

# Search Engine Usability

## Le nuove metriche che hanno già sostituito il tradizionale approccio SEO e le tendenze future dell'ottimizzazione per i motori di ricerca.

Gli ultimi aggiornamenti dell'algoritmo di Google vanno tutti in una direzione molto precisa: **creare un sistema semi-automatico di valutazione della qualità dei siti sempre più vicino al metro di giudizio umano.**

Da tempo ormai il modo in cui scegliamo e mostriamo apprezzamento per i siti che visitiamo viene tracciato dai motori (e nei Social Network). La novità è che la competizione tra Google e Facebook sta accelerando paurosamente l'aggiornamento degli algoritmi dei motori in favore di **nuove metriche legate più all'interazione degli utenti con i contenuti che alla loro ottimizzazione SEO.**

Titolo e descrizione delle pagine, URL e domini con parole chiave, testi nei link e duplicazione di contenuti, ecc. stanno cedendo importanza sempre più velocemente a **segnali social** (mi piace, tweet, +1, ecc.), alla **scrematura manuale operata dai quality rater** e a valutazioni legate all'**usabilità.**

Un sito poco usabile ben difficilmente piacerà agli utenti, che interagiranno con i suoi contenuti il meno possibile e ci torneranno solo se sono costretti a farlo, come ad esempio sul sito Trenitalia (che riesce spesso nella pur difficile impresa di peggiorare l'interfaccia ad ogni nuova release!).

Al di là delle valutazioni umane (che per forza di cose continueranno a coprire una percentuale molto limitata dei contenuti web), **un sistema semi-automatico, come quello di Google, può stabilire efficacemente il grado di usabilità di un sito?**

In realtà esistono una serie di fattori legati alla User Experience che potenzialmente potrebbero essere valutati molto facilmente dai motori e che in parte già oggi contribuiscono a determinare il posizionamento dei siti in Google. Per questi aspetti è logico attendersi un'ulteriore aumento di peso tra i fattori di ranking:

- > **Quanto spazio dedico agli annunci AdSense “sopra la piega”** (cioè nella schermata visibile senza l'uso di barre di scorrimento)? Se si esagera è un chiaro segno di scarsa attenzione agli utenti e, quindi, di bassa qualità generale del sito (questo fattore è già stato introdotto con il primo Panda update).
- > **I CSS sono “user friendly” (e “search engine friendly”)?** In particolare suggeriamo di usare **i buoni vecchi titoli H1, H2, ecc.** evidenziandoli chiaramente rispetto al resto del testo. Non dovrebbero esserci inoltre **testi o link non visibili agli utenti** (via “display:none” o altri “trucchi” CSS) ma indicizzati dai motori. La **formattazione dei link dovrebbe essere esclusiva** (solo i link dovrebbero essere fatti così), **univoca** (pochi formati diversi) e **uniforme** (sempre uguali in tutto il sito). I paragrafi dovrebbero essere staccati uno dall'altro e bisognerebbe **usare i punti elenco per identificare i passaggi chiave più importanti.**
- > **I testi nei menù e nei link sono “parlanti” ma non sovra-ottimizzati?** I link devono essere formati da parole chiave importanti e in linea con gli argomenti trattati nelle pagine a cui puntano, ma senza ripetizioni eccessive (magari anche nel metatag keyword, che ormai è decisamente da eliminare), nè devono arrivare da miriadi di siti di bassa qualità e crescere di numero troppo rapidamente (un +10% al mese è generalmente considerato un tasso di crescita “naturale” per un sito con un buon

riscontro di pubblico).

Dal punto di vista dei motori, ci sono infatti solo 2 motivi per cui un sito con pochi link in entrata può registrare incrementi rapidi di collegamenti tutti uguali: a) abbiamo pubblicato qualcosa che ha avuto una vasta eco nei social network; b) abbiamo fatto (in maniera maldestra) un po' di link shopping o creato una serie di siti satellite per la link building.

Penguin update ha già preso di mira proprio chi ricorre all'acquisto o alle matrici di link artificiali.

- > **I testi delle pagine sono unici (non duplicati), sintetici, leggibili e organizzati su "focus" ben precisi?** La tematizzazione delle pagine è fondamentale per avere le carte in regola per apparire nelle ricerche collegate (anche se non è detto che si abbia poi l'autorevolezza sufficiente per arrivare fino alle prime posizioni).

Prima di pubblicare qualcosa on line bisognerebbe sempre tagliare almeno il 50% del testo originale, usando **periodi e parole corte e di uso comune**, le **keyword più cercate ed attinenti** ed **eliminando frasi ridondanti di "riempimento" e "fuffa commerciale"** (a giudicare dal loro sito oltre il 90% delle aziende italiane sono leader o punti di riferimento del proprio settore!).

Usare testi troppo lunghi e senza dati oggettivi (es.: fatturato, numero di sedi/dipendenti, nomi di clienti importanti, ecc.) è un chiaro invito a non leggere oltre. Se invece si fa attenzione a usare in maniera sintetica ma efficace **tutte le varianti principali delle parole chiave più attinenti e cercate, evidenziando i passaggi più importanti in grassetto**, il testo non solo sarà più rilevante per i motori, ma anche molto più leggibile per gli utenti (vedi anche il post: [scrivere per il web](#)).

- > **Il sito si carica completamente entro 3-4 secondi?** La velocità di download è sempre stata un fattore inconsapevole determinante nella valutazione della qualità di un sito. Da tempo ormai lo è anche per i motori di ricerca (sia per la visibilità organica, che per il punteggio di qualità legato a campagne AdWords).

Oltre a questi aspetti direttamente legati all'usabilità, ce ne sono almeno un altro paio che riguardano più in generale la user experience, che vale la pena di sottolineare.

**Il sito ha una pagina privacy?** Se non si dice agli utenti che uso si fa dei loro dati, sicuramente non si dà un segno di professionalità e trasparenza, e ciò potrebbe penalizzare anche il punteggio di qualità di eventuali campagne di search engine advertising.

**C'è una pagina "chi siamo" con riferimenti a una sede fisica** (magari la stessa verificata in Google Places/Plus)? Non esiste infatti un solo motivo valido, non legato dalla liceità o dalla qualità dei prodotti/servizi promossi, per non rendere chiaro agli utenti qual è l'azienda che gestisce un sito e da dove si opera (anche se si vende solo on line).

Indubbiamente questo va ben al di là dell'approccio SEO "classico", così come del resto le attività di social media marketing (ormai determinanti per la visibilità, anche nei motori di ricerca).

Ben presto però non sarà più possibile trascurare questi aspetti, sia per acquisire la maggiore visibilità possibile, che per massimizzare i tassi di conversione del nostro sito. Per questo è bene documentarsi ora, leggendo ad esempio quello che è probabilmente uno dei migliori libri mai scritti sull'usabilità web: "Eyetracking web usability" di Jakob Nielsen e Kara Pernice (edito da Pearson e disponibile in italiano dal 2011).

Se vuoi suggerire altre osservazioni, commenta [questo post](#).

[www.sito-perfetto.it](http://www.sito-perfetto.it)

## 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 gli aggiornamenti al progetto [iscriviti alla newsletter](#), diventa fan della [pagina Facebook](#), segui il nostro account [Twitter](#) o il [gruppo LinkedIn](#).

Il Responsabile Editoriale

[Gianpaolo Lorusso](#)