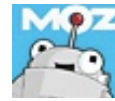


Come usare Google+ per comparire sempre tra i primi risultati - Whiteboard Friday

Di **Rand Fishkin**

1 novembre 2013



Video originale:

Using Google+ to Appear in the Top Results Every Time - Whiteboard Friday

<http://moz.com/blog/using-google-plus-to-appear-in-the-top-results-every-time-whiteboard-friday>



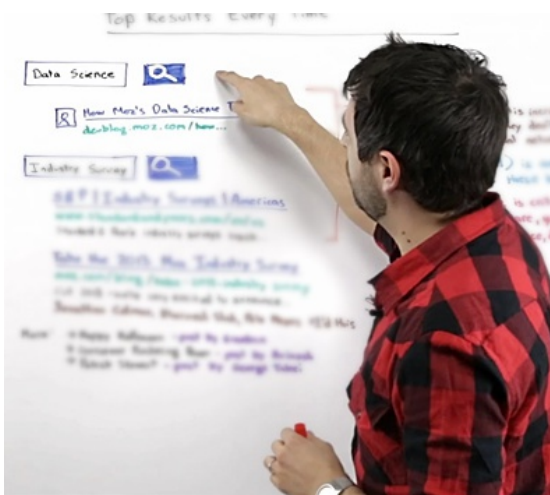
Salve, fan di Moz e benvenuti a questa edizione spettrale di Halloween, di Whiteboard Friday! Questa settimana indosso delle zanne, quindi se avete qualche problema a capire quello che dico, non preoccupatevi, qui sotto c'è il testo completo.

Vorrei parlare po' di come usare Google+ per apparire nei primi risultati di Google. E' davvero interessante quello che ho osservato sugli sviluppi di Google delle ultime settimane

o mesi, quindi andiamo vedere meglio.

Se faccio una ricerca su "**data science**" ed ho fatto login al mio account Google (che è "randfish," proprio randfish@gmail), vedo, sotto "data science": "**How Moz's Data Science Team Works**" [<http://devblog.moz.com/2013/10/agile-data-science-what-we-do-to-produce-models-and-machine-learning-more-reliably-and-predictably/>], il che in realtà è

abbastanza bizzarro. Penso che sia molto strano, perché è stato appena pubblicato sul nostro **Blog Dev** [<http://devblog.moz.com/>] e non è il nostro sito principale.



E' un sottodominio e non si posiziona molto bene. Se lo cercate e non siete "loggati", non lo troverete neppure nei primi 100 risultati. Qui viene mostrato, perché è stato condiviso da un account che io seguo. C'è scritto: "Moz lo ha condiviso" e ciò succede per via della integrazione con

Google+.

Potreste dire: "*va bene, ma questo fatto non è un granché interessante*". Però posso fare ricerche su argomenti molto vasti, come per esempio: "**sondaggi di settore**" e ottenere, "S & P Industry Survey of the Americas", di Standard & Poors, ma subito sotto viene "Take the 2013 Moz Industry Survey". Accidenti! Tutto d'un colpo Moz si posiziona in tutti i posti. Ancora una volta, questo fenomeno avviene perché Jonathon

Colman, Dharmesh Shah, Pete Meyers e un'altra persona, che mi seguono su Google+; hanno fatto "+1" su quel post. Google+ ha di nuovo influenzato i risultati.

E c'è di più. Ho provato alcune query per "**Happy Halloween**". (Happy Halloween! Pensate a quanto sia ampio il contesto di una simile query). C'era un post di [Gianluca](https://plus.google.com/photos/110957997763625569561/albums/5940961765510145665/5940961764406920994) [https://plus.google.com/photos/110957997763625569561/albums/5940961765510145665/5940961764406920994] (Gianluca Fiorelli – n.d.t.) con una foto, che aveva condiviso il giorno stesso ed è venuta fuori nei miei risultati.

"**Consumer purchasing power**", è venuto fuori un post di Google+ di [Avinash Kaushik](https://twitter.com/avinash) [https://twitter.com/avinash], perché è stato condiviso ed io lo seguo.



CC BY-NC-SA

http://it.wikipedia.org/wiki/File:Jean-Luc_Picard_2.jpg

"**Patrick Stewart**"! Intendo proprio [Patrick Stewart](http://it.wikipedia.org/wiki/Patrick_Stewart) [http://it.wikipedia.org/wiki/Patrick_Stewart]; è una query su una celebrità che raccoglie milioni di ricerche al mese (beh, forse centinaia di migliaia, perché la serie Star Trek The Next Generation non si vede da un po', ma nel nostro cuore è sempre presente).

E' uscito un post di George Takei. Seguo George Takei su Google+ per cui viene fuori un suo post su [Patrick Stewart](https://plus.google.com/photos/104234302931579992973/albums/5940988155121020017/5940988161231541970) [https://plus.google.com/photos/104234302931579992973/albums/5940988155121020017/5940988161231541970] (fra l'altro, era un post delizioso).

Ciò che tutto questo significa per il marketing, in particolare per i SEO, che combinano ricerca, social e contenuti per il loro marketing, è che il pubblico di Google+ sta diventando sempre più prezioso. Si tratta di persone esperte di ricerca e di tecnologia, potenzialmente raggiungibili, senza bisogno di guadagnarsi i vari classici segnali di ranking. Non devo fare neppure un decimo del lavoro che prima avrei dovuto fare per posizionarmi per questo genere di query. Non devo fare altro, che farmi seguire su Google+.

