

LABORATORIO GIORNALISMO DIGITALE/ 13. Esercitazione modello Instagram/ Search Engine Optimization

Esercitazione:

Pezzo di tre minuti in video modello Will_ita - (testata su Instagram) su prossime elezioni a Roma- tre minuti

Elezioni sindaco Roma

Situazione politica

Problemi da affrontare rifiuti/trasporti/traffico

Giudizio su sindaco in carica/ confronto programma-realizzazioni

Un nome di alto livello per la capitale

Nessuno vuole farlo

Decisioni legate ad alleanza Pd-5 Stelle, nel Paese e alla Regione

Ballottaggio

Il candidato del centro destra

Fatti non opinioni

SEO

Ottimizzazione sui motori di ricerca: tecniche e strategie che permettono di posizionarsi bene per parole chiave (keyword) sui motori di ricerca

Secondo una ricerca dell'American Press Institute, i millenials trovano le notizie più spesso sui social network, ma quando vogliono approfondire cercano sui motori di ricerca (lo fa il 57 per cento dei millenials americani)

I lettori che provengono dai motori di ricerca vengono definiti, negli strumenti di analisi digitale, "lettori organici". Se trovano quel che

cercano sui siti potrebbero decidere di navigarli in profondità, metterli fra i preferiti. Un giorno potrebbero essere disposti a pagare per sostenere il progetto.

Google è il motore di ricerca visitato da una quota fra il 70 e il 90 per cento degli utenti del web.

Google non considera più soltanto le parole chiave, ma anche le operazioni compiute su un sito dagli utenti, il tempo di utilizzo, il loro comportamento, la corrispondenza di profili social.

E l'”antichità” del sito, la sua reputazione, la quantità di pubblicità inserita, la velocità e facilità di navigazione

Tutti parametri che vanno in direzione di una migliore esperienza per l'utente

Google vuole la soddisfazione dell'utente, perché questo favorisce la vendita di pubblicità e in generale il business di Google

Google vuole indirizzare verso il miglior sito per migliorare il suo business

I primi segnali di ranking su Google sono:

Il contenuto

La convenienza propria di Google

Pagerank, valore assegnato da Google a ogni pagina web, che misura il livello di popolarità

Page Rank letteralmente sta per *classifica delle pagine*. È un valore che va **da 0 a 10** che **Google** assegna ad ogni pagina Web (e non al sito nel suo complesso) in base ad un complesso algoritmo e che, nelle intenzioni di Google, serve a definire **il livello di popolarità della**

pagina. Una pagina con Page Rank alto è quella che riceverà un alto numero di link da altre pagine, ma soprattutto da pagine a loro volta con un buon Page Rank. Questo, nelle intenzioni originarie di Google, serviva e serve per valorizzare quelle pagine Web che ottengono interesse, quindi link, da altre pagine popolari.

Google fa di tutto affinché i link non possano essere acquisiti artificialmente o pagando.

Sei non può trasformare contenuti scadenti in buoni. Prima della Seo vengono gli interessi dei lettori

Guida Seo di google

Keyword research

Ottimizzare il sito web per i motori di ricerca- I consigli di Google

Come aiutare Google a comprendere il tuo sito e gli utenti giusti a trovarlo.

Google non accetta pagamenti per migliorare il ranking dei siti web, né lo migliora se i proprietari fanno pubblicità su Google.

Fornisci informazioni dettagliate. Usa titoli precisi e descrittivi per le pagine del tuo sito. Ti consigliamo di inserire argomenti, prodotti o servizi diversi in pagine diverse, un argomento (o una serie di contenuti strettamente correlati) per pagina.

Fornisci informazioni esaustive. Menziona tutto ciò che puoi offrire. Google è intelligente, ma non può indovinare ciò che non dici.

Presenta contenuti aggiornati. Aggiorna i contenuti in base alle stagioni, alle tendenze o alle nuove offerte.

Usa il testo. Non inserire i contenuti del sito o i titoli delle pagine soltanto in immagini, video, animazioni o in altri formati non testuali che Google non rileva con la stessa facilità dei testi. Se usi

un'immagine per il nome del sito, includi il nome anche nel testo della pagina.

Creati dei referral. Fai in modo che il tuo sito venga menzionato in utili risorse online. Cerca di ottenere l'inclusione nei siti di notizie locali o all'interno di altre risorse adeguate.

Vuoi che il tuo sito migliori, ma non hai tempo? Se pensi che al tuo sito serva più aiuto di quello che puoi offrire tu, valuta di [assumere un professionista](#).

