

WEB MARKETING CODE by scamurra.it

www.scamurra.it

info@scamurra.it

Livello: principiante

CAPITOLO 1 "INTRODUZIONE"

CAPITOLO 2 "L'IMPORTANZA DEI CONTENUTI"

CAPITOLO 3 "UN PO' DI <HTML>"

CAPITOLO 4 "PULIZIA DEL CODICE"

CAPITOLO 5 "GESTIONE IMMAGGINI"

CAPITOLO 6 "CONCLUSIONI"

CAPITOLO 1 "INTRODUZIONE"

Questa guida affronta la tematica del Web Marketing fornendo le nozioni fondamentali di ottimizzazione del codice HTML e l'uso appropriato dei META-TAGS (mai sentiti? C'è un capitolo dedicato, tranquilli) .

L'argomento trattato è la base del Web Marketing, per cui risulta di facile comprensione.

Non bisogna essere programmatori per fare Web Marketing, risulta però utile avere un minimo di conoscenza del linguaggio HTML.

CAPITOLO 2 "L'IMPORTANZA DEI CONTENUTI"

Prima di affrontare l'analisi del codice HTML è doveroso dedicare qualche riga ai CONTENUTI.

Non si può fare Web Marketing se non si dedica una buona parte del vostro tempo a studiare i contenuti del vostro sito web! La forma, l'attinenza, le parole che usate, la lunghezza dei testi è tutto fondamentale!

Ma che criterio bisogna usare per scrivere dei buoni contenuti?

Queste sono le regole base da seguire:

1. Essere chiari e sintetici senza "caricare il testo" delle vostre parole-chiave.
2. Utilizzate titoli mirati e accattivanti.
3. Cercate di dare una certa discontinuità alla struttura della vostra pagina al fine di renderne più gradevole la lettura (utilizzo di grassetti, elenchi, immagini).
4. Mantenete sempre l'attinenza Sito Web >> Titolo >> Contenuti
5. Usate i link in maniera appropriata in modo da creare percorsi tematici che valorizzino i contenuti stessi delle vostre pagine: ricordate ATTINENZA!

ESEMPIO 1.1

Corretto	Non corretto
<p>Il Web Marketing – Come fare Web Marketing Semplicemente è il Marketing nel mondo di Internet. Lo scopo del Web Marketing è quello di studiare il mercato e sviluppare rapporti di tipo commerciale collaborativi.</p> <p>Una consulenza professionale di Web Marketing richiede lo studio approfondito di un sito web e successivamente la pianificazione delle strategie da seguire.</p> <p>La prima fase prevede l'ottimizzazione del codice e lo studio dei contenuti, al fine di valorizzare gli argomenti trattati.</p>	<p>Il Web Marketing Semplicemente è il Marketing nel mondo di Internet. Lo scopo di questa attività è quello di studiare il mercato e sviluppare rapporti di tipo commerciale collaborativi. Una consulenza professionale di Web Marketing richiede lo studio approfondito di un sito web e successivamente la pianificazione delle strategie da seguire. La prima fase prevede l'ottimizzazione del codice e lo studio dei contenuti, al fine di valorizzare gli argomenti trattati. Chi si occupa di web marketing è generalmente il web master, nei siti professionali c'è una consulenza da parte di esperti: SEO</p>

Nell'esempio 1.1 **corretto** notiamo un uso appropriato della formattazione e dei contenuti mirati.

Nell'esempio 1.1 **non corretto** notiamo una formattazione poco curata del testo, che di per se presenta maggiori informazioni rispetto al primo, ma una struttura che non invoglia la lettura alla fine penalizza anche i buoni contenuti.

Lo scopo di questo semplice esempio non ha come fine ultimo quello di darvi una nozione di **buon gusto**, ma bensì farvi presente l'ultima è fondamentale regola da seguire per realizzare contenuti buoni:

USATE IL BUON SENSO!

CAPITOLO 3 "UN PO' DI <HTML>"

Come già detto, non bisogna essere dei programmatori per fare Web Marketing, preferisco dare poche ma fondamentali nozioni di codice HTML che ci torneranno utili.

Cominciamo subito analizzando il sorgente di una pagina in HTML standard (molto semplice).

```
1 <HTML>
2   <HEAD>
3     <TITLE>Qui va il titolo</TITLE>
4     <META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="qui va la descrizione">
5     <META NAME="KEYWORDS" CONTENT="qui vanno le parole-chiave">
6   </HEAD>
7   <BODY>
8     <H1>Qui va un breve testo</H1>
9     .....
10  </BODY>
11 </HTML>
```

Comincia con un po' di nomenclatura.