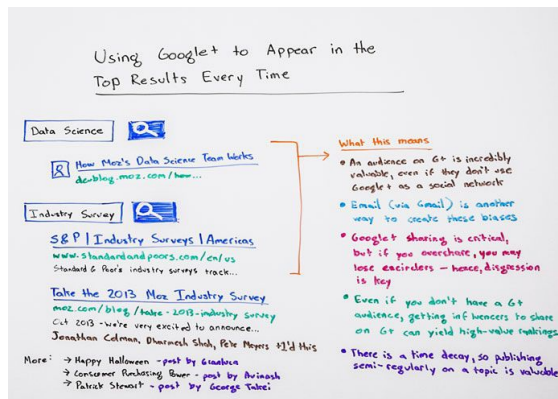
Anche se queste persone non utilizzano Google+ come social network, anche se non visitano plus.google.com e non condividono cose, né sono follower è non fanno +1, non importa, perché vengono ancora influenzate, purché seguano il vostro account. Essere circondato da tutte quelle persone, è prezioso. A proposito, non accade solo a persone che hanno un account su Google+ e che vi seguono, succede anche a chiunque sia connesso con voi tramite e-mail. Intendo che vi siete scambiati una o più e-mail (non funziona se gli avete mandato delle email di spamming, dovete effettivamente ricevere delle e-mail da loro).

Gmail è quindi un altro modo per ottenere questo stesso tipo di condizionamento dei risultati della ricerca. Lo potete vedere se fate login nel vostro account Gmail; vi accorgete che "ehi, ma io non seguo questa persona su Google+. Già, ma ci siamo scambiati delle email, quindi mi vengono mostrati nei primi risultati quelli su cui ho fatto +1".

La condivisione su Google+ ovviamente è cruciale, particolarmente per i SEO, a causa di questo fattore di condizionamento, ma fate molta attenzione; pensate a questo scenario: se ho condiviso ogni singola pagina che voglio posizionare, solo per fare in modo che chi mi ha seguito su Google+ sia condizionato a vederla, perderò presto chi mi segue. In effetti sono sicuro che li perderei molto rapidamente. La gente penserebbe: "che diavolo sta facendo Rand, che mi riempie lo "stream"? Nessuno di quei post avrebbe un +1". Non mi sorprenderebbe affatto se Google stesse usando qualche indicazione di metriche sull'utilizzo fatto degli utenti, per determinare

effettivamente cosa fare: "ehi, aspetta un minuto, questo post non ha +1, nessuna condivisione, né commenti, perché dovrei mostrarlo a qualcuno? Lo spingerò verso il basso nei risultati. Non voglio mostrarlo".

Gli esempi che ho fatto hanno tutti determinato un sacco di attività di condivisione (beh, in realtà, sul post di Gianluca non c'era ancora stata alcuna attività, ma era molto recente e un sacco di suoi messaggi ricevono condivisioni e consensi), ma se esagerate nelle condivisioni, dovete stare attenti; mi piace dire che qui la discrezione è fondamentale. Inoltre, anche se non disponete di un pubblico su Google+, non ha importanza, perché gli influenzatori cioè le persone che hanno un pubblico su Google+, potrebbero condividere il vostro materiale.



E' affascinante da immaginare, pensate a qualcosa del genere: "ehi, io non faccio uso di Twitter, ma se riesco a trovare qualcuno che faccia dei tweet di alcune di queste cose per me, so che ne raccoglierò il traffico". Beh, su Google, non è solo il traffico quello che ne ricavate, infatti avrete modo anche di guadagnare un buon posizionamento per tutto il loro pubblico. E' davvero notevole.

A questo proposito, una parola di avvertimento: **c'è un tempo di decadimento su queste citazioni**. Per esempio, non vedo tutti i messaggi che storicamente George Takei ha fatto nel corso del tempo (riesco a malapena a dire "storicamente" con questi denti), su Patrick Stewart, vedo solo quelli scritti da poco. Quindi, c'è un fattore di decadimento temporale; sembra che sia qualcosa fra una settimana e un mese, a seconda di quale account si sta seguendo e quale tipo di query state facendo. Almeno questo è quello che vedo nei miei account. Essere consapevoli di questo tempo di decadimento significa che se c'è un argomento che è molto prezioso e sapete di avere un pubblico sociale potenziale da raggiungere, sia che vi seguano su Google+ o che stiano in contatto con voi tramite e-mail, questo potrebbe significare pubblicare post su base regolare. Potrei dire: "ehi, **se il ranking per "potere d'acquisto dei consumatori" per me è molto importante, forse dovrei mettere un post sul blog ogni mese o due, sul "potere d'acquisto dei consumatori"**".



La cosa pazzesca, è che non è necessaria l'esatta corrispondenza delle parole chiave. Il post di Patrick Stewart qui non ha avuto l'esatta corrispondenza delle parole chiave, quindi quello che influenza il ranking per mostrare i risultati di Google+, è un algoritmo molto lasco. E' uno strumento incredibilmente potente per il search engine marketing ed il social marketing e penso

che sia qualcosa che raccoglierà molta più attenzione nell'anno a venire.

Con questo, felice Halloween a tutti!



Rand Fishkin

Traduzione di **Marco Dini**

MOZ non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione. SEO fornisce i [migliori strumenti](http://moz.com/tools) [http://moz.com/tools] e [risorse](http://moz.com/blog) [http://moz.com/blog] SEO del Web.

Altri articoli di Rand Fishkin:

<http://www.ideawebitalia.it/author/rand-fishkin/>



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/seo/5566/