SERP, prima pagina di Google

Offre risultati organici

Risultati dalle notizie (Google news)

Risultati a pagamento (etichetta gialla)

Numero risultati trovati

immagini, video, shopping, mappe, libri, app

Serp diversa secondo il device

Google modella i risultati delle ricerche sulla base delle nostre precedenti ricerche e sulla geolocalizzazione

Algoritmo di google

Ogni anno google lo cambia 5/600 volte, quasi due volte al giorno

Search engine land, contenitore che evidenzia i principali elementi che favoriscono buoni posizionamenti:

CONTENUTI

Le pagine sono ben scritte e hanno contenuti di sostanziale qualità?

Hai cercato le parole che le persone potrebbero usare per trovare i tuoi contenuti?

Le tue pagine usano parole e frasi per le quali vorresti che fossero trovate?

Le pagine sono aggiornate e relative a contenuti “caldi”?

Hai immagini, argomenti locali, notizie, video o altri contenuti verticali?

I tuoi contenuti si possono vedere come risposte dirette nei risultati di ricerca?

ARCHITETTURA

I motori di ricerca possono navigare facilmente fra le pagine del tuo sito?

Il tuo sito funziona bene per la navigazione in mobilità?

Il tuo sito si carica velocemente?

HTML

Titoli e sottotitoli contengono parole chiave rilevanti?

Usi in maniera eccessiva parole per le quali vorresti che le tue pagine fossero trovate?

I colori o il design delle tue pagine contengono parole nascoste per le quali vorresti che le tue pagine fossero trovate?

FATTORI OFF THE PAGES

FIDUCIA

I link, le condivisioni e altri fattori fanno del tuo sito un contenitore autorevole?

I tuoi lettori passano parecchio tempo leggendo o “rimbalzano” via velocemente?

Il tuo sito e il tuo dominio sono operativi da tempo e sempre nello stesso modo?

Il tuo sito consente di verificare facilmente la propria identità e quella dei suoi autori?

Il tuo sito è stato mai segnalato per aver ospitato contenuti piratati?

I tuoi contenuti hanno contenuti pubblicitari pesanti?

LINK

I link che arrivano al tuo sito provengono da siti rispettati, di qualità, autorevoli?

I link che puntano alle tue pagine usano parole per le quali spera di essere trovato?

Hai mai comprato link sperando di migliorare il tuo posizionamento?

Hai mai creato percorsi di link da siti o blog o altri contenitori "spam"?

PERSONALIZZAZIONE

Nazionalità dei visitatori

Geolocalizzazione dei visitatori

Persone che visitano il tuo sito regolarmente e/o lo hanno condiviso sui social

SOCIAL

Persone rispettate sui social network condividono i tuoi contenuti?

Quante condivisioni hanno i tuoi contenuti sui social network?

Ricerche basate sulle 5 w: chi, come, cosa, quando, perché)

Completamento automatico: mostra una serie di suggerimenti che ampliano la o le parole chiave inserite nella barra di ricerca (attraverso un algoritmo)

ricerche correlate: in fondo alla pagina, keyword semanticamente o tematicamente affini. Servono a raffinare la ricerca e ad eliminare parole chiave troppo comuni, al fine del posizionamento. Coda lunga.

Si può scegliere di posizionarsi con parole chiave generiche, dove c'è più concorrenza. Oppure stringere il campo e avere meno concorrenza.

Ubersuggest: consente di inserire una keyword, decidere per quale nazione si voglia effettuare l'analisi e per quale sezione di ricerca (web, immagini, shopping, youtube o news) e ottenere un elenco sostanzioso di parole chiave correlate, in ordine alfabetico.

Answer the public: abbinamenti a parole chiave, anche visuali

Google suggest tool free: si cerca parola e si batte uno spazio suggerisce associazioni della parola ricercata. Ci suggerisce cosa è stato cercato dalla maggioranza degli utenti. Esempio: se digito "elezioni regionali 2020, Google mi suggerisce "come votare": vuol dire che molte persone hanno posto di recente questo quesito. Suggerimenti di parole chiave collegate alla parola chiave da noi ricercata. Esempio: digito "elezioni 2020" e mi associa "come votare", perché molte persone hanno cercato "come votare".
Navigare in modalità incognita o privata, altrimenti la funzione terrà conto delle mie precedenti ricerche.

Google trends:

tendenze

Un anno di ricerche

chiavi di ricerca di tendenza su Google

Google Search console: sapere cosa le persone cercano, leggere le parole chiave di atterraggio che digitano i lettori dei siti
Informazioni su posizione media su Google, numero di impressioni (numero di volte in cui alle persone che hanno digitato quella keyword su Google è apparso il nostro sito), click (numero di volte che le

persone hanno cliccato e sono arrivate sul nostro sito), ctr (click through rate, rapporto fra quantità di click e impressioni, in percentuale).

