

Usare al meglio un motore di ricerca

C'è un modo gratuito per farsi pubblicità sul Web, ed è rappresentato dai motori di ricerca, che se ben sfruttati possono portare molti visitatori sulle pagine del proprio sito. Ecco alcuni consigli su come operare.



I motori di ricerca costituiscono uno dei principali strumenti per la propaganda di un sito Web. Le ultime statistiche (fonte Ad Maiora) affermano che oltre il 90% degli utenti di Internet ha impiegato un motore di ricerca e il 63% ne usa normalmente uno. Ciò dimostra l'importanza di essere presenti negli archivi dei motori di ricerca, che rappresentano indiscutibilmente il dispositivo più immediato per il reperimento di determinati siti, soprattutto alla luce delle accresciute dimensioni del Web. Inoltre il loro sfruttamento è gratuito, sia da parte dell'utente che compie una ricerca, sia per chi sottopone il proprio sito alla registrazione nel database di un motore.

È difficile quantificarne la presenza su scala mondiale, spesso i loro censori forniscono dati contrastanti. Una cosa però è certa: la maggioranza si concentra negli Stati Uniti. L'individuazione dei motori di ricerca in cui registrare un sito è meno banale di ciò che

sembra: AltaVista, HotBot, Excite e Yahoo!, oltre ad essere molto visitati, operano su un palcoscenico internazionale. D'altro canto bisogna valutare il grado di visibilità che si vuole ottenere. È buona norma utilizzare i motori a diffusione internazionale (per lo meno i più noti), che esaudiscono l'80% del-

■ Utilizzare più motori in contemporanea

le richieste dei navigatori; può essere conveniente registrare il proprio sito presso il numero più ampio di motori, poiché questi, indicizzando porzioni spesso disgiunte del Web, si appoggiano ad archivi dal contenuto differente.

La procedura di registrazione può essere completata nel sito del motore di ricerca o in altri opportunamente approntati, oppure mediante particolari software. Alcune aziende hanno realizzato procedure automatiche d'immissione che abilitano la registrazione si-

multanea di un sito presso numerosi archivi. Dalla sottoscrizione alla memorizzazione negli archivi trascorrono però diversi giorni. Il periodo cambia da motore a motore. Ecco alcuni dati (situazione a luglio 2001):

- AltaVista 20 giorni
- Google 30 giorni
- Excite 60 giorni
- HotBot 60 giorni
- Lycos 30 giorni
- Northern Light 20 giorni
- WebCrawler 2 o 3 settimane
- Yahoo! 20 giorni

Alcuni motori di ricerca fissano il numero di pagine, provenienti dallo stesso sito, che è possibile inserire nell'arco di una giornata. AltaVista non ha limitazioni, ma è preferibile non proporre al motore più di 10 pagine per giorno. Invece Yahoo! accetta di norma solo un file pervenuto dallo stesso sito. Per avere più pagine, magari in categorie differenti, bisogna servirsi di qualche espediente.

Tecniche per migliorare il ranking

I motori di ricerca più diffusi, si è detto, dispongono di archivi contenenti milioni di pagine Web: si rivela pertanto estremamente importante far parte di quel database e, soprattutto, inserirsi nel ristretto gruppo di indirizzi sottoposti per primi all'attenzione del navigatore.

Questi, infatti, non è solito spingersi oltre la visione dei primi 20 indirizzi che il motore gli restituisce. Pertanto se il nostro sito si trovasse, per esempio, in centesima posizione, sarebbero assai poche le possibilità di essere visitati.

Il termine inglese ranking esprime la posizione occupata dalle pagine Web nella classifica dei motori di ricerca.

La posizione è funzionale al motore di ricerca adottato, alle parole chiave scelte dai visitatori e alle tecniche di miglioramento del ranking. Analizziamo alcune di queste metodiche.

Le parole chiave (o keyword) sono termini, o accostamenti di termini, che rappresentano il sito e le proprie finalità. Come vanno impiegate? Ecco alcuni suggerimenti.

