

Introduzione

Era il 2008 quando terminai di scrivere la prima edizione di questo libro, e qualche mese dopo vide la luce nelle librerie italiane. Fu un momento importante per il SEO in Italia, perché, per la prima volta, un manuale interamente italiano cercava di mettere ordine nel mondo complesso, e per certi versi contraddittorio, del posizionamento sui motori di ricerca. Da allora, le aziende e i professionisti hanno iniziato a fare più attenzione alle logiche del posizionamento e ai risultati che queste possono portare come vantaggio competitivo. In questi cinque anni abbiamo infatti assistito a una crescente richiesta di esperti SEO da parte delle aziende, che come conseguenza ha generato la nascita di molte società e professionisti che operano in questo settore. Cosa è cambiato dal 2008 a oggi? Da un punto di vista delle “fondamenta” quasi nulla; i motori di ricerca sono diventati più rapidi nel fornire risultati e più precisi. Hanno aggiunto nuovi servizi collegati alla ricerca, per rispondere a un Web che, nel frattempo, si è popolato di social network, blog, portali di immagini e via dicendo. La sostanza è quindi che, ancora oggi, milioni di siti web “cercano” di emergere nelle cosiddette SERP (la pagina dei risultati di un motore di ricerca), aiutati in questo però da uno stuolo di professionisti che del SEO hanno fatto (o cercano di fare) la propria professione. Essi, conoscendo a fondo le logiche e le dinamiche dei motori di ricerca, mettono in pratica azioni, metodologie e strategie con l'intento di far emergere un sito, rispetto a un altro, quando un utente effettua una ricerca sul Web.

Gli esperti di SEO sono principalmente degli “ottimizzatori”. Cercano di fare in modo che i contenuti di un sito web e la sua struttura siano ottimizzati al massimo per rispondere efficacemente alle logiche dei motori di ricerca. Volendo rendere le cose più semplici, il loro ruolo consiste nell'analizzare con cura e attraverso strumenti di varia natura un sito web mal posizionato rispetto ad altri operando quindi su di esso (ma anche al di fuori di esso) con una serie di azioni e strategie che tendono a produrre risultati di posizionamento migliorativi sui motori di ricerca, con il fine ultimo di aumentarne la visibilità nelle SERP. Ovviamente quanto appena detto è una estrema semplificazione dell'attività di un esperto SEO, e andando avanti nella lettura di questo testo ve ne renderete conto. In effetti questo manuale è la prova tangibile di quanto articolate siano le azioni, gli elementi, le metodologie, le strategie, le variabili e altri dettagli che bisogna mettere in campo nell'arena del posizionamento per migliorare lo *status* di un sito web. Una riflessione importante da fare quando ci si addentra nel mondo del SEO è la validità dei metodi attuati. Solitamente la prima necessità di chi si rivolge a un esperto di

SEO è avere un sito maggiormente visibile, che attragga più utenti dal Web e che venda quindi più prodotti o servizi. In alcuni casi, questa attività serve non solo a migliorare le vendite, ma anche a estenderle sfruttando Internet come nuovo canale di vendita. Un esempio di quanto appena detto sono i portali che offrono “esperienze”, come lo sport, l'avventura, il relax, la gastronomia e così via. Queste aziende cercano di raccogliere nuovi clienti attraverso Internet, con un miglior posizionamento rispetto a ricerche degli utenti che siano affini ai servizi erogati. Un esempio? La ricerca tipica che ognuno di noi si è trovato almeno una volta a fare: “Weekend relax in *Luogo*”, dove per *Luogo* si intende la regione geografica che ci interessa.

Tornando quindi al SEO, appare chiaro quanto il settore merceologico in cui ci si trova ad agire sia un elemento importantissimo da valutare, non tanto per il “cosa” si vende quanto per conoscere il reale grado di concorrenza che quel particolare mercato deve fronteggiare sul Web, e stimare quindi quanto il posizionamento di quell'attività sarà oneroso in termini di tempo e di azioni collegate.

Vedremo tutto ciò con grande attenzione, ma è fondamentale considerare che il risultato misurabile delle azioni di ottimizzazione su un sito web è legato a innumerevoli fattori, alcuni dei quali sotto il controllo dell'esperto SEO, ma altri legati a fattori esterni e spesso non strettamente relativi ai motori di ricerca in sé. Perciò, è fondamentale comprendere che non esistono garanzie precise sui risultati dell'ottimizzazione; si può tentare di applicare tutte le azioni e le regole coerenti con il risultato che ci si è prefissi, “aspettando” che i motori di ricerca diano corso alla valutazione di queste e al successivo miglioramento nelle SERP per cui tali azioni sono state messe in opera.

In sostanza, garantire a un cliente determinate posizioni nei motori di ricerca è una pratica pericolosa dalla quale si dovrebbe restare lontani, poiché le complesse infrastrutture che sovrintendono al flusso di informazioni su Internet possono mutare in breve tempo, spesso senza alcun preavviso, mettendo in discussione tutte le azioni operate per un sito web. L'unica “arma” che un esperto SEO può avere dalla sua parte, per evitare che le cose cambino rapidamente rispetto a quanto pianificato, è la conoscenza puntuale: studiare pedissequamente le regole definite dai motori di ricerca, tenersi aggiornati rispetto a nuove dinamiche messe in campo e confrontarsi con altri, per compiere azioni in maniera il più possibile “scientifica” che non lascino spazio al caso o alla probabilità. Lo sa bene chi è passato sotto la scure del motore di ricerca, vedendo spesso retrocedere rapidamente le proprie pagine web nelle SERP o, peggio ancora, assistendo impotente alla loro rimozione dall'indice solo per aver operato modifiche apparentemente insignificanti, ma che violavano le regole guida. Nel mondo del SEO non ci si può muovere per tentativi, bisogna invece agire con cognizione di causa; ci vuole davvero tanto per guadagnare una posizione di rilievo e ci vuole davvero poco a perderla! Personalmente ho vissuto in prima persona molte situazioni limite, che mi sono state utili per aiutare gli altri: da qui nasce questo secondo libro che, per quanto possibile, cerca ancora una volta di fare chiarezza sugli innumerevoli aspetti che un esperto di SEO dovrebbe sempre considerare durante il suo lavoro.

Mi sento però di dare un consiglio ai lettori: nell'informatica in generale – e nel mondo di Internet in particolare – un libro da solo non basta a garantire conoscenze e riferimenti assoluti, e soprattutto attuali. Un costante aggiornamento attraverso i vari canali che il Web ci mette a disposizione è quindi raccomandato. Vi auguro una buona lettura e una buona ottimizzazione!