Google knowledge graph (ricerca accurata)

Google discover: ti invia contenuti in base alla storia delle tue navigazioni

Black hat (cappello nero dei cattivi dei western): utilizzo non corretto di Seo. Riempire di parole chiavi un sito (anche in maniera non visibile alle persone, scrivendo bianco su bianco; scrivere ripetendo ossessivamente le parole chiave in maniera “bruta” (stuffing), utilizzare circuiti di link che servono a linkare da più fonti i propri per aumentare il ranking, creare pagine esclusivamente per i motori di ricerca (cloaking), linkare pagine concorrenti da pagine spazzatura

Antichità del sito

reputazione

facilità

navigazione

pubblicità

semrush.com

seozoom.it

Aiutano i creatori di contenuti a trovare argomenti da trattare nel sito o ad ottimizzare i contenuti già presenti, per guadagnare posizione nelle ricerche di Google

Scrivere per il lettore, dare informazioni, aggiornare. Se un contenuto funziona per il lettore, diventa un buon contenuto in ottica Sei
Scrivere anche per i motori di ricerca: se un contenuto serve ai lettori, ha buone possibilità di essere premiato dai motori di ricerca
Attacco semplice e parole chiave: nei primi due paragrafi tutte le informazioni d'interesse per il lettore

Titoli e titoli dei paragrafi: usare le parole chiave

Grassetti

Link: piace a google che si linkino le fonti della concorrenza, che si riconosca la paternità delle informazioni

Come si fanno

Wysiwig

WYSIWYG è l'acronimo che sta per l'inglese What You See Is What You Get. Il termine è proprio del campo dell'informatica ed ha sostanzialmente tre significati. Il primo significato si riferisce al problema di ottenere sulla carta del **testo e/o **immagini** che abbiano una disposizione **grafica** equivalente a quella visualizzata sullo **schermo** del pc**

Word press yoast: si scrive un pezzo, si imposta la keyword per la quale si vuole verificare la possibilità di posizionarsi e il plugin fornisce un responso semaforico:

verde, tutto bene

giallo, qualcosa da sistemare

rosso, errori che potrebbero compromettere il posizionamento.

Seo non è una gara di posizionamento di un sito, data una lista di keyword.

Non è un modo per fare traffico facile sul proprio sito

Non è fatta di trucchi, casomai è una tecnica e una strategia

Quando mi interessa un argomento o ho bisogno di informazioni faccio una ricerca su Google. Google funziona bene se riesce a interpretare correttamente la mia intenzione e a dare i migliori risultati possibili. Quindi nella migliore accezione, la Seo è uno strumento relazionale, serve per porre in collegamento i miei contenuti con i miei lettori, sfruttando i motori di ricerca.

quindi: quali contenuti sono in grado di produrre? Per quali lettori?

Come posso scrivere e organizzare i miei contenuti in modo che rispondano ai bisogni istantanei dei lettori che voglio portare sul mio sito?

Imparare a trovare le keyword significa fare una ricerca di mercato per scoprire cosa interessa davvero ai miei lettori .

Imparare a fare Seo vuol dire imparare a capire come i miei lettori potenziali cercano su Google gli argomenti di cui mi occupo.

PER RIFLETTERE

Rolf Dobelli, autore di libri e uomo d'affari svizzero ha scritto "Smetti di leggere notizie"

Dobelli sostiene che:

non bisogna consumare notizie in generale, perché non aiutano davvero a comprendere meglio il mondo

E' solo intrattenimento

C'è una differenza fra informazione e news. L'informazione è neutrale, a volte noiosa. Le news più girano più la pubblicità paga. Spingono verso il sensazionale, ciò che è colorito, che è vivace. Frullano per attirare i lettori, i click, le visualizzazioni, i commenti.

Il consumo di tutte queste notizie mi aiuta a prendere decisioni migliori per la mia vita, per la mia famiglia, per mia carriera, per la mia comunità?

Si deve definire la propria cerchia di competenze. Ognuno ha due o tre aree tematiche.

E consumare notizie su quelle

Bisogna essere bravi a fare quel che si fa e si sa fare, cercare di essere i migliori

Non serve a niente consumare news che non rafforzino la tua cerchia di competenze.

a meno che tu non voglia intrattenimento.

Un ruolo possono averlo i media iper-locali

Oppure le inchieste tipo Watergate. Articoli che escono a distanza fra uno e l'altro, più saggi che articoli

Il giornalismo è un mestiere che va fatto dopo i 30-35 anni, una volta che hai imparato bene qualcosa.

