



WHITEPAPER

IL MONDO DEI BLOG

Guida ai blog: perché e come creare un blog di successo

SOMMARIO

Introduzione	03-05
Come funziona un blog	06-06
Blog di successo	07-09
Guadagnare con i blog	10-11
Blog e Motori di Ricerca	12-12

WH ITEPAPER: IL MONDO DEI BLOG

GUIDA AI BLOG: PERCHE' E COME CREARE UN BLOG DI SUCCESSO

INTRODUZIONE

UN PO' DI STORIA

Forse non tutti sanno che quello del Blog non è un fenomeno così giovane come sembra. La sua data di nascita può essere simbolicamente fissata il 18 Luglio 1997, riferendosi allo sviluppo da parte di Dave Winer di Proto-blog, software per la pubblicazione di blog.

Per la lettura del primo blog si dovette però attendere fino al 23 dicembre dello stesso anno quando John Barger, un commerciante americano appassionato di caccia, decise di aprire una pagina personale per condividere il suo hobby. In realtà la comunità che si muove attorno alla rete ha sempre cercato delle forme di aggregazione online e già prima della comparsa dei blog esistevano dei diari online dove le persone riportavano i propri pensieri e raccontavano fatti della propria vita.

Comunque, dopo un inizio abbastanza lento, soprattutto grazie all'introduzione dei primi servizi gratuiti dedicati, i blog sono diventati sempre più popolari fino a diventare il fenomeno che oggi è sotto gli occhi di tutti.

UN PO' DI CIFRE

La blogosfera, definita come l'insieme di tutti i blog esistenti, è un'entità a parte

all'interno del Web ed è in continua crescita ed espansione.

Attraverso Technorati, motore di ricerca dedicato al mondo dei blog, è possibile avere una panoramica dello sviluppo che il fenomeno sta vivendo. Nel rapporto del 2004, Technorati registrava una significativa crescita della blogosfera che da Luglio 2003 a Ottobre 2004 passava da 500.000 a oltre 4 Milioni di blog attivi con circa 12.000 nuovi blog aperti ogni giorno. Nel rapporto del 2007 venivano tracciati già oltre 70 Milioni di blog e i nuovi blog aperti ogni giorno erano passati a 120.000.

La tendenza delineata non ha conosciuto pause o flessioni e in questi ultimi anni la crescita dei blog non è stata solo quantitativa ma anche, e soprattutto, qualitativa. Quello a cui oggi stiamo assistendo è un progressivo ribaltamento in cui i blog diventano fonti di informazione, a volte, più autorevoli e aggiornate delle tradizionali testate giornalistiche. Per rendercene conto possiamo pensare alle blasonate sfilate di moda dove blogger e giornalisti siedono affiancati in prima fila di fronte alla passerella, o all'ultimo drammatico terremoto di Haiti in cui i blog stanno ricoprendo un ruolo di primo piano nel raccontare storie, riallacciare rapporti familiari, raccogliere e coordinare aiuti.

Technorati è un motore di ricerca dedicato ai blog: ogni giorno indicizza milioni di post pubblicati.

Dal 2004 Technorati rilascia un rapporto sullo stato della blogosfera: è già disponibile il rapporto del 2009.

<http://technorati.com>

MINI-GLOSSARIO BLOG

Per procedere con ordine, può essere utile chiarire alcuni termini attraverso un mini-glossario dei termini più utilizzati da chi si occupa di blog:

- **Blog:** è un neologismo e deriva, per contrazione, da weblog o log in rete. I log sono dei file di testo, in genere creati in automatico dai computer, che riportano in ordine cronologico azioni o eventi. Così, come i log sono una specie di diario di bordo, i weblog sono dei diari pubblici scritti dalle persone e pubblicati sul Web.
- **Blogger:** è l'autore di un blog, colui che lo cura e ne scrive i post.
- **Blogosfera:** è l'insieme di tutti i blog presenti in rete.
- **Post:** è ciascun singolo messaggio pubblicato in un blog dal blogger. Ogni post è contrassegnato con la data e l'ora della pubblicazione e può essere corredato dai commenti di chi lo legge.
- **Commento:** sono i messaggi lasciati da chi legge un post, in risposta all'autore.
- **Permalink:** è il link che permetterà di accedere al singolo post anche quando non sarà più visibile in homepage.
- **Feed RSS:** è un formato attraverso il quale possono essere comodamente proposti contenuti che devono essere aggiornati con una certa frequenza. Nel caso dei blog, gli utenti possono iscriversi al Feed RSS dei blog che seguono in modo da non doverli controllare quotidianamente. Grazie ad un aggregatore (ovvero, un software analogo a quelli per la lettura dei messaggi di posta elettronica), chi sottoscrive un feed riceverà un avviso ogni volta che verrà pubblicato un nuovo post.

