

Se vi state domandando qual'è la prima pagina del word wide web altrimenti conosciuto come www la risposta è qui a portata di click

<http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>

Questa risorsa ancora attiva ci mostra con chiarezza l'evoluzione del sistema che sta rivoluzionando il nostro mondo.

Uno degli aspetti di cui ci occupiamo in questo sito di SeoAttivo è il tentativo di fornire informazione e dare un servizio che ci permetta di incrementare strategie di web marketing per PMI italiane e professionisti locali.

SEO E SPAM

Da Mat Curtis alcune indicazioni su cosa dovrebbe fare un esperto SEO rispetto alle indicazioni fornite da Google per rimanere all'interno di una corretta etica di lavoro.

Il lavoro di un esperto SEO è quello di comprendere i cambiamenti degli algoritmi implementati dai motori di ricerca per ottenere SERP migliori per gli utenti.

LE INFORMAZIONI BASE PER LA SEO

LINK DI GOOGLE

<https://support.google.com/webmasters/answer/40349?hl=en>

Guida pdf per i webmaster e chi vuole approfondire le raccomandazione di google sulla SEO

LINK ESTERNI

Il blog di Bill Slawski su SEO contiene una varietà di argomenti come i brevetti di Google, i progressi tecnologici in SEO, e come SEO si inserisce in una strategia di marketing più ampia. Questo blog sarà spesso referenziato, e sarebbe un sito utile per il vostro bookmark per approfondimenti di livello superiore <http://www.seobythesea.com/>

IL PROBLEMA DEI CONTENUTI E LA LORO QUALITÀ

Diciamo che è una questione antica per la SEO ma ritengo ancora utile riflettere su questi aspetti che vengono suggeriti da google in questo articolo di cui riportiamo le domande essenziali in italiano, rispettoa come dovremmo ragionare sulla creazione di pagine di qualità

LE DOMANDE PER CREARE CONTENUTI DI QUALITÀ SECONDO GOOGLE

1. Avreste fiducia nelle informazioni presentate in questo articolo?
2. Questo articolo è scritto da un esperto o appassionato che conosce bene l'argomento?

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:
info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119 La prima
pagina del word wide web e l'evoluzione della SEO

3. Il sito ha articoli duplicati, sovrapposti o ridondanti su argomenti uguali o simili con variazioni di parole chiave leggermente diverse?
4. Sareste a vostro agio nel fornire le informazioni della vostra carta di credito a questo sito?
5. Questo articolo contiene errori ortografici, stilistici o di fatto?
6. Gli argomenti sono spinti da veri e propri interessi dei lettori del sito, o il sito genera contenuti cercando di indovinare cosa potrebbe essere classificato bene nei motori di ricerca?
7. L' articolo fornisce contenuti o informazioni originali, reportistica originale, ricerca originale o analisi originale?
8. La pagina fornisce un valore sostanziale rispetto ad altre pagine nei risultati di ricerca?
9. Qual è il livello di controllo della qualità dei contenuti?
10. L' articolo descrive entrambi i lati di una storia?
11. Il sito è un' autorità riconosciuta sul suo argomento?
12. Il contenuto è prodotto in massa o esternalizzato a un gran numero di creatori, o diffuso su una vasta rete di siti, in modo che le singole pagine o siti non ricevano altrettanta attenzione o cura?
13. L' articolo è stato editato bene, o appare sciatto o prodotto frettolosamente?
14. Per una domanda relativa alla salute, ti fidi delle informazioni provenienti da questo sito?

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:

info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119 La prima

pagina del word wide web e l'evoluzione della SEO

15. Riconoscete questo sito come una fonte autorevole quando menzionato per nome?
16. Questo articolo fornisce una descrizione completa o esauriente dell'argomento?
17. Questo articolo contiene analisi approfondite o informazioni interessanti che non sono ovvie?
18. È questo il tipo di pagina che vorresti segnare, condividere con un amico o raccomandare?
19. Questo articolo ha una quantità eccessiva di annunci pubblicitari che distraggono o interferiscono con il contenuto principale?
20. Vi aspettereste di vedere questo articolo in una rivista stampata, un'enciclopedia o un libro?
21. Gli articoli sono brevi, non sostanziali o mancano di specifiche utili?
22. Le pagine sono prodotte con grande cura e attenzione al dettaglio rispetto a quelle meno curate nei dettagli?

MANIPOLAZIONE DEI LINK

Qualsiasi link destinato a manipolare il PageRank o il ranking di un sito nei risultati di ricerca di Google può essere considerato parte di uno schema di link e una violazione delle Linee guida di Google Webmaster. Questo include qualsiasi comportamento che manipola i collegamenti al tuo sito o i collegamenti in uscita dal tuo sito.

