

# Mini-corso SEO: l'Ottimizzazione di un Sito



**Qualche tempo fa sul mio blog [Hotel 2.0](#), realizzai una serie di pubblicazioni riguardanti l'ottimizzazione di un sito web per i motori di ricerca.**

Ho voluto raccogliere quegli articoli su un unico PDF per darti la possibilità di leggere in tutta calma i vari argomenti trattati, di modo che tu possa consultarli in qualsiasi momento e magari cominciare anche a fare l'ottimizzazione del sito della tua attività.

Questo documento vuole chiaramente rivolgersi al target albergatori affinché questi comincino ad avvicinarsi e comprendere la materia SEO. Naturalmente però, gli argomenti che ho affrontato si adattano benissimo anche per qualsiasi altro sito di qualsivoglia settore.

Gli argomenti trattati, che puoi anche approfondire e commentare sul Web cliccando sui link che trovi di seguito, sono:

1. **[C'è il "Title" sul sito della tua struttura ricettiva?](#)**
2. **["Description" sul sito di una struttura alberghiera](#)**
3. **[Meta name "Keywords" sul sito delle strutture alberghiere](#)**
4. **[Il tag "body" e l'ottimizzazione del testo delle pagine](#)**
5. **[Come usare l'anchor text sul sito di una struttura ricettiva](#)**
6. **[Ottimizzare un testo: corsivo, grassetto e sottolineato](#)**
7. **[Ottimizzazione immagini. Come e perchè usare il tag "Alt"](#)**
8. **[Il nome File e il nome Cartella nella URL di un sito web](#)**
9. **[Ottimizzazione pagina web di un sito. Un SEO esempio.](#)**
10. **[Le URL dinamiche e URL statiche di un sito web](#)**
11. **[Da URL dinamiche a URL statiche con URL Rewriting!](#)**

Qualora ne avessi bisogno non esitare a lasciarmi i tuoi commenti o le tue domande.

Buona Lettura!

# 1. C'è il "Title" sul sito della tua struttura ricettiva?

Qualsiasi albergatore che segua il suo sito online, avrà sentito parlare di **Seo** (*Search Engine Optimization*), di **posizionamento sui motori di ricerca** e di **ottimizzazione del sito**.

La difficoltà che spesso ha un'albergatore è di capire cosa possano voler dire determinate parole che vengono utilizzate dai Seo: questa "gentaglia" che non sa proprio parlare chiaramente :-)

## E se provassi a spiegarti passo per passo alcuni aspetti fondamentali del Seo?

Voglio cominciare con qualcosa che avrai sicuramente sentito nominare: il "Title".

Ti dico subito che avere il Title sul proprio sito web è molto importante sia dal punto di vista dell'ottimizzazione del sito che per il posizionamento.

*Ma dove si trova esattamente? Come puoi fare a sapere se il tuo sito ce l'ha o no?*

Per prima cosa fai come ti dico:

- entra nella Home Page del tuo sito
- se usi Internet Explorer clicca con il tasto destro del mouse su un qualsiasi punto della pagina e poi vai su Html
- se usi FireFox o Chrome clicca con il tasto destro del mouse su un qualsiasi punto della pagina e poi clicca su "Visualizza sorgente pagina"

La schermata bianca che ti si apre è praticamente quello che sta sotto l'abito. Il codice di programmazione del tuo sito. Come un vero e proprio scheletro.

Da qui potrai vedere dove si trova il Title.

Di solito è situato all'interno delle due parole (*tag*) `<head>...</head>`.

Ora ti spiego aiutandomi con delle immagini. Sto analizzando il sito dell'[Hotel Abitalia Tower Plaza](http://www.abitaliatowerplaza.it) di Pisa (ringrazio *Francesco Cangemi* per avermi concesso di utilizzare questa struttura alberghiera).

Questo di seguito è il codice sorgente del suo sito e in rosso puoi vedere evidenziato dove si trova il Title.



```
Sorgente di: http://www.abitaliatowerplaza.it/ - Mozilla Firefox
File Modifica Visualizza Aiuto

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<title>Abitalia Tower Plaza - Sito Ufficiale - hotel 5 stelle lusso pisa - hotel a pisa - alberghi pisa</title>
<!-- CSS --> <link rel="stylesheet" href="http://www.abitaliatowerplaza.it/Css/style.css" typ
<!-- META -->
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<meta name="description" content="Hotel 5 stelle, 100 stanze incluse suites e minispartamenti, 7 sale c
<meta name="keywords" content="Pisa Hotel - Abitalia Tower Plaza - Sito Ufficiale - hotel 5 stelle pisa
<meta name="revisit-after" content="15 days">
```

Nel caso di questo Hotel, come puoi vedere il Title è molto specifico e brevemente rappresenta le caratteristiche della struttura:

**<title>Abitalia Tower Plaza – Sito Ufficiale – hotel 5 stelle lusso pisa – hotel a pisa – alberghi pisa</title>**

Ora voglio spiegarti **perchè il Title è così importante**.