- Le parole chiave devono essere scelte in maniera oculata. Conviene adoperare quei vocaboli che riassumono il contenuto della pagina. In ogni caso non abusiamone. Una decina po-

trebbe essere la misura adeguata.

- Disseminare di keyword il testo delle pagine Html. L'alta frequenza di apparizione consentirà al ragno di indicizzare meglio la pagina.

- Usiamo il marcatore (tag) Meta nell'intestazione (tag Head) del codice Html. Ecco un esempio in cui le parole chiave (per esempio vacanze, estate, ferie) sono presenti nella sezione Head:

```
<HEAD>
<META Name="Keywords" CONTENT="vacanze,▶
▶estate, ferie">
</HEAD>
```

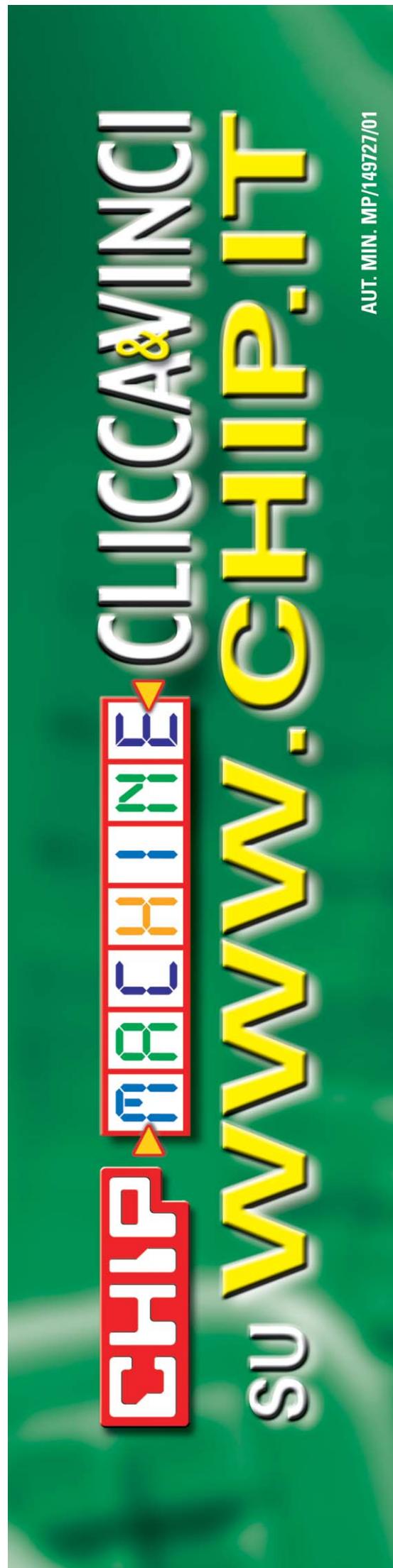
Il marcatore Meta non ha alcun impatto visivo. La sua utilità è legata all'indicizzazione compiuta dai ragni. Non ripetere le parole chiave nel tag Meta come nel caso seguente

```
<META Name="Keywords" CONTENT="vacanze,▶
▶vacanze, vacanze">
```

Alcuni motori di ricerca escludono infatti le ripetizioni dei termini dall'indicizzazione.

- Mettere la parola chiave più significativa (per esempio vacanze) nel tag Title della homepage (la pagina introduttiva del sito). "Le vacanze alternative: la tranquillità delle colline sene-

WordTracker: spiega come migliorare la visibilità del proprio sito attraverso una scelta oculata delle parole chiave



si o gli sport estremi?” è più indicativo di “La tranquillità delle colline senesi o gli sport estremi?”.

```
<TITLE> Le vacanze alternative:▶
▶ la tranquillità delle colline senesi ▶
▶ o gli sport estremi? </TITLE>
```

Nella barra del titolo della finestra browser si vedrà quanto compreso tra i due tag. Qualcuno opera frequenti modifiche al marcatore Title.

Questo stratagemma può ingannare il ragno, convinto di trovarsi di fronte a una nuova pagina mentre il contenuto non è cambiato. In realtà si creano solo copie dello stesso documento senza modificare il ranking.

