

10 consigli intelligenti per sfruttare Google+ per l'aumento del traffico web

Di **Cyrus Shepard**

Articolo originale:

10 Smart Tips to Leverage Google+ for Increased Web Traffic

<http://moz.com/blog/google-plus-tips-seo>

15 Aprile 2014



Stavolta, si tratta traffico "engaged".

Controllando le nostre statistiche qui a Moz, abbiamo notato che, mentre le visite che ci manda Facebook continuano a diminuire, al loro confronto, il traffico proveniente da Google+ ha iniziato invece ad apparire significativo.

Facebook		25,592 (22.70%)
Google+		16,378 (14.52%)

Anche se non tutti hanno un pubblico attivo su Google+, il numero di persone che interagiscono socialmente con qualche prodotto di Google almeno una volta al mese, a quanto si dice, [supera i 500 milioni](http://www.usatoday.com/story/tech/2013/10/29/google-plus/3296017/) [http://www.usatoday.com/story/tech/2013/10/29/google-plus/3296017/].

Quello che rende diverso Google+, è che al di là delle visite sociali dirette che abbiamo visto prima, Google offre al Marketing la possibilità di interagire con i visitatori, attraverso molti più punti di contatto, fra cui YouTube ed anche [direttamente nei risultati della ricerca](http://www.ideawebitalia.it/seo/5566/) [http://www.ideawebitalia.it/seo/5566/]. Ciò significa che per i visitatori che sono coinvolti con voi mediante Google+, i potenziali canali di traffico si moltiplicano.

Ma perché metodo funzioni, è necessario che i visitatori sia effettivamente coinvolti.

Gli esperti di Facebook e Twitter lo sanno ed nel corso di diversi anni hanno perfezionato l'arte di coinvolgerli. Engagment con Google+ significa un nuovo bagaglio di tattiche e

nuove pratiche consolidate. Si tratta di un campo in cui vedo continuamente persone che sono esperte di brand in altri contesti, risultare qui inadeguate e mancare facili occasioni.

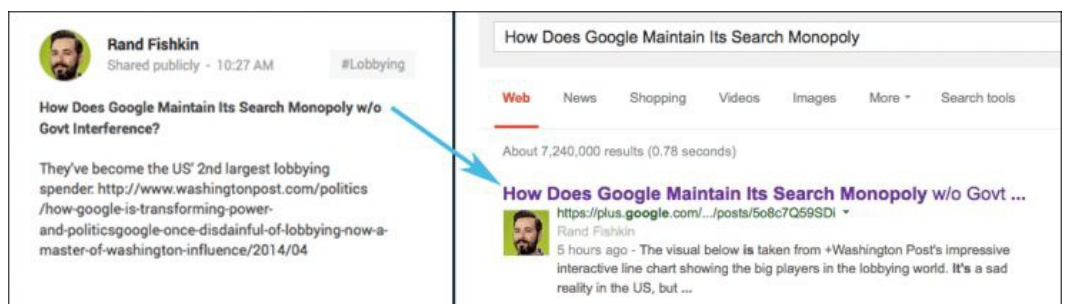
Vediamo come ottenere il massimo dalla nostra interazione su Google+.

1. Titoli, sempre

Più gli utenti si accorgono dei vostri post su Google+, più è probabile che ci interagiscano. La sfida è quella di farsi notare in un mare di migliaia di post.

Prima di tutto. A differenza delle altre piattaforme sociali, i messaggi di Google+ si comportano più come mini post di un blog ed ogni post ha bisogno di un titolo. Non solo l'aggiunta di un titolo aiuta il vostro post a spiccare sugli altri, ma oltre a questo, Google usa le prime parole del post in due modi distinti:

1. incorpora il vostro titolo nel tag "title" del post
2. il titolo in genere viene visualizzato nei risultati della ricerca di Google



Aggiungere il titolo giusto può aiutare il vostro post campeggiare nei risultati della ricerca e può influenzare notevolmente il numero di persone che lo notano e fanno click verso i vostri contenuti.

Usate un titolo, sempre.

2. Formattare per avere attenzione

Potete agevolmente interrompere i lunghi blocchi di testo, con una formattazione adeguata, rendendo i vostri post più facili da leggere e da scorrere. Ciò permette di comunicare in modo più chiaro e rende il testo più accessibile.

Oltre ad aggiungere il grassetto al vostro titolo, usate il formulario qui sotto, per aiutarvi a comporre un post che si distingua dal resto.

