

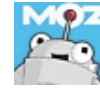
Syndication dei contenuti - Whiteboard Friday

di [Eric Enge](#)

Articolo originale:

Syndicating Content - Whiteboard Friday

<http://moz.com/blog/syndicating-content-whiteboard-friday>



8 agosto 2014



Ciao a tutti, sono Eric Enge, amministratore delegato di Stone Temple Consulting. Benvenuti a questa puntata di Whiteboard Friday. Oggi parleremo di syndication dei contenuti.

Magari questo schema è solo uno schizzo, ma avrete sentito parlare molto di syndication dei contenuti e la prima cosa che verrà in mente forse sarà "ma non è che crea contenuti duplicati e che qualcuno mi passerà avanti nei risultati della ricerca, per questo?"

E' una preoccupazione legittima, ma prima di parlare di come farlo, voglio raccontarvi del perché farlo. Infatti ci sono davvero, tante valide ragioni per la syndication dei contenuti.

Perché (e come) dovrei fare la syndication dei miei contenuti?



Bene, prima di tutto, questo in viola è il vostro sito. Qui il vostro sito sarà colorato di viola invece quest'altro in verde, è un sito autorevole. Sul sito avete creato un articolo in cui c'è scritto, diciamo: "All About Fruit", avete distribuito l'articolo al sito autorevole

(in verde), che lo ha a sua volta ripubblicato. Ecco che si è creato un contenuto duplicato. Allora perché prendere in considerazione di fare syndication?

Beh, il primo motivo è che l'associazione con un sito con un'authority superiore, trasmetterà un po' authority pure a voi, anche fra la gente che vede il vostro contenuto pubblicato su un sito con elevata authority. Questo fatto di per sé è già una gran cosa. Inoltre, se lavoriamo nel modo giusto, avremo anche il vantaggio SEO di raccogliere un po' di link juice o authority, che ci viene trasmessa. Questi due, sono da soli due ottimi motivi per farle syndication.

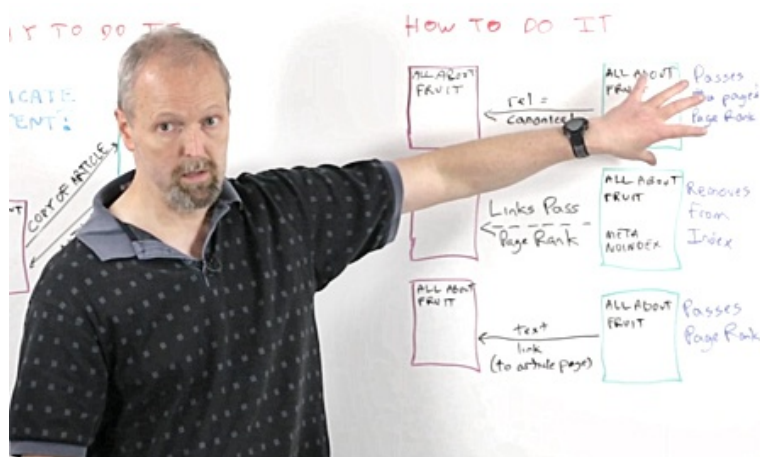


Ma avviene anche un altro fenomeno: otterrete l'esposizione verso quello che io chiamo OPA, il pubblico di altri (*Other People Audience – n.d.t.*) e questa è un'altra cosa molto utile. Queste persone, come ho detto prima, vi vedranno sul sito autorevole ed alcuni individui di questa folla, diventeranno il vostro pubblico. Questa è roba forte. Ma parliamo di come farlo.

Tre modi di fare syndication con profitto

Ci sono tre modi in cui potete far sì che questa tecnica funzioni per il vostro sito.