Il 99,999 per cento delle news è completamente inutile. Ti vendono il nuovo come se fosse rilevante. E' rilevante ciò che fa parte della tua cerchia di competenze, della tua vita privata professionale, della tua città, della tua comunità, della tua famiglia

Le news sono ingannevoli, si basano sullo shock

Le news sono irrilevanti

Le news limitano la comprensione, bolle che scoppiano sulla superficie di un mondo più complesso

Le news mettono sotto stress cervello e corpo

Le news alimentano errori cognitivi e pregiudizi

Inibiscono il pensiero

Generano dipendenza

Separano la relazione tra reputazione e successo, danno maggiore importanza alla notorietà momentanea piuttosto che a coloro che contribuiscono in maniera sostanziale a ciò che accade nella società

Meno del 10 per cento sono originali, l'1 per cento sono investigative

I resoconti dei fatti a volte sono sbagliati, le previsioni lo sono sempre

Le news sono manipolatorie, per come sono selezionate, gerarchizzate, a volte determinate dall'industria delle pubbliche relazioni

Le news ci rendono passivi (nella maggior parte dei casi riguardano cose che non possiamo cambiare in nessun modo)

Le news ci illudono che teniamo alle cose

Sostanza finale:

“La società ha bisogno del giornalismo, ma di un giornalismo diverso. Il giornalismo investigativo è rilevante, nella società. Abbiamo bisogno di giornalisti che scavino e raccontino storie significative. Abbiamo bisogno di giornalisti che vigilino sulla nostra società, che scoprano la verità”.

Beatrice Brogli (Slow News)

Dopo trenta giorni di distanza da qualunque forma di *news* (anche se alcune mi sono comunque giunte all'orecchio), ho capito perché per me il metodo Dobelli non possa funzionare. Di fatto, il regime che propone

ha la pretesa di essere valido per tutti. Ma non esiste una dieta universale, né per il corpo, né per la mente.

«A distanza di quasi una settimana dall'inizio dell'esperimento ecco cosa ho capito: non sono “dipendente” dalle *news*. Mi dispiace solo non conoscere ciò che sta accadendo attorno a me. E non perché abbia il desiderio di essere parte di chissà quale vortice, ma perché proprio sono curiosa di capire ciò che succede nel mondo e poi, nel caso, approfondire».

Io, qui, ho il mio dato. E no, non mi sento di dire che questa previsione sia corretta. Perché se *media* e *social network* possono avere la pretesa di condizionarmi, sono poi io a indicare la via. È proprio quel «pizzico di forza di volontà» che fa la differenza. Ecco quindi cosa mi è mancato: non potere leggere quotidiani o siti di *news* solo perché mi andava di farlo, partendo da appigli anche di una sola riga per potere andare oltre, scavare, trovare ciò che mi piaceva e seguire quella strada.

Da qui, dalla serenità della lettura di “tutto un po'”, deriva secondo me la migliore comprensione del mondo. Perché solo avendo a disposizione una pluralità di informazioni si ha la possibilità di scegliere cosa approfondire.

Forse ciò che ci si deve chiedere prima di potere aderire o controbattere alla posizione di Dobelli è quale sia il valore, ruolo e significato da attribuire al giornalismo. Per me il giornalismo di qualità è soprattutto comprensione di quelle dinamiche politiche, economiche e sociali che creano la società in cui viviamo. Il compito del buon giornalista è dunque sì quello di comprendere le cause, ma più come risposta a problemi concreti che come ipotesi o previsione creata a priori. Un obiettivo che richiede non solo studio, ma soprattutto osservazione. Come dice Rob Winberg: «non si può prescindere dal senso degli eventi». Senza osservare ciò che accade attorno a sé –

quello che sopra ho definito con «la lettura di tutto un po'» – viene eliminato il momento di primo impatto con la realtà. Ed è forse difficile potere seguire la pista giusta se ci si limita a lavorare per congetture in attesa che un certo episodio confermi la nostra supposizione.

Mi riferisco alla possibilità di fare comprendere a chiunque la realtà circostante. Educare come “informare”, informare come “dare gli strumenti”. Per fare ciò, ci vuole impegno da parte di chi produce le notizie: è necessario essere prima di tutto giornalisti educati e consapevoli, credendo in un modello di informazione che si basi su notizie semplici, chiare, complete, imparziali e accessibili a tutti. La richiesta è quella di un impegno continuo e di forte dedizione, fattori che rendono la professione del giornalista – contrariamente a quanto si potrebbe pensare – non adatta a chiunque.