Quando l'utente digiterà sui motori di ricerca una combinazione di parole attinenti con il Title del tuo sito, aiuterai i motori a farti trovare. Guarda di seguito l'esempio sempre per questo Hotel che ho preso in esame:



Come si vede nell'immagine, le tre parti che ho evidenziato in rosso corrispondono ai 3 termini utilizzati per la ricerca e combaciano esattamente con il Title inserito sul sito.

Ecco dimostrato perchè è importante averlo. Certamente sarà difficile riuscire a comparire tra i primi risultati solo perchè si ha il Title, ma almeno sarai sicuro di aver inserito qualcosa che ai motori di ricerca piace particolarmente e magari ti faciliterai in futuro.

Il **Title** deve essere molto **specifico e personalizzato**. Mettiti nei panni del tuo cliente e inserisci quello che secondo te potrebbe cercare. Il cliente quando effettua una ricerca, riesce subito a capire se la risposta che il motore ha dato è proprio quella che lui desiderava.

Voglio dirti altre cose importantissime per il Title.

- Nell'esempio dell'hotel Abitalia, ho preso in considerazione solo la Home Page. Ma **tutte le pagine del tuo sito devono avere un title personalizzato**. Guarda ad esempio quello della pagina relativa al ristorante:

**<title>Il Ristorante – Abitalia Tower Plaza – Hotel 5 stelle pisa – alberghi 5 stelle pisa – hotels pisa</title>**

Come puoi notare è stata subito identificata la pagina “ristorante” e poi vengono aggiunte altre parole descrittive dell'hotel. Lo stesso deve essere fatto per tutte le altre pagine.

- lo spazio descrittivo deve essere sfruttato al meglio. Io ad esempio consiglio alle strutture alberghiere di inserire una vera e propria stringa di testo. Nel caso del Title sulla pagina “ristorante” dell'hotel Abitalia, si potrebbe ancor meglio sfruttare lo spazio a disposizione, ad esempio così:

**<title>Il Ristorante** offre ai clienti piatti tipici della tradizione Toscana – Abitalia Tower Plaza Hotel</title>

La scelta dell'Hotel Abitalia di inserire invece delle Keywords, non è da condannare, ma sarebbe sempre meglio presentare una brevissima e sintetica spiegazione di ciò

che una struttura offre.

- Il testo che decidi di usare per il **Title**, **sfruttalo bene**. Ipotizziamo che nel tuo Agriturismo si possono degustare vini di prima qualità. Allora dovresti inserire subito quella parola, perchè il motore di ricerca te la considera molto di più:

```
<title>Ristorante con degustazione vini e piatti tipici della Toscana – Agriturismo in Toscana</title>
```

Naturalmente questo è un esempio. Potresti sfruttare altre parole chiavi come “offerte hotel”, “escursioni in barca”, “visite guidate Firenze” etc. L’importante è sempre mettere vicine tra loro quelle parole su cui vuoi puntare e su cui la tua struttura fa la differenza.

### E quanto deve essere lungo un Title?

Non c’è un numero esatto entro il quale bisogna stare, perchè magari si può avere l’esigenza di usare qualche parola in più, ma sarebbe preferibile **non superare i 70 caratteri**. Che siano 80 oppure 90 non ha importanza, basta che non diventino 250 :-)

Per quanto riguarda l’inserimento del Title bisogna ovviamente farlo tramite programmazione. Chiedi quindi supporto al tuo webmaster.

Ecco! Queste sono le cose fondamentali che devi sapere riguardo al Title.

*...e il tuo sito è provvisto di Title?*

## 2. “Description” sul sito di una struttura alberghiera

Dopo averti parlato del “Title”, importante per l’ottimizzazione del sito web della tua struttura ricettiva, voglio spiegarti cos’è la “**description**” e dove si trova.

Proprio come ti ho detto nel precedente articolo segui questa procedura per visualizzare il **codice sorgente del tuo sito**:

- entra nella Home Page del tuo sito
- se usi Internet Explorer clicca con il tasto destro del mouse su un qualsiasi punto della pagina e poi vai su Html
- se usi FireFox o Chrome clicca con il tasto destro del mouse su un qualsiasi punto della pagina e poi clicca su “Visualizza sorgente pagina”

Mi aiuterò ancora con delle immagini tratte dal sito dell’[Hotel Abitalia Tower Plaza](#) di **Pisa**.

Questa di seguito è la pagina sorgente del sito ufficiale dell’hotel, e la parte evidenziata in rosso indica la **Description**. Come puoi notare si trova **dopo il Title**.

```

<title>Abitalia Tower Plaza - Sito Ufficiale - hotel 5 stelle lusso pisa - h
↑
<!-- CSS --> <link rel="stylesheet" href="http://www.abit
<!-- META -->
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<meta name="description" content="Hotel 5 stelle, 100 stanze incluse

```

La description è la seguente:

`<meta name="description" content="Hotel 5 stelle, 100 stanze incluse suites e miniappartamenti, 7 sale congressi, a 3 km dal centro e dall'aeroporto di Pisa, shuttle bus service da/per aeroporto e centro città.">`

Vediamo una serie di punti sull'importanza di questo elemento:

1. La Description deve essere assolutamente **diversa dal Title**. Considera che essa sia una continuazione di quello che hai già detto nel Title. Quindi come se dovessi spiegare al motore di ricerca com'è strutturato il tuo sito. Molto interessante in questo caso la descrizione dell'Hotel Abitalia, che in modo dettagliato sfrutta la description per dare ulteriori informazioni della struttura.
2. La description è importante perchè Google, ad esempio, la fa comparire al momento di una **ricerca effettuata dall'utente**. Guarda l'immagine di seguito.