TIPI DI BLOG

La blogosfera è un universo variegato composto da tipi diversi di blog. E' possibile tentare una prima categorizzazione in base al formato dei contenuti:

- **General blog:** racchiude la maggior parte dei blog presenti in rete. Si tratta di blog composti da post il cui contenuto principale è testuale, anche se a corredo possono esserci immagini, video e audio.
- **Photoblog:** altra categoria diffusa, è composta da blog in cui gli autori pubblicano soprattutto le fotografie che hanno realizzato.
- **Podcast:** detti anche Audio blog, propongono contenuti audio.
- **Video blog:** in questi blog vengono postati principalmente videoclip che possono essere visualizzati in streaming dal sito.
- **Moblog:** detti anche Mobile blog, si appoggiano alla tecnologia mobile e i contenuti sono spesso immagini (inviata via MMS) o video.

In alternativa, i blog possono essere distinti in base all'autore:

- **Blog personale:** è la categoria più diffusa e raccoglie i blog in cui gli autori parlano della propria vita e delle proprie passioni, come farebbero scrivendo un diario.
- **Social blog:** si tratta di blog in cui gli articoli vengono pubblicati da tutti gli utenti che desiderano postare un loro contributo.
- **Blog collettivo:** rientrano in questa categoria tutti i blog in cui gli articoli sono scritti da un gruppo ristretto di autori. In genere, proprio perché hanno una sorta di redazione e trattano argomenti specifici,

Il termine weblog è stato coniato da John Barger nel 1997, e apparve per la prima volta nel suo sito personale.

La versione tronca *blog* è stata creata da Peter Merholz che nel 1999 ha usato la frase "we blog" nel suo sito, dando origine al verbo "to blog" (ovvero: bloggare, scrivere un blog).

Fonte: www.wikipedia.org

attirano molto pubblico e possono giungere ad essere assimilati a delle riviste online.

- **Corporate blog:** o blog aziendali, sono gestiti da uno più dipendenti con lo scopo di creare un canale comunicativo tra azienda e clienti più informale e diretto.

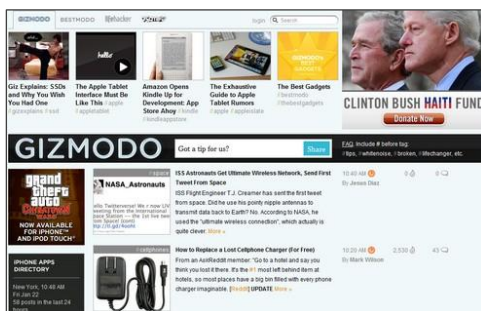
Infine, i blog possono anche essere distinti in base all'argomento trattato:

- **Blog tematico:** sono i blog incentrati su un hobby o una passione dell'autore. Spesso, diventano il punto di incontro per coloro che condividono lo stesso interesse.
- **Blog di attualità:** sono i blog in cui vengono commentati i fatti del giorno. Spesso sono gestiti da giornalisti ma possono anche essere l'espressione di chi vuole esprimere le proprie opinioni su quanto legge sui quotidiani.

- **Blog politico:** sono i blog aperti dai politici per poter dialogare con i cittadini, soprattutto a livello locale.
- **Lit-blog:** o blog letterari, possono essere sia personali che collettivi, e presentano soprattutto articoli di natura letteraria come saggi critici, recensioni, ecc.
- **Blog directory:** sono i blog specializzati nella raccolta di link su un particolare argomento.

Naturalmente, le categorizzazioni proposte non hanno la pretesa di essere esaustive e, come è facile capire, uno stesso blog può rientrare in categorie diverse.