G+ Formatting Cheats:

```

*This is a Bolded Headline*

_ Italic_
*Bold*
-Strikethrough-

Mix and match styles: _*Bolded Italic*_

Numbered List:
*1.* Point One
*2.* Point Two
*3.* Point Three

Bulleled List:
• Point 1
• Point 2
• Point 3

Link: http://example.com

#hashtag1 #hashtag2
```

How it Looks:

Cyrus Shepard
Shared privately - 2:10 PM

#hashtag2

This is a Bolded Headline

Italic
Bold
~~Strikethrough~~

Mix and match styles: ***Bolded Italic***

Numbered List:
1. Point One
2. Point Two
3. Point Three

Bulleled List:
• Point 1
• Point 2
• Point 3

Link: <http://example.com>

#hashtag1 #hashtag2
Show less

3. Usate parole vostre

Google+ è un sia un mezzo visuale, che testuale, per cui fate in modo che contino entrambi!

Non abbiate paura di scrivere messaggi lunghi. Invece di limitarvi a pubblicare un link ai vostri ultimi post del blog, sperando per il meglio, aggiungete un breve riassunto dei punti salienti. Spiegate perché sono importanti. Date alla gente un contesto aggiuntivo sul motivo per cui dovrebbero fare click e condividere.

Esempio mio personale, di post su Google+, dove ho sposato il formato lungo:

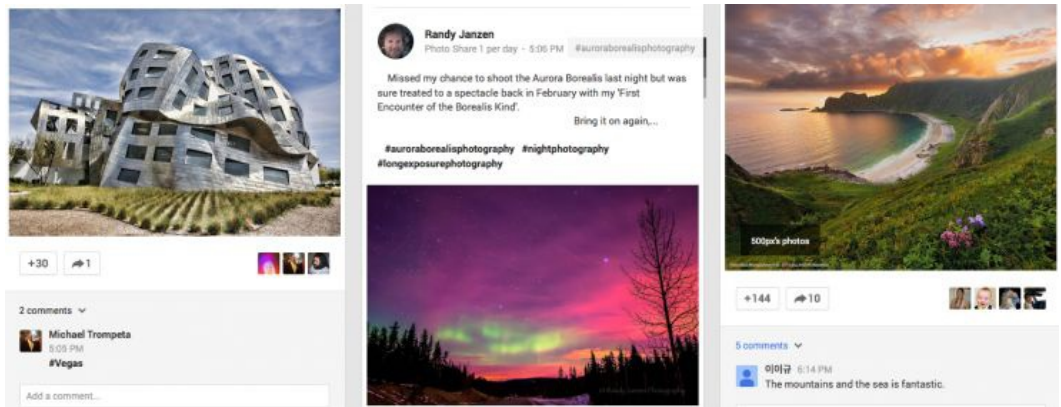
- ["Introducing The Web Developer's SEO Cheat Sheet 2.0"](https://plus.google.com/u/0/+CyrusShepard/posts/PiiCCpWEaRu) [https://plus.google.com/u/0/+CyrusShepard/posts/PiiCCpWEaRu] - **308** +1, **222** condivisioni
- ["5 Takeaways and Assumptions from Matt Cutt's Video on Authority vs. Popularity"](https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/aPmT21SG5nJ) [https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/aPmT21SG5nJ] - **194** +1, **94** condivisioni

- ["New Google Title Tag Length Guidelines: 55 Characters"](https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/aPmT21SG5nJ) [https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/aPmT21SG5nJ] - **152** +1, **180** condivisioni

I pochi minuti in più per annotare i vostri pensieri possono generare molteplici condivisioni e migliaia di visite supplementari sui vostri contenuti.

4 Usate anche le immagini

La stragrande maggioranza dei migliori post [https://plus.google.com/u/0/explore] su Google+ utilizzano le immagini. Infatti [il post più popolare che personalmente abbia mai condiviso](https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/GPPhAU9YhXw) [https://plus.google.com/+CyrusShepard/posts/GPPhAU9YhXw], era una semplice GIF animata.



Per ottenere una maggiore condivisibilità, di solito è meglio per caricare una foto vostra.

Google, per impostazione predefinita, tenta di includere un'immagine per ogni URL che si condivide. A meno che non si definiscano le giuste immagini mediante il protocollo Open Graph e gli appositi [meta tag sociali](http://moz.com/blog/meta-data-templates-123) [http://moz.com/blog/meta-data-templates-123], le immagini spesso non sono quelle ideali, oppure hanno le dimensioni sbagliate.

