

## SEO relazionale (permettimi il termine :-)

Come sta evolvendo l'attività SEO? Su cosa bisogna concentrarsi oggi per avere successo domani (e dopodomani)? Alcune indicazioni operative per il 2010 (e oltre).

[Alessandro Sportelli](#)

Non sto qui a ripeterti la solita storia dell'importanza dei link perché probabilmente la sai già. Quello su cui voglio ragionare qui è **la fonte dei link**.

Per me questa immagine rappresenta bene l'evoluzione della situazione:



I link sono sempre stati importantissimi nella valutazione del peso dei siti ai fini del posizionamento e credo continueranno ad esserlo. Ciò che credo stia velocemente cambiando è l'importanza attribuita alle diverse fonti.

**Avantieri** i link erano importanti come lo sono oggi. Però Google misurava il "valore" dei link valutando l'importanza ed autorevolezza della fonte (in realtà anche oggi :-) ... quindi in altre parole il "sito" dal quale i link provenivano. Ieri non esistevano tutti i siti che esistono oggi. Ancora prima non esistevano neanche tanti blog e forum come li conosciamo oggi. Di

conseguenza ottenevano maggior peso i link provenienti da siti importanti, siti istituzionali, siti universalmente ritenuti “affidabili”.

Ti ricordi di DMOZ? E via! Tutti a cercare link dai siti importanti :-)

**E ieri?** Col tempo sono nati i Forum, i blog (ed altri siti UGC - User Generated Content)... un oceano di forum e blog! A questo punto Google compie il primo passo verso l’attribuzione di peso alle “**opinioni della gente**”.

Da un lato non poteva fare altro (i link sui siti “affidabili” stavano diventando troppi ed i webmaster si erano ben organizzati per manipolarne gli effetti :-) dall’altro ha compreso l’importanza della “**conversazione**” nella valutazione del peso dei siti “**citati**”.

#### Risultati di esercizi commerciali locali per **hotel** vicino a **Roma**



- A** [Hotel Santa Maria Di Paolo Vetere & C. Sas](http://www.htlsantamaria.com)  
www.htlsantamaria.com - 06 5895474 - [918 recensioni](#)
  - B** [Hotel Pantheon](http://www.hotelpantheon.com)  
www.hotelpantheon.com - 06 678 7746 - [228 recensioni](#)
  - C** [Hotel Piazza di Spagna Rome](http://www.hotelpiazzadispannarome.com)  
www.hotelpiazzadispannarome.com - 06 679 3061 - [68 recensioni](#)
  - D** [Hotel Foro Romano](http://www.hotelfororomano.com)  
www.hotelfororomano.com - 06 9970 9945 - [13 recensioni](#)
  - E** [Hotel San Pietro Rooms](http://www.sanpietrorooms.com)  
www.sanpietrorooms.com - 06 372 5617 - [98 recensioni](#)
  - F** [Hotel Ara Pacis](http://www.hotelarapacis.com)  
www.hotelarapacis.com - 06 3204447 - [193 recensioni](#)
  - G** [Hotel Campo de Fiori](http://www.hotelcampodefiori.com)  
www.hotelcampodefiori.com - 06 6880 6865 - [350 recensioni](#)
- [Altri risultati vicino a Roma »](#)



Pensaci un attimo ... per quale strano motivo il sito di un hotel di Roma dovrebbe esser posizionato meglio di un suo concorrente? Quando pensi alla risposta tieni presente che l’obiettivo di Google è **fornire agli utenti i risultati di maggior “valore” per primi**.

**Quale sito sarà quindi meglio posizionato se non quello *che i clienti (utenti) stessi hanno inconsapevolmente posizionato!?!?***

Google si muove ancora in questa direzione ed il Taglia (Ndr: Davide Pozzi) ne parla in un recente [post](#).

Dopo qualche tempo ci si è accorti che anche le citazioni ed i contenuti generati dagli utenti potevano essere facilmente manipolati ad arte (dai furbacchioni che sanno come funziona :-)) al fine di facilitare il buon posizionamento dei siti.