Alcuni blog presenti nella classifica dei Top 100 di Technorati



Gizmodo.com - Blog sul mondo della tecnologia



TMZ.com - Blog dedicato al gossip



Neatorama.com - Blog che tratta temi scientifici



CNN Politics - Blog di carattere politico

COME FUNZIONA UN BLOG

Un blog, in ultima analisi, non è altro che un sito web, composto da due parti principali:

- **Backend:** è la parte amministrativa attraverso la quale è possibile scrivere i post, gestire gli utenti, moderare i commenti e, più in generale, gestire tutto ciò che accade sul blog.
- **Frontend:** è l'insieme delle pagine web disponibili al pubblico.

L'autore di un blog, dunque, ha a sua disposizione un ambiente di amministrazione attraverso il quale, ogni volta che lo ritiene opportuno, può inserire un nuovo post, avendo cura di specificarne un titolo e di assegnarlo ad una categoria. Una volta pubblicato, il post potrà essere letto sul blog. Ogni post riporterà data e ora di pubblicazione e verrà visualizzato in ordine anti-cronologico: il post più recente comparirà sempre in cima alla lista.

Naturalmente, i lettori del blog potranno commentare i post e in questo modo, a volte, si intavoleranno discussioni che offriranno poi lo spunto per altri post.

Sicuramente, proprio la semplicità di gestione e la possibilità di dialogo permessa dai commenti sono due dei fattori chiave che concorrono nel determinare il successo dei blog.

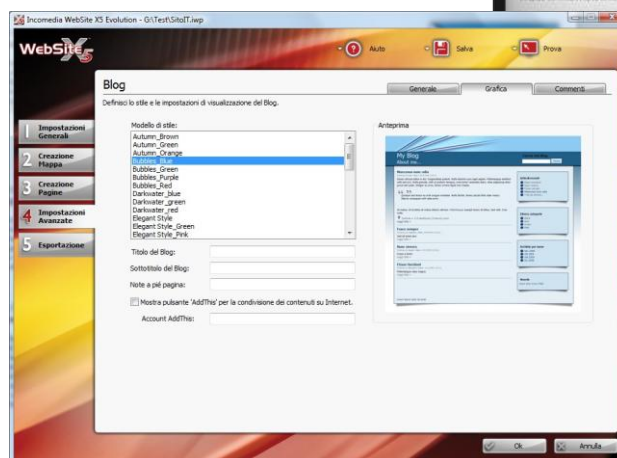
Da un punto di vista più tecnico, per aprire un blog non occorrono particolari conoscenze, né particolari strumenti.

In genere, i blog possono essere ospitati su un server pubblico o su un proprio server. Nel primo caso ci si

rivolge a un fornitore di servizi che metterà a disposizione tutti gli strumenti per permettere anche la gestione di un blog. Nel secondo caso, dedicato a un'utenza più professionale, si usano altri strumenti che andranno installati sul proprio sito.

Nella maggior parte dei casi, una volta scelto il servizio e aperto un blog, per inserire i post si lavora direttamente online. Il problema dello scrivere online è che il browser può andare in crash o la connessione web può interrompersi improvvisamente vanificando il lavoro. Per questi motivi, molti preferiscono sfruttare le applicazioni desktop per blogging: editor testuali che consentono di preparare i post off-line e di procedere alla loro pubblicazione solo quando sono finiti.

Un caso a parte è rappresentato dal nostro WebSite X5 Evolution 8 che non è una semplice applicazione desktop per blogging ma un software completo per la creazione e gestione di siti Web e blog che, comunque, permette di lavorare sempre off-line e di pubblicare poi solo le modifiche apportate o gli ultimi post aggiunti.



WebSite X5 Evolution 8 – Impostazione del template del blog

Con WebSite X5 Evolution 8 creare un blog è veramente semplice.

È possibile scegliere il template grafico, arricchire i post con immagini, video e audio, sfruttare un pannello di amministrazione online per gestire i commenti.

Il blog realizzato presenterà tutti gli strumenti di ricerca e navigazione tipici: motore di ricerca interno, elenco degli articoli più recenti, archivio per categorie e per mese, nuvole.