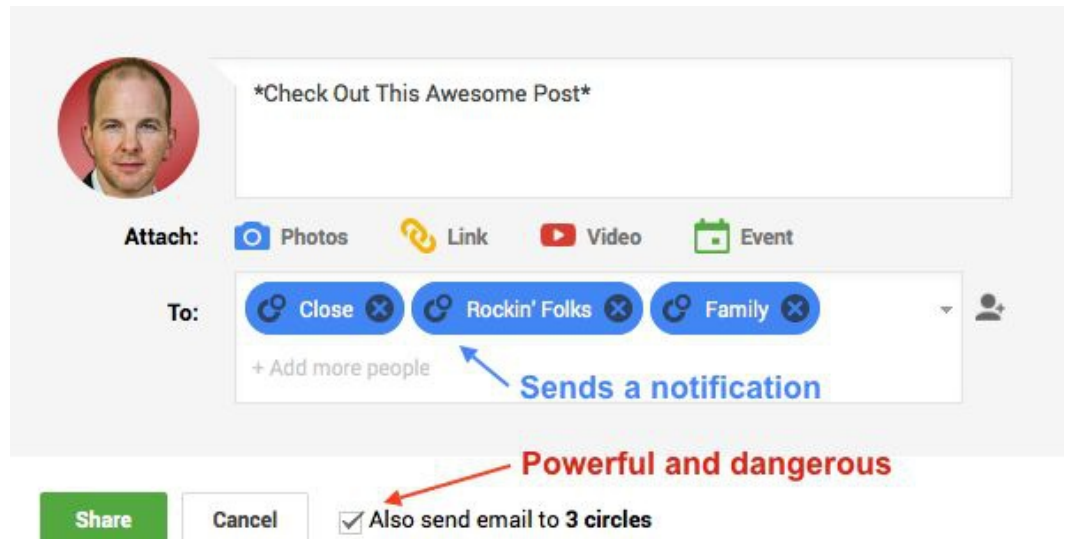
Quando caricate una vostra immagine, questa punta alla versione a dimensione piena, non all'URL che si desidera condividere. In questo caso, non dimenticare di includere nel testo un link all'URL.

5. Condivisione intelligente > mirata

La maggior parte delle persone impostano la visibilità del loro post come "pubblico", pensando che questo dia loro la massima visibilità. In realtà, c'è un modo molto più efficiente per guadagnarsi una corretta esposizione per i vostri migliori contenuti, al patto di non abusarne.

Aggiungendo anche le vostre cerchie e selezionando singoli individui alle impostazioni di condivisione, si innesca una notifica per quegli utenti.

Usate con intelligenza, queste notifiche possono influenzare notevolmente il volume di interazione su un post.



Attenzione: quando la condivisione mirata viene usata troppo spesso, diventa spam. Fate attenzione a ciò che condividete.

Scegliete soltanto i vostri messaggi migliori e più importanti.

Sorprendentemente, Google+ permette anche di mandare una notifica via email alle persone delle vostre cerchie, quando condividete qualcosa. [Affinché funzioni, i destinatari devono avere le notifiche e-mail impostate correttamente](#)

[<https://support.google.com/plus/answer/1054277?hl=en>]. Usate la massima cautela nell'usare questa funzione, perché può far scappare le persone in fretta!

6. Il possente, possente #hashtag

Twitter e Facebook hanno ci hanno abituato agli hashtags, ma Google+ li usa in modi del tutto diversi, nell'organizzare e raccomandare i contenuti.

Google utilizza gli hashtags e l'analisi semantica per costruire relazioni tra gli argomenti. Ad esempio, [considerate questa ricerca sull'hashtag #linkbuilding](#)

[<https://plus.google.com/u/0/explore/linkbuilding>]. Osservate i temi che Google associa a link building:

#linkbuilding

#SEO	#SocialMedia
#LinkBuildingTips	#LocalSEO
#SEOTips	#Marketing
#Moz	#PageRank
#LinkBuildingStrategy	#Business
#Backlinks	#ContentMarketing
#Links	#Search
#SEOMarketing	#SEOservices
#WhiteboardFriday	#SEM
#Google	#Blogging

Explore a hashtag

Queste associazioni non sono casuali. Infatti [Mark Traphagen dimostra come si può "insegnare" a Google queste relazioni mettendo i tag giusti nei vostri post](#)

[<http://www.plusyourbusiness.com/hashtag-google-plus-hashtags-uncover-hidden-powers/>].