Come puoi vedere, la parte evidenziata in rosso combacia esattamente con la description presente nel codice sorgente del sito. In pratica Google va ad indicizzare quella descrizione.

3. **Se non inserisci la description**, non è grave. Google andrà a prendere automaticamente la prima parte di testo presente nel tuo sito, che potrebbe essere la descrizione dell'hotel. Però è meglio se la description la metti tu, perchè in questo modo potrai sfruttare meglio qualche parola chiave di tuo interesse.
4. La description, deve essere **diversa per ciascuna pagina del sito**. Quindi nella Home dovrà esserci una descrizione, nella pagina servizi un'altra, per le camere un'altra ancora e così via.
5. Inserisci **informazioni di qualità** e non a caso. Cerca di sfruttare realmente questo spazio.
6. **Lunghezza della description?** Cerca di stare entro i **250 caratteri al massimo**. Non

di più! Se ti riesce stai anche sotto i 200.

7. Cosa succede se fai una description troppo lunga? Niente di grave, però come puoi notare nell'immagine precedente dell'hotel Abitalia, la descrizione non viene visualizzata tutta sui motori di ricerca e vengono usati i punti di sospensione a far intendere che vi è un seguito.

Il consiglio migliore che posso darti però, è quello di non pensare troppo a questo meccanismo di posizionamento sui motori di ricerca. Fai una descrizione che sia in linea con ciò che è davvero presente nel tuo Hotel. In sostanza **scrivi pensando alle persone e non ai motori**.

La description si inserisce dal codice di programmazione. Se quindi non hai dimestichezza, fatti aiutare dal tuo webmaster e fagli presente che l'elemento `<meta name="description" content="...">` è importante che ci sia.

### 3. Meta name “Keywords” sul sito delle strutture alberghiere

Dopo averti parlato dell'importanza del **Title** e della **Description** utilizzati dai Seo per l'**ottimizzazione di un sito web**, c'è un terzo elemento a cui bisogna fare un accenno: il `<meta name="Keywords">`.

Prendendo sempre ad esempio il codice sorgente dell'**Hotel Abitalia Tower Plaza di Pisa**, che ho usato anche nei precedenti post, ecco dove compare questo elemento: [clicca per visualizzare l'immagine](#).

Come si può vedere compare esattamente dopo il Title e dopo la Description, quasi a chiudere la triade dei tre aspetti fondamentali.

Va però detto che le Keywords per molto tempo, hanno visto un forte abuso da parte dei realizzatori di un sito web. Infatti venivano inserite una quantità a dir poco esagerata di keywords. Si pensava infatti che più parole chiave venivano inserite, più i motori di ricerca avrebbero favorito un sito. Purtroppo non era così.

Non troppo tempo fa è arrivata la **dichiarazione ufficiale da parte di Google** stesso, il quale affermò che tale elemento non è mai stato preso in considerazione per il posizionamento sui motori di ricerca. Oltretutto non c'è volontà di cambiare politica in tal senso. Forse solo in futuro la cosa potrebbe essere rivalutata, ma sembra improbabile.

Clicca su [questo link](#) per vedere il video ufficiale di Google in cui viene detto:

**Google has ignored the keyword meta tag for years and currently we see no need to change that policy** (= Google ha ignorato per anni il meta tag Keyword, e al momento non abbiamo bisogno di modificare la nostra scelta)

#### E allora lo si può omettere?

Fondamentalmente sì! Ma sono ancora molti quelli che lo inseriscono, anche perchè non è penalizzante. E poi chissà, se davvero in un futuro prossimo potrebbe avere una valenza, meglio farlo trovare ai motori di ricerca.

L'unico consiglio che voglio darti è però di non abusare. Guarda anche l'esempio dell'Hotel Abitalia nell'immagine iniziale. Non serve mettere una lista di 20 keywords (giudicabile Spam), ma è sufficiente **inserire le 4 o 5 parole chiavi su cui vuoi puntare**.

Ti dirò inoltre che, secondo me, il modo migliore di sfruttare le keywords è di inserirle richiamando quelle che vengono utilizzate nella description e nel title. Proprio come ha fatto l'Hotel Abitalia Tower Plaza.

## 4. Il tag “body” e l'ottimizzazione del testo delle pagine

A proposito di Seo e Ottimizzazione del sito, ti ho già parlato del **Title**, della **Description** e delle **Keywords**. Ora vediamo che cos'è il **Body**.

Anche questo aspetto è visibile dal codice sorgente del sito. Nei precedenti post ti ho già illustrato come sia possibile vedere e cosa sia il codice sorgente.