BLOG DI SUCCESSO

PERCHÉ APRIRE UN BLOG ?

E' impossibile identificare ed elencare tutte le ragioni per le quali si può voler aprire un blog. Chiedendo a chi blogga emergono, fra le altre, le seguenti motivazioni:

⇒ **Soddisfazione personale**

Come il diario chiuso nel cassetto del comodino non viene scritto per essere letto, così il blog viene visto come una valvola di sfogo, un canale di espressione personale, uno spazio per la riflessione. In questi casi, la lettura da parte di altre persone e il successo in termini di visite e commenti può rappresentare un aspetto completamente secondario. Si blogga per se stessi.

⇒ **Condivisione**

Quando si ha un hobby, una passione che ci assorbe e ci appaga si può avere la voglia di parlarne con chi lo condivide. In questo caso, l'obiettivo è quello di creare un punto di aggregazione e di diventare, se possibile, un punto di riferimento e una voce autorevole in merito.

⇒ **Visibilità**

Se si è un esperto nel proprio campo e si ha la capacità di trasmettere questa esperienza attraverso un blog, si potrà acquisire visibilità e diventare anche una personalità riconosciuta. Il blog può diventare, così, il miglior biglietto da visita, Curriculum Vitae, Portfolio da presentare per convincere il prossimo datore di lavoro o possibile cliente.

⇒ **Guadagno**

Un blog di successo può realmente

diventare una fonte di guadagno, soprattutto grazie all'introduzione delle pubblicità.

Anche le aziende possono trarre un guadagno dall'apertura di un blog: in immagine, in visibilità sui Motori di Ricerca, in vendite grazie alla pubblicazione dei loro prodotti.

DI COSA SCRIVERE ?

Un blog può parlare di qualsiasi cosa: ognuno può scegliere di cosa parlare, in base al motivo per cui ha deciso di incominciare a bloggare.

Un suggerimento che può valer la pena seguire è: *"Per capire di cosa scrivere parti da te stesso: prendi penna e carta e prova a scrivere una lista dei tuoi interessi e di ciò che ti piacerebbe trovare sul web"*.

Se non si blogga unicamente per se stessi, la propria famiglia, o una ristretta cerchia di amici, occorre rendersi conto che esistono già tantissimi altri blog. E' quindi opportuno fare delle ricerche per capire quali sono i blog concorrenti e, se possibile, identificare una nicchia in cui ci sia ancora spazio d'azione. Occorre trovare qualcosa che ci appassioni e ci motivi a continuare a bloggare ma che, in qualche modo, sia anche unico. Questo potrà essere un ottimo punto di inizio per un blog.

COME SCRIVERE ?

Una delle grandi sfide della scrittura su Web è quella di riuscire a catturare l'attenzione del visitatore per indurlo alla lettura. In rete, il lettore è diffidente, non ha tempo e non legge quasi mai in maniera lineare. Lo facciamo tutti: apriamo una pagina web o un post, lo scandagliamo rapidamente in cerca di

UN BLOG IN 6 PASSI:

1. Scegli il tipo di Blog che vuoi creare e dagli un titolo che lo identifichi e ne catturi l'essenza.
2. Scrivi almeno un post al giorno o, comunque, cerca di aggiornarlo con una certa regolarità.
3. Pubblica post per almeno un mese prima di pubblicizzare il blog: in questo modo avrai il tempo di valutare come procedere.
4. Quando il Blog ha preso forma per contenuti e stile, pubblicizzalo.
5. Commenta e scrivi su altri blog correlati in modo da aumentare la popolarità del tuo blog.
6. Costruisciti una rete di contatti nella blogosfera: è il modo migliore per far leggere il tuo blog.

pochi segnali che ci aiutino a capire se ci può interessare e, nel giro di pochi secondi, decidiamo se passare oltre o iniziare la lettura.

Detto questo, scrivere un buon post significa:

⇒ **Comporre un buon titolo**

Il titolo è forse la parte più importante di un post e per questo va studiato con cura. Deve sintetizzare ciò di cui si parlerà, incuriosendo senza svelare tutto. Spesso non conviene tentare titoli brillanti, ironici o basati su giochi di parole: si può pensare al titolo come all'etichetta che verrà utilizzata per categorizzare e rintracciare l'articolo. Dal titolo il lettore deciderà se continuare la lettura e, ovviamente, dovrà trovare contenuti in linea alle aspettative generate.

