

Importanza dei Link nel posizionamento di un sito

Tre parametri fondamentali per chi vuole aumentare la popolarità di un sito con i link.

Il numero dei link ad un sito è **lo storico parametro** utilizzato da google per classificarlo. Nel tempo **l'algoritmo di google** si è evoluto imparando a riconoscere **la qualità dei link** ed a considerare parametri di contorno come il **testo di prossimità** o, ultimamente pare, **il testo presente sul bannerino** che linka.

Il Page Rank

Lo storico parametro del PR (**Page Rank**) che da tempo ha ormai perso significato, era calcolato proprio sulla base **della numerosità dei link** che una pagina aveva ottenuto.

In ogni caso, più link un sito otterrà da siti autorevoli e tematicamente correlati e **miglior andrà** sui risultati delle ricerche di google.

Ci sono due tipi di link: quelli artificiali e quelli spontanei.

I primi sono generati da noi in **modo forzato** per cercare di manipolare i risultati delle ricerche di google. Quelli spontanei invece vengono **volontariamente inseriti** sui siti da webmaster che apprezzano il nostro contenuto.

Google **preferisce i link spontanei**. Anzi, possiamo dire che il gigante di Mountain View stà sempre di più affilando le armi per **difendersi dai link spam**, ovvero dalle linkbuilding costruite in modo artificiale.

Quindi aspettiamoci **già in un prossimo futuro**, che i link artificiali vengano **ulteriormente penalizzati**, e lavoriamo per migliorare la capacità dei nostri siti di **raccogliere link spontanei**.

Per farlo dobbiamo **diventare creativi** e cercare di inventare contenuti interessanti, corredarli da citazioni rilevanti e credibili, e magari da immagini originali scelte con cura per illustrarli.

Giorgio Taverniti dice: *“ma dopo che uno ha scritto 2 3 400 articoli dalle classiche 300 parole non si sente un po' inutile ad andare a spammarli a destra e sinistra?”*

I tre parametri del futuro

Nel prossimo futuro saranno importanti tre parametri per la valutazione dei link che un sito riceve:

1. **La Cliccabilità del link**
(ovvero probabilità che il link venga effettivamente cliccato dalle persone)

2. Il **titolo della pagina** che lo contiene (ovvero la corrispondenza tra il tema della pagina che linka e quello della pagina che riceve il link)
3. L'attributo **NOFOLLOW** associato al link.
(non aspettate l'ira di google: sterilizzate mentre siete in tempo!)

Linkare fuori è utile!

Ultima considerazione è legata al modo con il quale scriviamo i nostri **testi** e le nostre **citazioni**.

Linkare altri siti, quando sono **rilevanti e correlati** all'argomento che stiamo trattando è **utilissimo** ai nostri visitatori e contribuisce a **migliorare la valutazione** che la nostra pagina da parte di google.

Se nei testi scritti, inserire citazioni ad altre pubblicazioni contribuisce a renderli più credibili e documentati, così accade per le pagine web.

Vincete quindi la paura che i link esterni vi facciano perdere i visitatori poiché attraverso essi possono uscire dal vostro sito. Se la vostra pagina è interessante davvero, **chi esce ritornerà!**

Cosa è un link?

<https://it.wikipedia.org/wiki/Link>

Stefano Torre

(22.09.16)