**E oggi, o domani?** La questione si complica (per chi ama la “raccolta” dei link) perché google sa che il metodo migliore per misurare l’importanza dei link, ed arginare il fenomeno dello spam, o se vogliamo dei link inseriti qui e lì ad arte, è **analizzare direttamente il comportamento delle persone** (vedi web marketing relazionale) invece di analizzare il sito “complessivamente”.

**In altre parole Google sa che il metodo migliore per attribuire importanza a dei link postati da qualcuno è “ascoltare” ciò che dicono gli altri di questo link e di chi lo ha postato.**

L’attenzione si sposta quindi dai “siti” come principale fonte di link ai “singoli profili” interni ai siti stessi.

Quindi se prima Google in qualche modo misurava l’autorevolezza dei siti oggi cerca di misurare **l’autorevolezza delle persone** ed utilizza questo valore per misurare **indirettamente** il peso dei link segnalati dalle persone stesse.

Vuol dire che se apro un bel profilo su twitter e facebook e sparo i miei bei link il mio sito sale di posizioni? **OVVIAMENTE NO** ... la fai troppo facile :-)

L’importanza attribuita ai link che posti sui tuoi profili non dipende da te (o almeno non direttamente) ma dipende da quanto **gli altri** giudicano autorevole, importante, di valore, o anche semplicemente divertente ciò che scrivi in genere = **Sono Gli altri che determinano l’autorevolezza del tuo profilo e di conseguenza il peso delle tue citazioni.**

Se io posto sul mio profilo Twitter (se non sai nulla di come funziona scarica la [guida di Giorgio](#)) un link ad un articolo che ritengo molto interessante invitando i miei contatti a leggerlo ed eventualmente

condividerlo, alcuni di loro lo leggeranno e forse riterranno utile condividerlo (Retwittarlo) a loro volta.



Cosa è successo quindi? In ogni singolo Retwitt (che è comunque 1 singola pagina web) sono presenti due link:

1. **@Alesportelli**. Questo è il link diretto al mio profilo Twitter.
2. **<http://bit.ly/6R3mHC>** . Questo è il link alla risorsa esterna segnalata.

Come potrebbe interpretare Google questo twitt? Esattamente come lo interpretano tutti e cioè tradotto più o meno in questo modo: *“Ciao Frank, guarda che **Alesportelli** ha postato un **link interessante** che riguarda la SEO, leggilo.”*

Questo del mio profilo è solo un esempio di ciò che hai sotto gli occhi praticamente ogni giorno. Cosa accade quindi con il Retwitt? Accade che **chi retwitta, spesso (come in questo caso) esprime apprezzamento** per la risorsa postata (link) e per chi l’ha postata (Alesportelli). Quindi chi retwitta comunica che Alesportelli oltre a migliaia di cazzate ogni tanto posta qualcosa di utile :-)



Quindi i retwitt condizionano l'autorevolezza ( o se vuoi la reputazione) di un profilo e di conseguenza il peso dei link postati. Ma, al contrario, **l'autorevolezza di un profilo non dipende solo dai retwitt** o dalle altre citazioni del profilo (vedi followfriday)<sup>1</sup>.

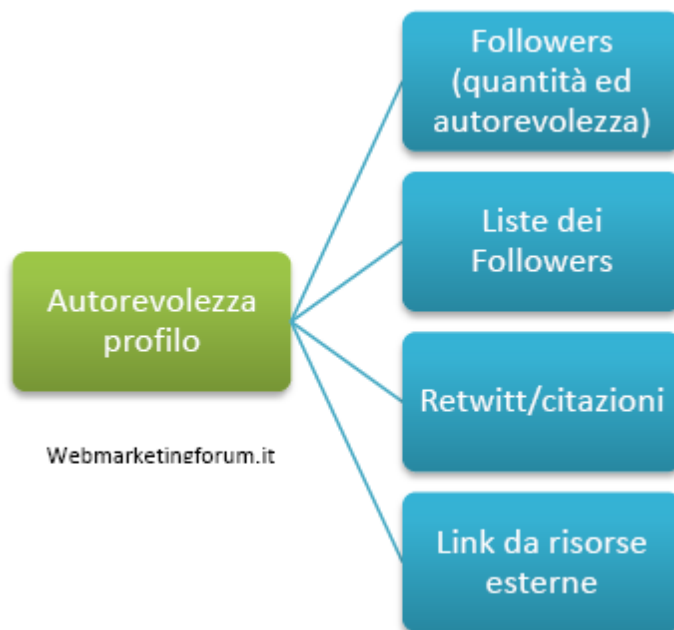
L'autorevolezza di un profilo dipende anche dai link al profilo provenienti da risorse esterne a twitter, dai followers (che sono comunque link interni) e dalle liste.