Di seguito sono riportati alcuni esempi di schemi di collegamento che possono avere un impatto negativo sul posizionamento del sito nei risultati di ricerca:

1. Acquisto o vendita di link che passano PageRank. Ciò include lo scambio di denaro per link o messaggi che contengono link, lo scambio di beni o servizi per link, o l'invio di qualcuno un prodotto "gratuito" in cambio di loro scrivendo su di esso e compreso un link
2. Scambi eccessivi di link ("Collegamento a me e io ti collegheremo") o pagine partner esclusivamente per motivi di collegamento incrociato
3. Marketing di articoli su larga scala o campagne di post degli ospiti con link a parole chiave con testo ancora ricco di parole chiave
4. Utilizzo di programmi o servizi automatizzati per creare collegamenti al tuo sito

Inoltre, la creazione di link che non sono stati inseriti o garantiti dal proprietario del sito su una pagina, altrimenti noti come link innaturali, può essere considerata una violazione delle linee guida di Google .

Ecco alcuni esempi comuni di collegamenti innaturali che possono violare le nostre linee guida:

1. Annunci di testo che passano PageRank
2. Pubblicità pubblicitarie o pubblicità nativo in cui viene ricevuto il pagamento

per gli articoli che includono link che passano PageRank

3. Link con testo di ancoraggio ottimizzato in articoli o comunicati stampa distribuiti su altri siti. Ad esempio:

Ci sono molte fedi nuziali sul mercato. Se si desidera avere un matrimonio, si dovrà scegliere il miglior anello. Avrete anche bisogno di acquistare fiori e un abito da sposa.

4. Link di directory di bassa qualità o siti preferiti
5. Link ricchi di parole chiave, nascosti o di bassa qualità incorporati in widget che sono distribuiti su vari siti, per esempio:

Visitatori a questa pagina: 1.472assicurazione autoLink ampiamente distribuiti nei piè di pagina o modelli di vari sitiCommenti forum con link ottimizzati per posta o firma, ad esempio:Grazie, questo è fantastico info!Paolo pizza paul pizza san diego pizza diego pizza migliore pizza san diego

Si noti che i link pubblicitari PPC (pay-per-click) che non passano PageRank all' acquirente dell' annuncio non violano le nostre linee guida. È possibile impedire al PageRank di passare in diversi modi, come ad esempio

1. Aggiunta di un attributo rel="nofollow" al tag <a>
2. Reindirizzamento dei collegamenti a una pagina intermedia bloccata dai motori di ricerca con un file robot. txt

Il modo migliore per ottenere altri siti per creare link di alta qualità e rilevanti per i vostri è quello di creare contenuti unici e pertinenti che possono naturalmente guadagnare popolarità nella comunità Internet.

Creare buoni contenuti è vantaggioso: i link sono di solito voti editoriali dati per scelta, e il contenuto più utile che hai, maggiore è la probabilità che qualcun altro troverà quel contenuto prezioso per i loro lettori e link ad esso.

CASA ACCADE SE IL NOSTRO SITO WEB VIENE PENALIZZATO? CHE COS' È UNA RICHIESTA DI RIESAME?

Una richiesta di riesame è una richiesta di revisione del sito dopo che Google ha risolto i problemi individuati in una notifica di azione manuale. Per saperne di più sulle azioni manuali e sui motivi per cui il tuo sito potrebbe riceverne una, leggi l'articolo di google sulle azioni manuali.

PRESENTARE UNA RICHIESTA DI RIESAME
SEGUIRE I PASSAGGI RIPORTATI DI SEGUITO PER AIUTARVI AD INIZIARE:

Accedi al tuo account della Console di ricerca.

Verificare tutte le versioni del sito per assicurarsi di avere dati completi e accurati.

Visita la sezione Azioni manuali per vedere se Google ha intrapreso azioni sul tuo sito.

Risolvere i problemi sul vostro sito come descritto dall' azione manuale.

Esaminare i problemi di sicurezza nella Console di ricerca per individuare altri possibili problemi con il sito.

Clicca su "Richiedi una reviw" per chiedere a Google di riconsiderare il tuo sito.

SEOATTIVO:IT Via P. L. Monti, Saronno 21047 VA P.IVA: 02809180124 e-mail:

info@seoattivo.it tel. (+39) 0287197889 cell. (+39) 333 6547119 La prima

pagina del word wide web e l'evoluzione della SEO