La combinazione caratterizzata da un testo racchiuso tra questi due simboli (< >) viene detto TAG.

Esempio: <TITLE> questo è il TAG **Title**

Procediamo riga per riga analizzando nel dettaglio ogni TAG.

- 1 Il tag HTML è posto generalmente sempre all'inizio di una pagina web e sta ad indicare che al suo interno (nel nostro caso dalla riga 1 alla riga 12) sarà racchiuso del codice HTML.
- 2 Il tag HEAD, tradotto dall'inglese testa, viene messo appunto in testa alla pagina ed, al suo interno, sono racchiuse le prime informazioni che verranno lette dai motori di ricerca. (non è propriamente corretta l'affermazione "lette dai motori di ricerca" ma per adesso mi prendo questa licenza, per facilitare le spiegazioni).
- 3 Il tag TITLE viene mostrato agli utenti che navigano in due situazioni ben diverse:
[Nella parte superiore della pagina.](#)
[Nella visualizzazione dei risultati ottenuti da un Motore di ricerca.](#)
Il suo scopo è di dare all'utente che naviga un'idea sui contenuti del sito che sta visitando, di conseguenza è fondamentale usare un titolo accattivante, attinente e che contenga possibilmente le parole-chiave fondamentali del vostro sito web.
- 4 Il tag DESCRIPTION ha lo stesso comportamento del TITLE per quanto riguarda la sua visualizzazione da parte di chi naviga. Al suo interno viene inserita una breve descrizione del sito web ed, anche qui cercate di inserire in maniera appropriata alcune parole-chiave.
- 5 Il tag KEYWORDS contiene le parole-chiave del vostro sito web. Per parole chiave si intendono quelle parole intorno alle quali ruotano i vostri contenuti.
- 6 Chiude il tag HEAD
- 7 Apre il tag BODY. All'interno di questo tag c'è il sito vero e proprio, ovvero tutti i contenuti del vostro sito web (la loro gestione è generalmente lasciata ai CSS ma non è argomento trattato da questa guida)
- 8 Il tag <H1> viene generalmente utilizzato per introdurre gli argomenti della pagina, è come se fosse un secondo TITLE che va a introdurre in maniera più mirata gli argomenti trattati. Per alcuni esperti di Web Marketing esiste una correlazione tra il TITLE e H1, non esiste un algoritmo ufficiale che dimostri questo, tuttavia vi consiglio di tenerlo presente.
- 9 All'interno del BODY scrivere i nostri contenuti.
- 10 Chiusura del tag BODY
- 11 Chiusura del tag HTML
- 12 **IMPORTANTE!**
Fate un uso corretto di questi strumenti, non forzate nulla!
I motori di ricerca si accorgono di ripetizioni forzate. Faccio un esempio per chiarire.

ES 3.1

SOCIETA' : Generale s.r.l.

SETTORE : Prenotazione voli low cost

USO CORRETTO DEI TAG

```
<TITLE>Voli low cost. Tutti i voli low cost disponibile per te oggi </TITLE>
```

```
<META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="Stai cercando un volo low cost? Prova il nostro sito, troverai tantissime offerte a prezzi vantaggiosi. Cosa aspetti, prenota ora il tuo volo low cost">
```

```
<META NAME="KEYWORDS" CONTENT="voli, low cost, economici, biglietti aerei economici">
```

```
<H1>Le offerte low cost di oggi</H1>
```

CAPITOLO 4 "PULIZIA DEL CODICE"

Anche se l'argomento che tratterò ora si esaurirà velocemente, ho ritenuto opportuno dedicare un capitolo alla "pulizia del codice."

In particolare mi sto riferendo a tutti quei siti che utilizzano alcuni script (frammenti di codice) nel linguaggio JAVASCRIPT. Non essendo questa una guida sul JS (Javascript) mi limiterò semplicemente a dare dei consigli sulla gestione di questi script, che svolgono generalmente una funzione di validazione di una pagina ma non solo.

(ES: Generalmente i form vengono controllati in javascript per verificarne il contenuto)

Consulenza Professionale di Web Marketing a Roma

- ▶ Vuoi un'analisi di Web Marketing sul tuo sito?
- ▶ Vuoi migliorare il posizionamento del tuo sito?
- ▶ Vuoi un riscontro concreto?