Il Body non è altro che il **corpo del testo**, ossia quello che viene scritto all'interno delle pagine del tuo sito. Aprendo quindi il codice sorgente di una pagina del sito, vedrai che il tuo testo è inserito tra i tag **<body></body>**.

A livello di posizionamento, dato che nel body dovrà esserci il testo, ovvero il contenuto della pagina, esso giocherà un ruolo determinante. Non ci sono particolari regole da seguire per il **posizionamento sui motori di ricerca**, bisognerà solo che tu stia attento ad alcuni dettagli.

Per prima cosa, devi dare un senso logico a tutta la tua pagina. Se ad esempio hai ottimizzato la pagina delle offerte con il title “*Offerte Hotel Verona*”, allora nel corpo del testo della pagina sarà opportuno che tu inserisca tale keyword. Che senso avrebbe mettere come title della pagina una cosa e poi nel testo andare a parlare di tutt'altro? Nessuno. Quindi ripeti nel testo la keyword che hai usato nel title.

Oltre a questo, devi sapere che ci sono delle linee di stesura di un testo ben precise. Io sono dell'idea di essere il più spontaneo possibile, ossia **scrivere per le persone e non per i motori di ricerca**. Di solito la spontaneità viene comunque ripagata. Ad ogni modo ci sono alcuni aspetti imprescindibili quando si scrive un testo.

### L'incipit del testo.

Questo è ciò che catturerà l'attenzione non solo dell'utente ma anche del motore di ricerca. Nelle prime righe del tuo testo devi cercare di far capire subito ciò di cui stai parlando, magari inserendo qualche keyword di riferimento. Se ad esempio stai per fare la descrizione del tuo hotel nella home page, un testo efficace potrebbe essere:

Il nostro **Hotel X** è situato a **Verona**, meta ideale per tutti coloro che desiderano trascorrere una **vacanza romantica**. L'hotel è situato a pochi passi dal **centro storico** della città [...]. Nel nostro Hotel potrai usufruire di molti servizi: **piscina, sala congressi e centro benessere** [...].

Questo un brevissimo esempio per farti capire come concentrare tutte le qualità della tua struttura alberghiera. Evita di dilungarti troppo con frasi di circostanza e per lo più inutili.

### Le intestazioni H1 e H2.

H1 e H2 sono due valori che hanno due precisi scopi: dal punto di vista dei motori di

ricerca fanno capire l'**importanza che la pagina e l'argomento assume**, mentre dal punto di vista dell'utente ha un riscontro grafico. L'H1 è infatti il titolo in grassetto grande mentre H2 è il sottotitolo in grassetto più piccolo. Guarda questo esempio:

## Esempio di Titolo H1.

### Esempio di Titolo H2.

Esempio di testo normale.

Non mettere mai nell'H1 una serie di parole chiavi. Inserisci un titolo sensato che vada praticamente a riassumere e presentare quello che andrai a scrivere.

I motori di ricerca si affidano spesso all'H1. La **testata della pagina** è quella che fa capire la rilevanza che dai al tuo argomento. Ma non abusare di questo mezzo. Certamente è possibile inserire in un'unica pagina più H1, ma io te lo sconsiglio. Se proprio devi creare altri titoli H1 sarebbe preferibile creare anche altre pagine.

Nel prossimo post altre considerazioni sull'**ottimizzazione di un testo**...

## 5. Come usare l'anchor text sul sito di una struttura ricettiva

Molto rapidamente riprendo il discorso iniziato nel precedente articolo e vado avanti con l'illustrarti un altro elemento da tenere in considerazione per la **formattazione del testo all'interno di una pagina del proprio sito web**.

Partendo dall'ipotesi in cui tu debba inserire la descrizione della tua struttura ricettiva, devi stare attento a sfruttare bene le **anchor text** nel corpo del testo.



L'anchor text non è altro che il link che si va ad apporre su specifiche parole chiave per cui si vuole ottenere un posizionamento sui motori di ricerca, ovvero il link testuale.

Il codice html che si inserisce per l'anchor text, ad esempio per la keyword "Verona Hotel" è sempre il seguente:

```
<a href="http://www.indirizzodellapagina.it">Verona Hotel</a>
```



Ciò che fa capire ai motori di ricerca la valenza del link sono i due tag `<a></a>`.

Devi sapere che c'è però un modo per ottimizzare al meglio tale link, ed è inserendo il title. Si fa in questo modo:

```
<a href="http://www.indirizzodellapagina.it" title="Verona Hotel">Verona Hotel</a>
```

In questo modo quando con il cursore del mouse ci si posiziona sul link senza però effettuare il clic, verrà visualizzata una piccola descrizione del link stesso.

Non è però sempre necessario inserire un link che passi valore ad una pagina. Per valore intendo il tanto conosciuto **PageRank**. Può infatti capitare che tu abbia la necessità di inserire diversi link ad altre pagine del tuo sito. In tal caso andare a mettere una sfilza di link nella home page non è molto produttivo, quanto piuttosto contro produttore.