1) rel = canonical



Ecco di nuovo il vostro sito, ecco il sito dell'autorità. Potete far sì che il sito autorevole implementi un tag "rel=canonical" che punti alla vostra pagina; alla stessa esatta

pagina dove si trova l'articolo originale sul vostro sito. Questo dice a Google e Bing che la vera versione canonica del contenuto è quella sul vostro sito. L'effetto è che tutto il PageRank che matura la pagina sul sito autorevole verrà passato a voi. Così ogni link, tutti i link che questa pagina verde raccoglie, ora vengono passati a voi e quindi otterrete un aumento del PageRank. Questo è un risultato eccellente. E' solo una delle possibili soluzioni, ma secondo me è la migliore.

2) meta noindex

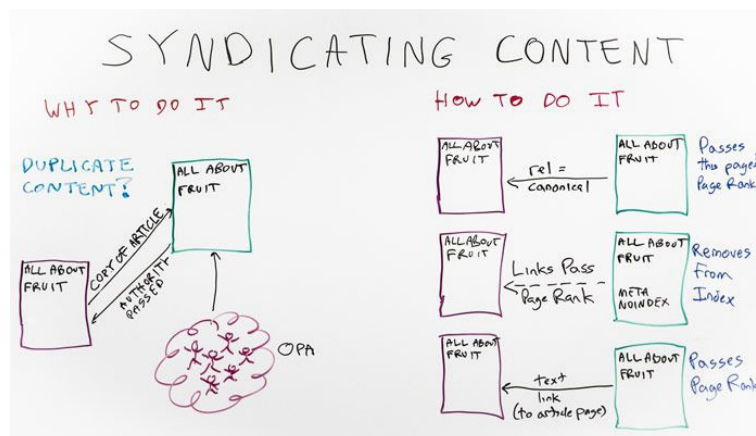
La seconda migliore. Abbiamo lo stesso scenario: il vostro sito ed il sito autorevole. Il sito autorevole inserisce il meta tag "noindex" sulla sua pagina. Questa è un'istruzione che dice al motore di ricerca di non inserire questa pagina nell'indice. Risolve il vostro problema dei contenuti duplicati in un modo diverso. Il primo metodo funziona, ma in questo caso togliamo proprio la pagina del sito autorevole dall'indice. Ora tutti i link che da questa pagina vanno alla vostra, trasmettono il PageRank. Quindi anche questa è una seconda eccellente soluzione.

Questi due metodi sono entrambi ottimi, ma purtroppo a molti siti non piacciono un granché nessuna di queste due cose. Loro vogliono avere la pagina indicizzata, oppure magari non vogliono prendersi la briga di aggiungere del codice HTML supplementare. Ma c'è una terza soluzione, che non è la soluzione migliore, ma è ancora molto praticabile negli scenari giusti.

3) Un link semplice verso l'articolo originale

Dovete fare in modo che puntino un link di testo "pulito" (senza *rel=nofollow* o altri attributi che possano modificare i pagerank – n.d.t.), dalla pagina copiata che hanno sul loro sito, verso lo stesso articolo sul vostro sito. I motori di ricerca, quando vedono quel link, sono piuttosto abili nello stabilire che siete l'autore originale. Quindi, riceverete ancora un sacco di authority trasmessa e probabilmente avrete anche eliminato il problema di contenuti duplicati.

Ricapitoliamo brevemente.



Il motivo per cui siete decisi a passare questi guai è che l'authority dal sito autorevole passerà a voi, sia a livello di percezione umana, che a livello SEO e potete anche guadagnare pubblico proveniente dal sito autorevole.

E' tutto, per questa puntata di Whiteboard Friday.

L'articolo esprime le posizioni proprie dell'autore (esclusa l'eventualità remota che sia sotto ipnosi) e può non rispecchiare le opinioni di Moz.



Eric Enge

*traduzione di **Marco Dini***

SEOMoz non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione. **SEOMoz** fornisce i migliori strumenti [<http://www.moz.com/tools>] e risorse [<http://www.moz.com/blog>] SEO del Web.



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/seo/6353/