- Usare le parole chiave nella sezione Alt del tag Img. Il ragno le conteggia. Esempio:

```
<IMG SRC="soldout.jpg" ALT="vacanze ▶
▶ alternative" BORDER="0">
```

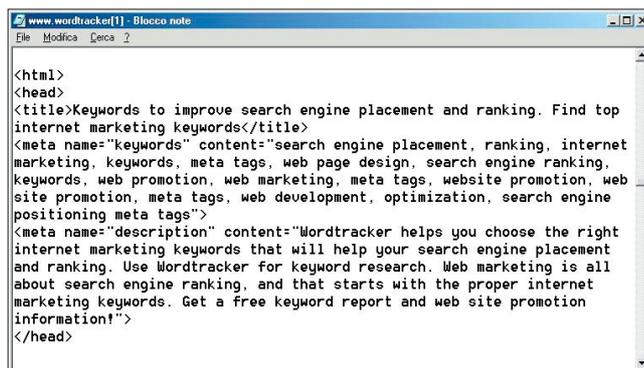
Collocando il puntatore del mouse sopra l'immagine sarà visualizzata un'area di commento il cui contenuto è fisso con Alt.

- Utilizziamo le parole chiave nel “paragraph heading (intestazione di paragrafo)”. Alcuni motori di ricerca indicizzano il testo racchiuso tra i marcatori (<H1> ... </H1>, <H2> ... </H2>,, <H6> ... </H6>) che definiscono una scala gerarchica dei titoli di paragrafo. Esempio:

```
<H1> Vacanze in Italia </H1>
<H2> Siena e la sua storia </H2>
```

Spesso i titoli di paragrafo sono rimpiazzati da immagini. Per quanto esteticamente piacevole questa soluzione non mette le ali al ranking: il motore di ricerca non sa leggere un'immagine! Meglio modificare la

Il codice Html della homepage di WordTracker: si notano l'uso dei tag Keywords e Description



veste grafica delle pagine ricorrendo ai fogli di stile.

- Utilizzare il Tag Description, che fornisce la descrizione, sintetica e trasparente, del sito. I motori di ricerca la offrono ai loro utenti, in aggiunta all'indirizzo della pagina Web, per consentire una più agevole individuazione del sito di interesse. Esempio:

```
<HEAD>
<META Name="Description" ▶
▶ CONTENT="Le vacanze più in voga: ▶
▶ la riscoperta della tranquillità ▶
▶ e le alternative estreme">
</HEAD>
```

- Non utilizzare Auto forwarding page (pagine per l'inoltro automatico): si tratta di una pagina Web dotata di codice (di solito JavaScript) che, operando su un link, determina il caricamento automatico della homepage. Questo sistema non è apprezzato dai motori di ricerca, che non archiviano tali pagine nei loro database.

- Creare una Lead Page (pagina guida). È una pagina Web, non linkata dalle altre che compongono il sito, in cui si concentra l'applicazione di differenti metodiche finalizzate al miglioramento della visibilità di parole chiave. Si può assimilare alla vetrina di un negozio, una sorta di richiamo per i clienti. I motori di ricerca assegnano punteggi più alti alle pagine che sovradimensionano la parola chiave principale. La tecnica è legale sebbene sollevi dubbi di natura etica. Nulla da eccepire se la parola chiave attiene al nostro sito. Ciò però non è sempre vero. Appare inoltre scriteriato esagerare nella ripetizione della parola chiave. Alcuni motori di ricerca come Lycos e InfoSeek penalizzano questa tecnica che cerca di aggirare il ragno.

- I frame permettono di generare delle finestre all'interno del browser del navigatore. La pagina che contiene i frame descrive i documenti Html che saranno caricati nelle finestre. Gli sviluppatori dovrebbero prevedere la realizzazione di pagine Web nelle versioni con frame e senza. La versione senza frame è utile perché, a differenza di quella dotata di frame, potrebbe fornire al ragno le informazioni necessarie all'indicizzazione. [X]

Inserimento di un nuovo sito Web: in questo caso siamo su www.lycos.it