Quello che ti sto cercando di far capire è che **i link devono essere inseriti con un senso logico**. Se hai delle pagine che vuoi realmente far posizionare sui motori di ricerca, allora utilizza il link normale come ti ho fatto vedere sopra. Ma se devi mettere un link a semplici pagine informative, come ad esempio quelle delle offerte che sono soggette a continue modifiche promozionali e quindi sono imposizionabili, allora ti suggerisco di inserire il seguente link:

```
<a href="http://www.indirizzodellapagina" title="Offerte Verona Hotel" rel="nofollow">Offerte Verona Hotel</a>
```

Con il nofollow non si fa altro che far capire ai motori di ricerca di **non seguire il link**, cioè di non passargli pagerank. Con questa soluzione garantirai più valenza a quei link in cui ometterai il "nofollow".

Se devi linkare una fonte esterna e quindi devi indurre il tuo visitatore ad uscire dal tuo sito web, allora ricordati di inserire anche il seguente elemento:

```
<a href="http://www.indirizzodellapagina" title="Verona Hotel" rel="nofollow" target="_blank">Verona Hotel</a>
```

Con il target="\_blank" farai in modo che cliccando sul link si vada ad aprire una nuova finestra. Così facendo consentirai all'utente di visionare la fonte esterna che hai linkato ma anche di rimanere sulla pagina del tuo sito web.

Ultima cosa: cerca di evitare il classico "clicca qui". Google preferisce un link testuale.

Queste le cose fondamentali da sapere sull'anchor text.

## 6. Ottimizzare un testo: corsivo, grassetto e sottolineato

Dopo averti spiegato l'importanza dell'**anchor text** nella stesura di un testo, oggi ti presento altri elementi di rilievo da tenere presente nell'**ottimizzazione di un testo**.

Sono tre semplici note che però trovano fortuna non solo dal punto di vista dei lettori ma anche da quello dei motori di ricerca. Con il **corsivo**, il **grassetto** e il testo **sottolineato** infatti, s'intende solitamente dare più o meno rilievo a delle parti di testo che i motori di ricerca individuano come delle frasi di particolare importanza. L'utente invece a colpo

d'occhio potrà rendersi conto che chi ha scritto il testo ha voluto dare maggiore enfasi a determinate parole o frasi su cui riporre più attenzione.



- **Corsivo.** Il codice html per rendere un testo o una parola in corsivo prevede l'utilizzo del tag italic `<i>testo corsivo</i>`. Quando si utilizza? Lo si può utilizzare per far evidenziare subito al lettore le parti di un paragrafo o le parole che hanno un maggior significato e un valore più forte rispetto al resto.
- **Grassetto.** Il codice html in questo caso prevede l'utilizzo dei tag bold `<b>testo grassetto</b>`. Più spesso, e solitamente si dice sia preferibile, utilizzare il tag `<strong></strong>`. La funzionalità e il risultato è lo stesso, solo che "strong" sembra essere più facilmente riconoscibile dai motori di ricerca. Come usare il grassetto? Sempre per dare rilevanza a parti di testo più importanti, ma anche per evidenziare quelle parole chiavi su cui si vuole puntare nel posizionamento.
- **Sottolineato.** Il codice html in questo caso è il tag underline `<u>testo sottolineato</u>`. Come nei casi precedenti, serve per dare rilievo a parti di testo o accoppiamenti di keywords di maggior peso rispetto al resto del testo.

Lascia però che ti dia un consiglio. Non pensare troppo a quali parole chiavi convenga evidenziare con questi tag. E' certamente vero che per i motori di ricerca possono avere una rilevanza, quindi sfrutta bene la loro utilità, ma d'altro canto è meglio concentrarsi su quanto potrai far leggere ad un utente.

Nel momento in cui **ottimizzi un testo** per un lettore, sono fermamente convinto che stai facendo un buon lavoro pure per i motori di ricerca. Stai infatti rendendo usabile il tuo sito e comprensibili i tuoi **contenuti**. Nel momento in cui risulti chiaro e leggibile per un lettore, lo sarai anche per i motori.

**Non abusare di questi tag.** Evidenziare lunghe frasi, o inserire ad esempio il grassetto su molte parole non è la cosa migliore. Anzi rischi di rendere tutto più confusionario.

Tutte queste piccole indicazioni le puoi sfruttare anche sul **sito web** della tua **struttura alberghiera** nelle pagine in cui hai inserito del testo. Lo stile di formattazione da utilizzare dovrai sceglierlo tu sulla base di ciò che ritieni più o meno rilevante per l'utente che ti visita.

## 7. Ottimizzazione immagini. Come e perchè usare il tag “Alt”

Si dice sempre che *“le immagini valgono più di cento parole”*.

Questa frase è ancor più vera quando le immagini si trovano nel contesto del web. E devi sapere che anche **per i motori di ricerca** queste hanno una valenza piuttosto **importante**.

Dal punto di vista del SEO vi sono infatti alcuni punti da seguire e da tenere in considerazione nell’ottimizzazione del proprio sito.



L’immagine qui di sopra e il suo significato non hanno un senso casuale. Vediamo il perchè...