⇒ **Comporre un buon messaggio**

Al di là della scelta degli argomenti da trattare, è importante scrivere in una forma letteraria corretta, senza indulgere troppo nel colloquiale. Può sembrare superfluo, ma è sempre buona norma scrivere e rileggere prima di pubblicare: errori ortografici e grammaticali, costruzioni poco chiare, punteggiatura messa a casaccio possono infastidire il lettore, comunicandogli con quanta poca cura il post è stato creato.

⇒ **Curare l'impaginazione**

Un blocco di testo uniforme, soprattutto se lungo, può sembrare un muro invalicabile che neanche il lettore più volenteroso sarà disposto ad affrontare. Lo stesso testo, se formattato adeguatamente, avrà molte più probabilità di essere letto. Per que-

sto, occorre aiutare la lettura attraverso una corretta distinzione e separazione dei paragrafi, oltre che mediante un'adeguata formattazione del testo. L'uso del grassetto, per esempio, può aiutare a mettere in risalto alcune parole, guidando l'occhio del lettore lungo il percorso desiderato.

⇒ **Curare la presentazione**

Un modo per rendere più attraente un post è quello di completarlo attraverso l'inserimento di immagini. Occorre, però, scegliere le immagini con cura: devono essere in qualche modo pertinenti con l'argomento trattato ma, se non hanno il compito di veicolare un contenuto pertinente e sono puramente decorative, non devono prendere il sopravvento sul contenuto. Se poi non si ha la possibilità di utilizzare immagini proprie, occorre valutare anche il problema del copyright: in rete, comunque, è relativamente semplice trovare immagini o fotografie libere da royalty e gratuite da inserire nei propri post.



SmashingMagazine.com – Blog di grafica e design con utili showcases e tutorial

FATTORI DI SUCCESSO

Se è vero che ogni giorno vengono aperti migliaia di nuovi blog, è anche vero che molti di questi sono destinati a morire nel giro di poco tempo.

Le cause di queste "morti premature" possono essere diverse: caduta dell'entusiasmo iniziale, carenza di tempo, scarsità di lettori o commenti, mancanza di guadagni, ecc...

Per evitare di aprire un blog per rendersi poi conto, dopo il 2° post, che non fa per noi, è bene riflettere sui seguenti punti:

⇒ **Tempo**

In base agli obiettivi che ci si è posti nell'aprire un blog, il tempo può essere o meno un fattore da prendere in considerazione. Se l'obiettivo è postare ogni tanto un nostro pensiero o un aneddoto della nostra vita, il tempo può avere un'importanza secondaria. Ma se il blog deve diventare una fonte di guadagno o il mezzo del nostro successo allora è bene rendersi conto fin da subito che occorrerà dedicargli il giusto tempo. Dovremo avere il tempo non solo per scrivere, ma anche per informarci, per studiare, per creare relazioni.

⇒ **Costanza:**

Strettamente legato al fattore tempo, la costanza è indispensabile nel portare avanti il blog con una certa regolarità. Anche in questo caso dipende molto dagli obiettivi, ma sarebbe bene proporre nuovi post con una certa frequenza e regolarità. Lasciar passare troppo tempo tra un post e l'altro potrebbe, infatti, causare perdita di interesse anche nel lettore più motivato.

⇒ **Perseveranza:**

Gli inizi di un blog possono essere poveri di soddisfazioni se non si blogga solo per se stessi. Pochi lettori e tutti muti, apparentemente non disposti a lasciare alcun commento, sono fattori che inducono molti ad abbandonare il proprio blog. In molti casi occorre perseverare e col tempo, cercando continuamente di migliorare, i risultati arriveranno.

⇒ **Coerenza e onestà:**

Ricollegandosi al discorso relativo alla scelta degli argomenti da trattare sul blog e alla necessità di identificare una nicchia in cui collocarsi, occorre precisare che non bisogna neanche cedere alla tentazione di spacciarsi per esperti in campi in cui non lo si è realmente.