Volendo quindi lavorare sull'autorevolezza dei profili, e di conseguenza sul peso dei link postati verso risorse esterne, è necessario SBATTERSI, ed anche in questo caso la parola d'ordine è **offrire valore**.

---

<sup>1</sup> Ndr.: si tratta di un modo in cui gli utenti Twitter segnalano i profili secondo loro interessanti (tramite appunto il tag #followfriday seguito dagli user name segnalati).

C'è da aggiungere che secondo me è più facile diventare autorevoli su twitter quando lo si è già all'esterno di twitter ... Capirai che scoperta! Si lo so, è banale ma ho come la sensazione che a molti non sia chiaro ... specie a quelle aziende e professionisti a cui si promettono notorietà e popolarità come fossero noccioline... vai su twitter e diventerai famoso ... si certo, ed io sono babbo natale :-)



Qualche idea al volo su come rendere autorevole un profilo twitter:

- > **Followers (quantità ed autorevolezza).** Il modo più semplice per creare una lista di followers di QUALITA' è **non fare niente direttamente ma solo indirettamente** ... in altre parole linka il tuo profilo dal tuo blog dove già offri valore ed informazioni utili, linkalo nelle tue email e nei tuoi ebook. In questo modo chi deciderà di seguirti lo farà perché **ti ritieni davvero una risorsa interessante**. Un altro modo per incrementare il numero dei tuoi followers sono i Retwitt. Quando dai qualcosa di utile ai tuoi amici questi probabilmente retwitteranno ciò che scrivi ed in un certo senso ti stanno **raccomandando** ai loro followers. Seguire qualcuno al solo scopo di innescare il **principio di reciprocità** secondo il quale questo qualcuno si sentirà obbligato a seguire te è una fesseria almeno per due motivi: 1. Se funziona questa persona sarà tra i tuoi followers ma probabilmente non sa chi sei e non è interessata a ciò che fai e dici e forse dopo poco smetterà di seguirti. 2. Chi usa twitter da un po' di tempo ne conosce bene le dinamiche.
- > **Liste dei followers.** La presenza del tuo profilo in alcune liste prova il fatto che qualcuno è effettivamente interessato a ciò che dici tanto che, per

evitare di perdere i tuoi twitt nel mare generale, ha preferito **“catalogare” il tuo profilo tra quelli che ritiene utili** per un determinato argomento. Capisci subito che chi fa spesa grassa di followers con metodi semiautomatici difficilmente sarà listato. Chissà se Google ne terrà conto? Tu che dici? :-) Come fare ad essere listati? Dai Valore!

- > **Retwitt/Citazioni.** Ne ho già parlato ed il discorso è sempre il solito. Crea una lista di followers e dai valore. Scrivi cose utili, linka risorse utili, condividi, sii divertente, sii naturale come al bar con gli amici.
- > **Link da risorse esterne.** I link sono pur sempre link :-) e dei buoni link che puntano al tuo profilo ne possono condizionare il peso sia in termini di autorevolezza sia in termini di posizionamento dei tuoi twitt in serp. Le risorse esterne possono essere i tuoi siti, blog, forum, le firme nei tuoi commenti ... etc. Mettici un po' di creatività.