Per le immagini, a livello di ottimizzazione di una pagina web, bisogna far riferimento al **“tag alt”**. Questo tag non è altro che la **descrizione** che devi dare alla tua immagine. *Ma dove va inserita questa descrizione?*

Se guardi il codice sorgente di questo [mio articolo](#) online vedrai che nel codice html compare quanto segue:

```
</a>
```

La parte evidenziata in arancione è quello che ti deve interessare. Come puoi vedere ho dato come descrizione della mia immagine proprio quello che essa rappresenta, ovvero **“tag alt”**. Ti faccio inoltre notare che se con il cursore del mouse passi sopra l’immagine da me inserita, uscirà proprio la descrizione che ho deciso di darle. Questo è un modo veloce per vedere se le tue **immagini presentano l’ alt**.

Ipotizziamo che tu debba fare lo stesso con la galleria di immagini presente sul sito web della tua struttura ricettiva. Per ogni immagine che inserisci nella tua pagina dovrai dare ad essa una descrizione. Se per esempio il tuo hotel di Verona ha la piscina e decidi di mettere una foto che la rappresenti, allora il tag alt che devi inserire potrebbe essere proprio *alt="piscina hotel verona"*.

*Ma perchè è tanto importante mettere questo elemento?*

1. **Google immagini**. Sicuramente sai che quando fai una ricerca su Google c’è anche la possibilità di andare a vedere quali risultati compaiono per la stessa ricerca nella parte delle immagini. Attraverso il tag alt hai la possibilità di far trovare le foto del tuo hotel. Ecco perchè è importante l’ottimizzazione delle immagini, perchè anche queste fanno parte del **posizionamento sui motori di ricerca per una specifica parola chiave**.

2. Altro aspetto importante da considerare, è che la descrizione dell'immagine può andare a sofferire ad una eventuale mancanza di caricamento della stessa da parte del server o altro. Ti sarà capitato infatti di trovare alcuni siti in cui ci sono dei grandi spazi bianchi. Spesso questo è dovuto al fatto che in quel punto **non si è caricata un'immagine**. Lo stesso potrebbe capitare sul tuo sito, ma avendo inserito il tag alt, l'utente potrebbe leggere il testo, che è sempre meglio di uno spazio bianco.

Cosa non devi fare?

**Non abusare della descrizione.** Non cercare di fare il furbo andando ad inserire un tag alt di questo tipo: alt="hotel verona, verona hotel, hotels verona, vacanza verona". Scordati una cosa del genere! I motori di ricerca, Google soprattutto, ha degli ottimi filtri per capire che quello che stai facendo non è corretto quanto piuttosto giudicabile come **spam**.

Fai le cose con naturalezza. Come più spesso ho detto, il modo migliore per avere un buon risultato sui mdr (=motori di ricerca) è quello di **ottimizzare il proprio sito nel modo più lineare e coerente possibile**.

Bene, non ti rimane che controllare se hai già inserito il tag alt nelle immagini del tuo sito. Qualora mancasse non dimenticarti di rimediare.

## 8. Il nome File e il nome Cartella nella URL di un sito web

Come puoi **personalizzare il nome del File e della Cartella sul tuo sito web?**



Ti starai chiedendo: *cosa intendi esattamente per nome file o cartella?*

Per file o cartella non s'intende altro che il nome che si decide di dare alla propria URL. Mi spiego meglio e per farlo utilizzo un esempio legato all'ambito turistico.

Quando parlo di **URL + nome file/cartella** intendo una cosa di questo tipo:

<http://www.dominiohotel.it/offerte-vacanza/famiglia>  
<http://www.dominiohotel.it/offerte-vacanza/comitive>

o ancora

<http://www.dominiohotel.it/vacanza-mare/offerte-famiglie-veneto>

<http://www.dominiohotel.it/vacanza-mare/offerte-bambini-veneto>

Negli esempi che ho fatto il nome cartella o file è la parte che ho evidenziato in arancione. Dentro questa pagina del sito saranno presenti due link che mandano rispettivamente alle pagine “famiglia” e “comitive” per il primo caso; “offerte famiglie veneto” e “offerte bambini veneto” nel secondo caso. Questa è una **URL ottimizzata**.

Perchè?

Come puoi ben notare, il nome cartella che ho utilizzato ha un preciso scopo: identifica ciò di cui parla la pagina del mio sito, ma soprattutto ha uno scopo dal punto di vista del **posizionamento sui motori di ricerca**. Gli spider (= sono robot automatici che visitano le url dei siti web), gradiscono particolarmente una strutturazione di questo tipo.

Per te inoltre, potrebbe diventare più facile posizionare sui motori di ricerca una pagina del sito per la keyword “vacanza mare” o per qualcosa di ancora più specifico e inerente con la tua **promozione alberghiera**.

Ma come sempre devi essere attento e non cercare di fare il furbo. Le url vanno strutturare **con criterio**. Non esagerare con la lunghezza dell'url e soprattutto **non ripetere continuamente la parola chiave** che ti interessa. Ecco un esempio di url non propriamente corretta:

<http://www.dominiohotel.it/vacanza-mare-per-famiglie/offerte-vacanza-famiglie>

Come puoi notare la ripetizione della keyword “vacanza + famiglie” non ha molto senso e l'indirizzo web diventa piuttosto lungo.