L'intelligenza dei lettori deve essere rispettata: voler dissertare di ciò che non si conosce bene è un errore che alla fine si paga in termini di persone disposte a seguirci.

GUADAGNARE CON UN BLOG

Anche se per molti rimane un miraggio, alcuni autori riescono effettivamente a guadagnare dalla loro attività di blogger.

Fra i principali metodi per guadagnare con un blog ci sono:

⇒ Pubblicità pay per click contestuale

Prevede la pubblicazione di messaggi pubblicitari contestuali ai contenuti della pagina ed è prevista una remunerazione per ogni click ricevuto. Google AdSense è il rappresentante più noto di questa categoria.

⇒ Pubblicità pay per impression:

A differenza del pay per click, la remunerazione è calcolata semplicemente in base al numero di visualizzazioni dei messaggi pubblicitari degli inserzionisti.

⇒ Pubblicità pay per click non contestuale:

A differenza del pay per click contestuale, prevede l'inserimento di banner pubblicitari semplicemente all'interno del sito.

⇒ Programmi di affiliazione

Iscrivendosi a un programma di affiliazione si può guadagnare una percentuale concordata sulla vendita di un prodotto/servizio promosso.

⇒ Vendita link

In base alla popolarità e al posizionamento del blog, è possibile vendere link testuali che puntano al sito dell'inserzionista.

⇒ Pubblicità nei Feed RSS

E' possibile inserire nei post dei link sponsorizzati o affidarsi a servizi esterni per inserire degli spot all'interno dei feed.

Google AdSense

Italiano Assistenza

Guadagna pubblicando annunci pertinenti sul tuo sito web

AdSense di Google associa gli annunci al contenuto del tuo sito e ti permette di guadagnare ad ogni clic dei visitatori.

[Iscriviti adesso](#)

Hai già effettuato l'accesso? [Visualizza il mio account.](#) (Che cos'è?)

Accedi a Google AdSense con il tuo **Account Google**

Email:

Password:

[Accedi](#)

[Non riesci ad accedere al tuo account?](#)

Suggerimenti per un giornale

Rose, margherite e altro
Fioristi locali. Consegna in giornata.
Fiori freschi da 10,99 €
www.semiepiante.it

Inserisci annunci sul tuo sito

Informazioni su AdSense

Prodotti

[Personalizzazione di AdSense](#)

[Da dove provengono gli annunci?](#)

AdSense per i contenuti scansiona automaticamente il contenuto delle tue pagine web e pubblica gli annunci (testuali o illustrati) pertinenti al tuo pubblico e al tuo sito, con una tale precisione che i lettori li troveranno estremamente utili.

[Corso OSA per l'infanzia](#)
Corso per diventare Operatore Socio Assistenziale per l'infanzia

[Operatore per l'infanzia](#)
Diventa Operatore Sociale per l'infanzia - in tutta Italia

Annunci Google

AdSense per la ricerca rappresenta un modo per i publisher di siti web di fornire ai propri

Google AdSense – Uno dei sistemi più utilizzati per le campagne pay per click contestuali

⇒ Donazioni tramite Paypal

Se stai offrendo un reale servizio, puoi valutare la possibilità di chiedere ai tuoi visitatori di farti una piccola donazione tramite Paypal.

Qualunque sia il metodo scelto per inserire la pubblicità all'interno di un blog, requisito fondamentale perché poi si generino degli effettivi guadagni è che il blog stesso sia seguito e che i lettori riconoscano una certa autorevolezza al suo autore.

Ecco, allora, alcune indicazioni per guadagnare maggiore autorevolezza:

⇒ Scrivere contenuti di qualità

I lettori devono trovare informazioni interessanti ed utili per decidere di tornare o di sottoscrivere un feed.

⇒ Mantenersi sempre aggiornati

I lettori si aspettano che un esperto e/o appassionato in materia approfondisca costantemente le proprie conoscenze in materia.

⇒ Scrivere spesso nuovi post

Per mantenere vivo l'interesse e fidelizzare i lettori occorre mantenere una certa regolarità e frequenza nella pubblicazione dei post.

