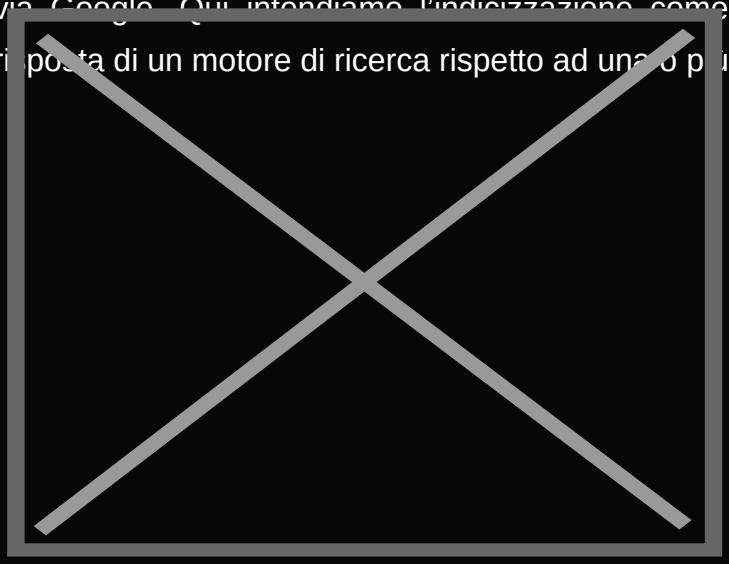
Vocabolario del Bar 2.0 I come Indicizzazione

magnifying-glass-76520-640-f2508c31

“Indicizzazione” è una parola sempre più frequente nell’ambito della comunicazione digitale, in un mondo dove ormai un’attività commerciale, un “brand”, esiste soltanto se è facilmente raggiungibile via Google. Qui intendiamo l’indicizzazione come la presenza di un sito internet nelle pagine di risposta di un motore di ricerca rispetto ad una o più parole chiave.



In parole povere: se cercando su Google “pizzeria forno a legna Torino”- come farebbe ipoteticamente un potenziale cliente – compare il sito web della tua pizzeria, significa che è stato indicizzato dal motore di ricerca rispetto a quella interrogazione. Ovviamente è ben diverso trovarsi in bella vista tra i primi 10 risultati piuttosto che in 245esima posizione: migliore è il “posizionamento”, maggiore è la visibilità del sito e, dunque, della pizzeria in questione.

Le logiche che stabiliscono come un sito verrà posizionato per uno specifico insieme di parole chiave sono particolarmente complesse e, nel caso di Google, dipendono da un criptico quanto “leggendario” algoritmo (qui informazioni più dettagliate). Sono tanti gli accorgimenti tecnici e contenutistici per migliorare il posizionamento del proprio sito internet su Google (ecco ad esempio una breve guida). Così come sono tante le aziende specializzate nell’ottimizzazione dei siti internet (Search Engine

Optimization), le quali non brillano sempre per affidabilità e trasparenza. (vedi questo blogpost).

Torniamo alla nostra “pizzeria forno a legna Torino”: sono circa 378.000 i risultati della ricerca, e sul podio a farla da padrone sono naturalmente colossi come Pagine Gialle e TripAdvisor. Al quarto posto però compare un’”outsider”: la catena piemontese di ristoranti “Mucca Pazza”, seguita da altri colleghi altrettanto bravi nell’indicizzare il loro sito in maniera intelligente.

Certo, senza qualità del servizio, un branding adeguato e “autentico” e la capacità di comunicare coi consumatori e fidelizzarli, un sito ben ottimizzato lascia il tempo che trova. Ma se avete tutte le carte in regola, sappiate che trovarsi ai primi posti di Google sarà strategico quasi come avere un plateatico in centro.

Il Vocabolario continua, l’appuntamento è alla L!

Massimo Airoldi (@massimoairoldi)

LE PUNTATE PRECEDENTI di BAR 2.0

A come Autenticità

B come Branding

C come Crowdfunding

D come Digital Marketing

E come E-Commerce

F come Fidelizzazione

G come Geolocalizzazione

H come Hacking