**Meglio usare il Trattino “vacanza-mare” oppure l'Underscore “vacanza\_mare”?**

Io sono per il trattino. Però tra i due c'è una differenza che **non influisce minimamente sul posizionamento** di una pagina, ma solo sull'indicizzazione:

con il trattino le parole che vengono separate sono viste dai motori di ricerca come due parole differenti, mentre con l'underscore i motori vedono le due parole come una unica.

## 9. Ottimizzazione pagina web di un sito. Un SEO esempio.

Fino adesso ho cercato di sviluppare una serie di argomenti che potessero tornare utili per i siti istituzionali di qualsiasi struttura alberghiera. Diversi post che riguardano sostanzialmente gli elementi principali da tenere conto per l'ottimizzazione del proprio sito web. Renderlo idoneo per i motori di ricerca.

I vari post, per quanto possibile, ho cercato di pubblicarli in una forma più semplice e chiara possibile.



Con questo articolo voglio riassumere tutti quegli argomenti con un esempio pratico, riportando qui di seguito come deve essere e come viene visualizzata una **pagina web completamente ottimizzata per i motori**.

Tre piccole premesse devo farle:

1. quello che leggerai mette in mostra quello che sta sotto alla pagina di un sito web, il famoso codice sorgente. Il codice di programmazione che i webmaster vanno a “ritoccare” per ottimizzare il sito.
2. le parti di codice le evidenzierò in nero grassetto. Sono quelli gli elementi che devi tenere presente e che non possono mancare in una pagina web ottimizzata.
3. l'esempio che farò è puramente casuale. Scriverò un'ipotetica pagina offerte di un'altrettanto ipotetico hotel di Verona.

**<html>**

**<title>**Hotel Verona – Offerte Vacanze centro storico Verona**</title>**

**<meta name="description" content="Prenota la tua vacanza romantica a Verona. Offerte di soggiorno imperdibili in hotel nel centro storico di Verona. Prenota online il pacchetto vacanza">**

**<meta name="keywords" content="offerte hotel verona, offerta hotel verona, offerte vacanze hotel, offerta vacanza verona, pacchetti vacanze hotel verona">**

**<body>**

**<h1>**Offerte Hotel Verona nel cuore del centro storico**</h1>**

**<h2>**Prenota il tuo soggiorno a Verona per una vacanza che difficilmente dimenticherai.**</h2>**

**<p>**

Se non hai idea di dove poter trascorrere le tue prossime vacanze, non lasciarti sfuggire questa **<strong>**occasione**</strong>**!

**<strong>**Offerte**</strong>** per coppie, famiglie e comitive nel nostro hotel.

Scopri tutte le nostre offerte e **<a href="http://www.hotel-verona.it/offerte-verona-hotel" title="offerte hotel verona">**prenota subito online**</a>**.

Saremo lieti di ospitarti presso la nostra struttura!

Lo Staff

**<i>**Hotel Verona**</i>**

**</p>**

**</body>**

**</html>**

*Vuoi scoprire quale sarebbe il risultato di tutto questo?*

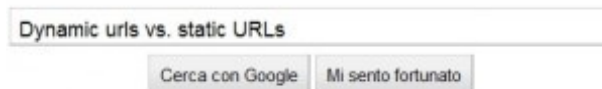
Visita [questa pagina esempio di ottimizzazione Seo](#) e vedrai il risultato!

Una volta che l'aprirai ti invito a fare una controprova e vedere il codice sorgente della pagina ottimizzata.

## 10. Le URL dinamiche e URL statiche di un sito web

Sul tuo sito web, affinché sia ben ottimizzato, devi tenere conto di un altro aspetto importante: le **URL statiche**.

*Ma che cos'è esattamente una URL statica?*



Per spiegarti cos'è devo accennarti anche che cosa sono le URL dinamiche.

Senza usare parole e termini tecnici ti faccio due esempi:

- **url dinamica:** <http://www.danilopontone.it/seohotel.php?id=17>
- **url statica:** <http://www.danilopontone.it/seo-hotel/le-url-dinamiche-e-url-statiche-di-un-sito-web>

Come puoi notare nel primo caso c'è un valore "id=17" che indica esattamente il numero del post del mio blog. Nel secondo caso invece la **url statica indica il corretto titolo** del post.

Naturalmente sono qui a dirti che è importante avere un sito e le sue pagine con url del secondo tipo, anche se i motori di ricerca non hanno particolari difficoltà ad indicizzare le pagine del primo tipo. Dato che molti pensano sempre a Google, è proprio lui che dice di non aver problemi nell'indicizzazione di queste pagine: [leggi qui](#). Non ti nascondo però che sarebbe meglio far trovare ai motori di ricerca sempre URL statiche. Ecco perchè:

1. Nella url statica, come puoi vedere nell'esempio che ho fatto, hai la possibilità di **inserire parole chiave per aiutare il tuo posizionamento**. E' un pò come il discorso che avevo già fatto per il [nome cartella](#).
2. Quando l'utente capita sulla tua pagina potrebbe dare uno sguardo all'indirizzo che compare. Secondo te per lui sarebbe di più semplice memorizzazione una url dinamica o una statica (di senso compiuto)?
3. Prima ti ho detto che proprio Google non ha problemi con le url dinamiche, però ci sono tanti altri motori di ricerca che hanno alcune difficoltà. Ok che Google è quello più importante, però non dimentichiamoci di Yahoo, il nuovo Bing e altri...