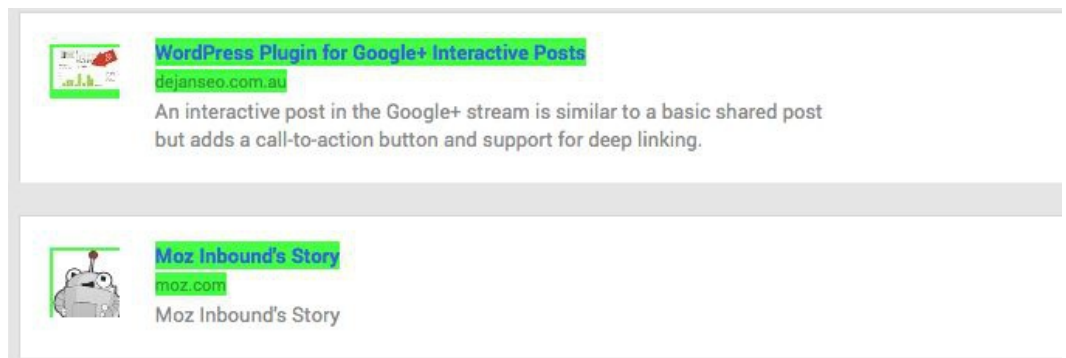
Per impostazione predefinita, [Google spesso aggiunge automaticamente gli hashtags](#) [<https://support.google.com/plus/answer/3120322?authuser=1&p=hashtags&hl=en&authuser=1&rd=1>], ad ogni post con un testo sufficiente. La prassi pratica migliore è quella di aggiungere i propri hashtag alla fine o all'interno del corpo di ogni post.

7. Trovate i link followed

Il link followed (*link normale, in cui non è specificato l'attributo nofollow – n.d.t.*) su Google+ ha fatto la fine del [dodo](#) [http://it.wikipedia.org/wiki/Raphus_cucullatus].

Quando è nato, [Google, era la terra dell'abbondanza per i link](#) [<http://moz.com/blog/tips-to-use-google-for-seo>] ed era visto come un paradiso SEO. Da allora Google ha sostituito la maggioranza dei link followed, che passavano valore, con i link nofollow, che non passano alcun valore. Questo include i link del profilo, link "collaboratore", e gli URL condivisi.

C'è una sola eccezione: i [+1 pubblici](#) [<https://plus.google.com/u/0/+CyrusShepard/plusones>] SONO rimasti link followed.



Per ora, ogni volta che un visitatore fa un +1 sui vostri contenuti senza condividerlo con il loro pubblico, questo si traduce in un link followed, se il visitatore ha i +1 impostati su "pubblico".

Magari è una svista, o magari Google presto rimuoverà questi link.

Anche se il valore dei +1 per la SEO è un [tema dibattuto](http://moz.com/blog/google-plus-correlations) [http://moz.com/blog/google-plus-correlations], [molte](https://news.ycombinator.com/item?id=6243451) [https://news.ycombinator.com/item?id=6243451], [molte](http://www.stonetemple.com/measuring-google-plus-impact-on-search-rankings/) [http://www.stonetemple.com/measuring-google-plus-impact-on-search-rankings/] volte, questo potrebbe essere l'ultimo posto rimasto, in cui un +1 può effettivamente essere conteggiato come link effettivo.

8. Sfruttare i commenti di Google+

In qualche modo sono innamorato del sistema di commenti Google+.

Proprio come per il popolare [plugin dei commenti di Facebook](https://developers.facebook.com/docs/plugins/comments) [https://developers.facebook.com/docs/plugins/comments], è possibile incorporare i commenti di Google+ sul vostro blog. Ciò che rende questo fatto così importante, è che quando i visitatori lasciano un commento, gli viene data la possibilità di condividere il vostro post con i loro followers su Google+.

Questo può aumentare notevolmente l'interazione di quegli utenti e dei loro followers.

Ufficialmente, [i commenti di Google+ sono supportati solo per propria piattaforma Blogger](#) [<http://googleblog.blogspot.com/2013/04/bringing-google-comments-to-blogger.html>]. Per fortuna, alcune persone intelligenti hanno escogitato una serie di plugin e soluzioni, per [Wordpress](#) [<https://wordpress.org/plugins/gplus-comments/>], [Drupal](#) [https://drupal.org/project/gplus_comments_block], e altro ancora.

9. +Post Ads: il futuro dell'engagement sociale?

I +Post Ads di Google offrono una premessa interessante: Google prende i vostri post di maggior successo e li trasforma in annunci che vengono mostrati in tutta la rete di visualizzazione massiva di Google.

Questo espone i vostri messaggi ad un numero maggiore di persone, che altrimenti non avrebbero interagito con il vostro brand solo su Google+. Questa interazione genera maggiore condivisione sociale, che può continuare anche dopo che la promozione a pagamento è finita.