ANALISI GRATUITA DI WEB MARKETING

Compila questo modulo e riceverai un'analisi GRATUITA di web marketing del tuo sito web

Inserisci il Tuo Nome *	<input type="text"/>
Inserisci l'indirizzo del Tuo sito Web	<input type="text" value="http://www."/>
Inserisci un tuo recapito telefonico	<input type="text"/>
Inserisci il tuo indirizzo e-mail *	<input type="text"/>

La pagina sul server http://www.scamurra.it riporta:



Inserisci il tuo Nome.

OK

La finestra che vedete al centro ha il compito di notificare all'utente il mancato inserimento del nome all'interno del modulo.

L'uso del Javascript nelle pagine WEB è molto comune, ma la presenza di molte righe di codice potrebbero penalizzare l'indicizzazione.

Vediamo dunque come gestire una pagina web con codice javascript.

PAGINA NON OTTIMIZZATA

```
<HTML>
<HEAD>
  <TITLE>Qui va il titolo</TITLE>
  <META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="qui va la descrizione">
  <META NAME="KEYWORDS" CONTENT="qui vanno le parole-chiave">
  <SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
    document.write("Ciao!");
    alert("Benvenuto sul mio sito!");
  </SCRIPT>
</HEAD>
<BODY>
<H1>Qui va un breve testo</H1>
  .....
</BODY>
</HTML>
```

In questo semplice caso il nostro codice in Javascript lo identifichiamo cercando i tag che lo racchiudono. Le righe occupate dal nostro script sono solo 4, ma generalmente sono molte di più. Script in JS molto lunghi non piacciono molto ai motori di ricerca che indicizzano le vostre pagine, e allora come possiamo fare?

La risposta è semplice, basta inserire il codice javascript in un'altra pagina.

- 1 Selezioniamo e copiamo il codice JS (tag esclusi)

```
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
  document.write("Ciao!");
  alert("Benvenuto sul mio sito!");
</SCRIPT>
```

- 2 Incolliamo il codice su un qualsiasi editor di testo (notepad per esempio)
- 3 Salviamo questo file con estensione **.js**
- 4 Il nome assegnato al file è irrilevante ma evitate parole divise
ES. **script controllo.js** meglio usare **script_controllo.js**
- 5 Una volta creato il file mettetelo nella stessa cartella dove si trova la pagina alla quale avete sottratto il codice JS.
- 6 Ora sostituiamo il codice JS precedente come mostra l'esempio

PAGINA OTTIMIZZATA

```
<HTML>
<HEAD>
  <TITLE>Qui va il titolo</TITLE>
  <META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="qui va la descrizione">
  <META NAME="KEYWORDS" CONTENT="qui vanno le parole-chiave">
  <script type="text/javascript" src="script.js"></script>
</HEAD>
<BODY>
<H1>Qui va un breve testo</H1>
  .....
</BODY>
</HTML>
```

In questo modo sarà irrilevante la grandezza dello script visto che il peso sulla nostra pagina sarà sempre quello di una riga.

Ovviamente il TAG

```
<script type="text/javascript" src="script.js"></script>
```

è riferito all'include di un file javascript con nome `script.js`, se il file ha il nome `codice.js` lo script diventerà:

```
<script type="text/javascript" src="codice.js"></script>
```

Se vuoi approfondire l'argomento ti consiglio di usare qualche guida online dedicata al Javascript.

CAPITOLO 5 “GESTIONE IMMAGINI”

I motori di ricerca hanno sviluppato con il tempo algoritmi in grado di analizzare il testo delle pagine in HTML, leggendo e “capendo” il loro contenuto. Tuttavia non esiste ancora un sistema in grado di analizzare un’immagine.

Vediamo allora come passare l’informazione di un’immagine ad un motore di ricerca.

TAG IMAGE NON OTTIMIZZATO

```

```

TAG OTTIMIZZATO

```

```

Ci sono due accorgimenti fondamentali da avere:

- 1 Dare all’immagine un nome significativo
image.gif è molto vago.
web_marketing_roma.gif è pertinente all’argomento trattato.
- 2 Dentro il **TAG img** possiamo inserire il codice (**alt=“Qui va la descrizione”**) che ci permette di inserire una piccola descrizione dell’immagine.

In questo modo abbiamo associato del testo ad un immagine che verrà letto dai motori di ricerca rafforzando la pertinenza dei contenuti trattati dalle nostre pagine web.

CAPITOLO 6 “CONCLUSIONI”

Spero che tu abbia apprezzato questa guida, gli argomenti trattati sono semplici ma fondamentali per entrare nel mondo del Web Marketing.

Adesso con un po’ di impegno puoi cominciare con la pratica.

Buona fortuna!

SCAMURRA GIOVANNI

info@scamura.it

www.scamura.it