### **Link Building... che lavoraccio!**

Abbiamo osservato quindi in qualche riga come da ieri ad oggi sono aumentate le tipologie di fonti dalle quali possono provenire citazioni e link che puntano al nostro sito e come questo può condizionare il lavoro del SEO. Se prima tutto il peso gravava sulle fonti autorevoli, man mano si è andato spalmando sulle singole persone (profili) passando per i siti di UGC (Ndr: con contenuti generati dagli utenti).

Quindi oggi una buona strategia di link building (N.B. dipende comunque dal settore e dal progetto) deve considerare tutte le diverse fonti:



Non so dirti in che misura ogni singola tipologia influisca effettivamente sul risultato in termini di posizionamento. Deduco però che col tempo i link “dai profili personali” potranno godere di sempre maggior considerazione anche perché, come ho già detto, l'autorevolezza è un elemento molto più

difficile (purtroppo non impossibile) da manipolare ad arte rispetto al “piazzamento” dei link.

**Credo che mai come oggi (e domani) il link building rappresenta una strategia a medio/lungo termine più orientata al marketing ed alla reputazione e meno attenta alla semplice raccolta di link.**

### **Quindi... SEO Relazionale?**

Forse ora il termine “seo relazionale” comincia a prender forma e sapore :-). Ho detto che alle tradizionali fonti di link si sono aggiunti i profili personali dei social. Ho detto anche che il peso dei link postati sui social dipende dall'autorevolezza di chi li posta. L'autorevolezza va guadagnata ed è determinata dalle **azioni degli altri**. Come si fa ad innescare tutto ciò se non tramite le “relazioni”?



Forse sto per scrivere una cosa forte ma la scrivo lo stesso :-). Credo che col tempo chi non si relazionerà o avrà difficoltà a farlo online (parlo di persone ed anche aziende) potrà non godere di importanti benefici anche in termini di posizionamento sui motori di ricerca (ed ovviamente tanti altri...).

**Il contenuto non è più il Re.** Il contenuto è solo un “risultato”, uno strumento ma non il Re.

**Il Posizionamento ad un livello superiore è una conseguenza indiretta di relazioni, servizi e prodotti di valore.**

Commenta Subito sul Forum: <http://www.webmarketingforum.it/seo-ottimizzazione-e-posizionamento-sui-motori-di-ricerca/3885-seo-relazionale-ideewm2010.html>

## Come partecipare a Sito Perfetto

Ci sono quattro possibili forme di partecipazione a questo progetto:

- > **Abbonato** (sarà presto possibile ricevere una newsletter mensile con gli aggiornamenti inseriti nel sito e nell'e-book);
- > **Affiliato** (promuovendo on line gli abbonamenti potrai guadagnare il 30% del prezzo di ogni vendita da te promossa);
- > **Collaboratore Affiliato** (segnalando imprecisioni o nuovi servizi utili si può arrivare a guadagnare fino al 50% del prezzo di vendita);
- > **Autore affiliato** (scrivendo articoli o altri contenuti che poi verranno integrati negli aggiornamenti dell'e-book potrai guadagnare fino al 70% del prezzo di vendita).

Sito Perfetto è aperto ai contributi di tutti i professionisti web, purché abbiano alcune caratteristiche, e cioè, siano: **attinenti alla comunicazione on line, di qualità, originali, esclusivi** (solo per i contenuti a pagamento) e **sintetici**. Non ci interessa “fare pagine”, ma offrire contenuti utili, di alto profilo e al tempo stesso facilmente consultabili anche da non esperti.

Ci piace essere chiari e seguire la legge, per questo non verranno accettati contributi che risultino essere stati estratti o tradotti da altri autori (fatta eccezione per eventuali brevi citazioni). Rimarrai quindi personalmente e direttamente responsabile nel caso di azioni legali intentate a Sito Perfetto per testi da te proposti.

Per essere aggiornati sui nuovi aggiornamenti inseriti [iscriviti alla newsletter](#), diventa fan della [pagina Facebook di Sito Perfetto](#) oppure iscriviti al mio account [Twitter](#).

Il Responsabile Editoriale

[\*\*Gianpaolo Lorusso\*\*](#)