Ad esempio, se siete un produttore di auto, potete indirizzare i vostri post di Google+, affinché compaiano su siti web di ricambi per auto.

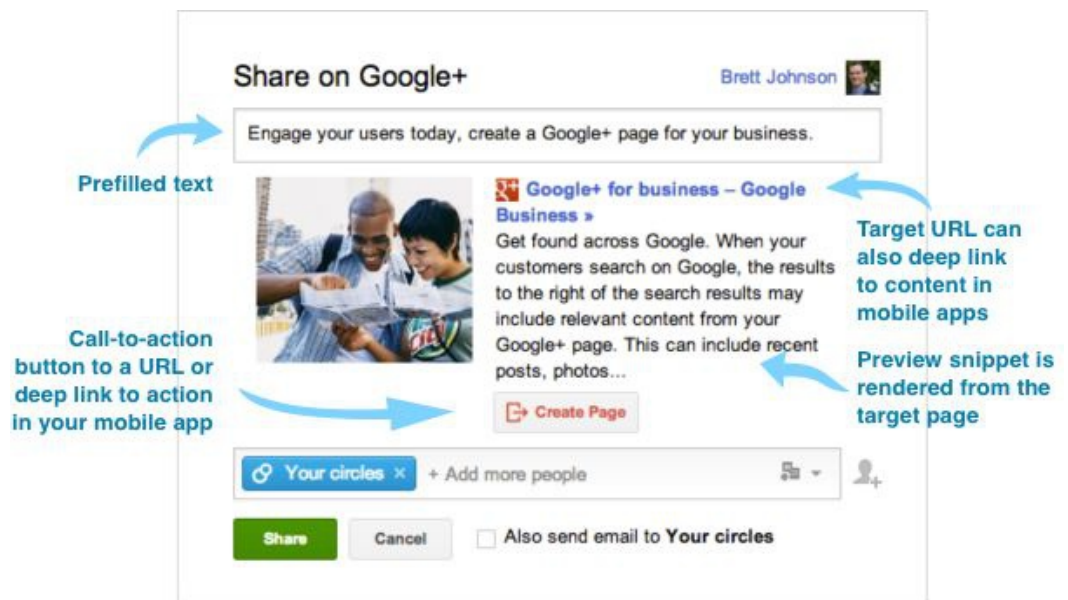


Anche se è ancora nella fase iniziale, gli annunci +Post Ads presentano un'opportunità unica per le imprese, per attirare i clienti nelle diverse fasi del ciclo di acquisto e quindi continuare a coinvolgerli attraverso i social media.

Mentre la giuria deve ancora decidere se +Post Ads sarà efficace, probabilmente ci vorrà del tempo perché il marketing impari come sfruttare efficacemente questo canale.

10. Post interattivi

I messaggi Google+ interattivi consentono di personalizzare perfettamente il modo in cui il contenuto sarà condiviso, ma permettono anche di sollecitare il pubblico sociale a compiere una determinata azione.



Google mantiene un elenco di azioni impressionante [https://developers.google.com/+/features/call-to-action-labels] che potete incorporare automaticamente nel vostro post. Tra queste:

- Guarda un video
- Iscriviti alla newsletter
- Prenota un tavolo in un ristorante
- Apri un'applicazione

... e circa altre 100

[Mike Arnesen ha scritto una buona panoramica](http://www.swellpath.com/2013/04/google-plus-interactive-posts/) [http://www.swellpath.com/2013/04/google-plus-interactive-posts/] di come iniziare ad usare i post interattivi, oppure potete trovare di più nel [blog dei Google Developers](https://developers.google.com/+/features/interactive-posts) [https://developers.google.com/+/features/interactive-posts].

Sviluppare la propria influenza

Google+ non è tanto una piattaforma di social media come Twitter e Facebook, ma una piattaforma di identità, che funziona con Google, per collegare in tutti i nostri diversi dispositivi e servizi web.

Ciò significa che mentre siti come Facebook e Twitter possono ancora portare traffico al vostro sito, Google+ è talmente integrato in così tante piattaforme, che ha molti più punti di contatto con i vostri potenziali visitatori. Le aziende che costruiscono la loro base di pubblico oggi, si posizionano potenzialmente per raccogliere ricompense più grandi in futuro.

Ricevete traffico proveniente da Google+? E' parte della vostra strategia social? Fateci sapere nei commenti qui sotto.



Cyrus Shepard

traduzione di **Marco Dini**

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

Altri articoli di Cyrus Shepard

<http://www.ideawebitalia.it/author/cyrus-shepard/>



Questo articolo si trova qui:
<http://www.ideawebitalia.it/seo/6146/>