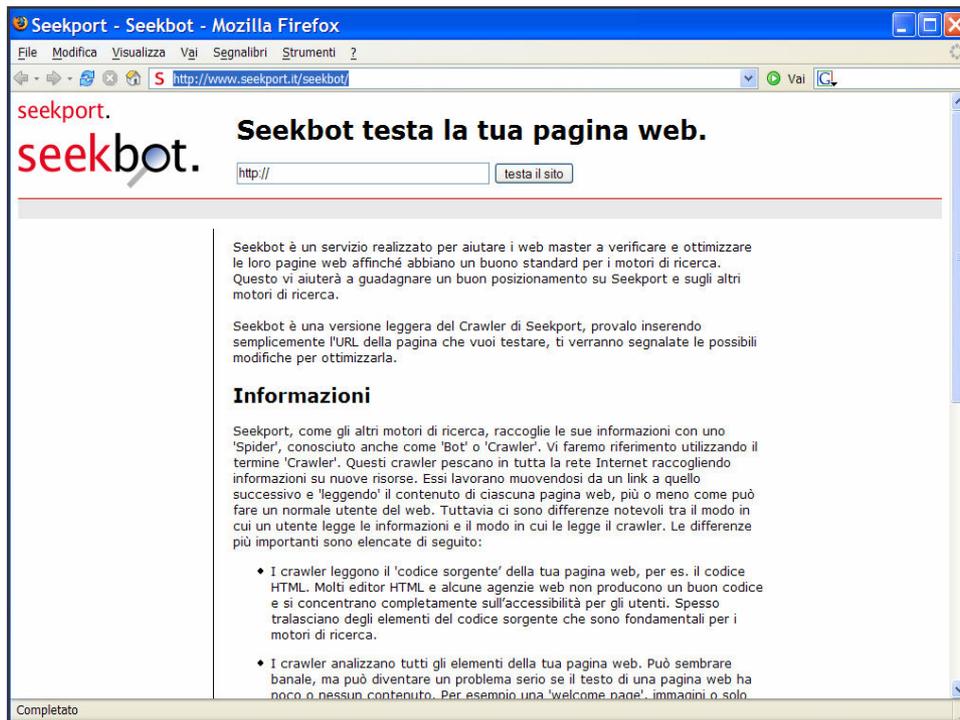
- Come "aiutare" i crawlers ?

- Mettere la pagina in alto nella struttura del sito !

- Come "aiutare" il ranking ?

- Assicurarsi che siti Top e Directory puntino alla nostra pagina !
- Ottimizzare il contenuto in accordo agli *anchor texts*
- Preferibile che i siti puntanti siano correlati (p.e. Teoma)

Paolo Ferragina, Università di Pisa



## SE Marketing: Robots !

```
<head> <title> Titolo della Pagina </title>
  <meta name="description" content="breve descrizione della Pagina">
  <meta name="keywords" content="parole chiave per la Pagina">
  <meta name="robots" content="ALL">
</head>
```

- "robots" fornisce informazioni al crawler
  - ALL: indicizza il contenuto
  - NOINDEX: non indicizza
  - FOLLOW: segue i link uscenti nel crawling
  - NOFOLLOW: stoppa il crawling di quella pagina

... oppure si mette un file robots.txt nella *root dir* del sito.

Leggere l'articolo di S. Roy

<http://www.1stsearchranking.com/robots.htm>

## SE Marketing: submissions ?

- Prima si credeva che fosse un passo cruciale, oggi si pensa che lo sia la "strutturazione" della pagina. Comunque...
  - **Google**: disporre di 3-5 link di qualità che ci puntano
  - **MSN**: sottomettere il sito a **Looksmart** che prima chiedeva \$299, ora ha un sistema di *paid-inclusion*: \$29 subito e poi \$0.15 per i primi 5,000 visitatori.
  - **Yahoo**: prima accettava un fee annuale \$299, poi Google, oggi...
  - **DMOZ**: cercare la categoria più appropriata e poi click "add url" per sottometterlo agli editori, e attendere un po' di tempo
  - **Inktomi**: fornisce il suo crawling a **Looksmart**, **MSN**, **Hotbot**, richiede \$39 all'anno per la prima url e poi \$25
  - **Fast** : fornisce il suo crawling a **Lycos**, **AllTheWeb**, richiede \$34 all'anno per la prima url e poi \$16

Paolo Ferragina, Università di Pisa

The screenshot shows the Google Sitemaps (BETA) website. The browser window title is "Google Sitemaps (BETA) - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL "http://www.google.com/webmasters/sitemaps/docs/en/about.html". The page content includes the Google logo, a navigation menu on the left, and the main content area. The main content area has a yellow header "Google Sitemaps (BETA)" and a section titled "About Google Sitemaps". The text in this section explains that search engines use "spiders" to crawl the web and that Google Sitemaps is an experiment in web crawling. There is a quote from Marshall Simmonds, Vice President Enterprise Search Marketing of The New York Times Company, stating: "It makes total sense to push new links to users quickly. We don't want to wait on the engine to deliver results - we want to get content into the engine faster. Whenever it's possible, we opt to push content rather than have it pulled. That gives us a more interactive experience with Google." There is also a quote about the practical benefit to clients: "The practical benefit to our clients is that we are now providing every opportunity for their sites to be indexed further by Google. This move increases opportunities for our hard to index content such as dynamic applications within the CMS. We're committed to ensuring our clients are able to benefit from changes in the ever more important search landscape."

# SE Marketing: buone keywords !

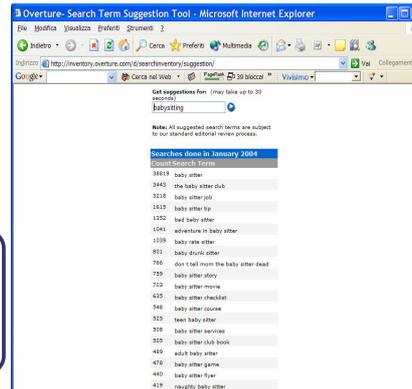
Esistono varie tecniche, presenteremo le più semplici.

## ■ Keywords:

1. Da soli troviamo le frasi che caratterizzano il sito o l'azienda
2. Overture [Search Suggestion Tool](#)
  - query simili ai SE
  - N.ro ricerche per mese
  - E' free
3. [WordTracker](#) \$7 al giorno

...ma non scegliere frasi molto frequenti, altrimenti rischiamo di conflituare con altri che hanno un ranking migliore:

[WordTracker Key](#) verifica livello di competizione ..oppure Google, Yahoo con "" per stima



Paolo Ferragina, Università di Pisa