Voglio precisarti una cosa. Se hai un sito che presenta numerose pagine con url dinamiche, non vuol dire che devi trasformarle tutte in statiche (anche se sarebbe meglio). Quanto meno però cerca di **rendere statiche le pagine più importanti del tuo sito**.

E ora che ti ho spiegato qual è la differenza tra questi due tipi di url, ti starai chiedendo: come faccio a rendere una url dinamica → statica?

Per questo ci sarà spazio in un altro post!

Per il momento rifletti su quanto detto e controlla che tipi di url presenta il tuo sito :-)

## 11. Da URL dinamiche a URL statiche con URL Rewriting!

Non farti spaventare dal titolo del post! :-)

Nell'articolo precedente hai capito che cosa sono le URL statiche e URL dinamiche.

Sono quelle **statiche che possono fare la differenza per il tuo sito web**. Ti avevo spiegato a cosa servono e perchè è opportuno utilizzarle.



Ti avevo però lasciato con una domanda: *come faccio a rendere una url dinamica → statica?*

Puoi farlo con l'URL Rewriting che letteralmente vuol dire riscrittura dell'url. Quindi se il tuo sito presenta una url di questo tipo:

`http://www.danilopontone.it/seohotel.php?id=18` (url dinamica)

dovrà essere riscritta attraverso l'URL Rewriting in questo modo:

`http://www.danilopontone.it/seohotel/da-url-dinamiche-a-url-statiche-con-url-rewriting` (url statica)

Voglio essere sincero, e dirti subito che appurata l'importanza di avere url statiche e quindi pulite sul proprio sito web, mi riesce un pò difficile spiegarti la tecnica di riscrittura.

Come ben sai sul mio blog Hotel 2.0 voglio evitare tecnicismi, proprio per far sì che tutti possano capire di più alcuni aspetti del Seo. Ma in questo caso i tecnicismi non si possono evitare perchè entrano in ballo considerazioni di programmazione web. Dovrei parlarti di *database, server, mod rewrite di apache, isapi\_rewrite IIS* etc. Ci hai capito qualcosa? :-)

A questo punto, dato che per me non avrebbe senso mettermi a scrivere come si fa, sicuro che faresti fatica a comprendere, mi limito a dirti 3 cose importanti:

1. L'Url Rewriting è una cosa importante per il tuo sito. **Verifica di avere url statiche.**
2. Se ti accorgi di avere url dinamiche e non statiche, utilizza l'url rewriting ma...per farlo **CHIEDI AIUTO AL TUO WEBMASTER** di fiducia. Non pensare di farlo da solo se sai di non avere le competenze.
3. **Consulta questa [Guida sull'Url Rewriting](#)** per far leggere al tuo webmaster come si riscrivono le url.

Questo credo che per chi ha poche competenze Seo, sia l'argomento più complesso. Spero che tu riesca comunque a capirne il senso e l'utilità.

*The End*



Con questo è tutto. Spero di averti chiarito almeno alcuni aspetti essenziali dell'ottimizzazione di un sito web per i motori di ricerca.

Il prossimo documento che vorrei realizzare riguarda la **link popularity**. Quando avrò affrontato e ampliato il discorso raccoglierò su un PDF tutto il materiale pubblicato sul blog proprio come ho fatto per questo Mini corso SEO di ottimizzazione.

Ti invito nuovamente a lasciarmi un tuo feedback o a farmi le tue domande per curiosità o dubbi. Puoi scrivermi e commentare entrando direttamente nel post di riferimento di ciascun argomento trattato:

12. [C'è il "Title" sul sito della tua struttura ricettiva?](#)
13. ["Description" sul sito di una struttura alberghiera](#)
14. [Meta name "Keywords" sul sito delle strutture alberghiere](#)
15. [Il tag "body" e l'ottimizzazione del testo delle pagine](#)
16. [Come usare l'anchor text sul sito di una struttura ricettiva](#)
17. [Ottimizzare un testo: corsivo, grassetto e sottolineato](#)
18. [Ottimizzazione immagini. Come e perchè usare il tag "Alt"](#)
19. [Il nome File e il nome Cartella nella URL di un sito web](#)
20. [Ottimizzazione pagina web di un sito. Un SEO esempio.](#)
21. [Le URL dinamiche e URL statiche di un sito web](#)
22. [Da URL dinamiche a URL statiche con URL Rewriting!](#)

Autore documento:  
**Danilo Pontone**

Tutti i lettori sono liberi di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare quest'opera attenendosi sempre alle condizioni presentate alla seguente pagina:  
[Licenza Creative Commons](#)