⇒ Interagire con i lettori

Pubblicare un post significa anche essere pronti ad aprire un dialogo con chi lo leggerà. Non tutti i commenti saranno positivi: bisogna saper rispondere alle richieste, accettare le critiche, ammettere un errore e moderare le proprie reazioni in modo da instaurare un confronto sereno.

⇒ Fornire risorse utili:

I lettori in genere apprezzano quando vengono proposti elenchi di risorse

utili, link di approfondimento ad altri blog/siti, segnalazioni a post di altri blog.

⇒ Collaborare con altri blog/forum

Lasciando commenti interessanti su altri blog del tuo settore, scrivendo contenuti per altri blog e più in generale collaborando con altri blogger o amministratori di forum, si può giungere a creare un network di relazioni e a far crescere la propria popolarità e reputazione.

Per acquisire autorevolezza e credibilità ci vuole, quindi, tempo, impegno e costanza. Per non vanificare gli sforzi fatti, bisogna fare attenzione, allora, a come inserire i messaggi pubblicitari nel proprio blog. A patto che non sia eccessiva, la pubblicità può essere tollerata dai lettori, ma se un blogger, in qualità di esperto, "consiglia" un prodotto solo perché ha aderito ad una campagna di affiliazione e questo prodotto non è di qualità, allora il rapporto di fiducia che aveva instaurato con chi lo segue può incrinarsi a suo esclusivo discapito.

alVerde.net – Blog italiano dove si parla di come guadagnare con il proprio sito

BLOG E MOTORI DI RICERCA

Quando per il raggiungimento degli obiettivi che ci si è posti con l'apertura di un blog, è fondamentale il raggiungimento di un numero di lettori quanto più elevato possibile, occorre occuparsi anche dell'ottimizzazione del blog per ottenere un buon posizionamento sui Motori di Ricerca.

Semplificando, il processo di ottimizzazione può essere schematizzato nel seguente modo:

- Identificazione delle keywords: le keywords sono le parole chiave per le quali desideriamo che il nostro blog o i nostri post vengano trovati attraverso i motori di ricerca. E' importante trovare una keyword principale e poche altre secondarie.
- Titolo: è bene che la keyword principale compaia all'inizio del tag *Title*
- Post: comporre il testo del post avendo cura di ripetere alcune volte le parole chiave. La chiave può essere inserita anche nell'attributo *alt* delle immagini del post (è importante non esagerare nelle ripetizioni).
- Link: identificare altri post sul proprio blog in cui compare la stessa chiave primaria e aggiungere i link per collegarli al post che si vuole ottimizzare.
- Post correlati: creare altri post correlati a quello che si vuole ottimizzare ed inserire in essi dei link che utilizzino la keyword come ancora. I post correlati possono essere pubblicati su altri blog: è però importante non proporre contenuti duplicati.

Occorre trovare un buon compromesso nel numero di ripetizione di una parola chiave: eccedere può voler dire correre il rischio di una sovraottimizzazione che verrà poi penalizzata dai Motori di Ricerca.



Google Ricerca Blog – Servizio in versione Beta per la ricerca fra i blog



Google Ricerca Blog – Form per segnalare il proprio blog

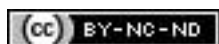


www.incomedia.eu – www.websitex5.com

Incomedia, presente sul mercato da oltre 10 anni, produce soluzioni software per il multimedia e per il web ideali per consumer, piccole e medie imprese, enti pubblici e scuole.

Attualmente, il prodotto di punta WebSite X5 è localizzato in 17 lingue e venduto in oltre 40 Paesi tramite una rete di distributori che comprende insegne importanti come FNAC, Media Markt, Carrefour, Interdiscount, Mondadori, Merlin, Welcome, Manor, Euronics, Office Max, Surcouf, Cultura, Virgin, Media Saturn, Leclerc, Auchan, Champion.

Incomedia, WebSite X5, WebSite X5 Evolution sono marchi registrati di Incomedia s.r.l. Altri marchi o nomi di prodotti o portali citati nel presente documento (o nelle immagini in esso inserite a scopo esemplificativo) sono marchi o marchi registrati dei rispettivi proprietari.



© Incomedia S.r.l., Gennaio 2010