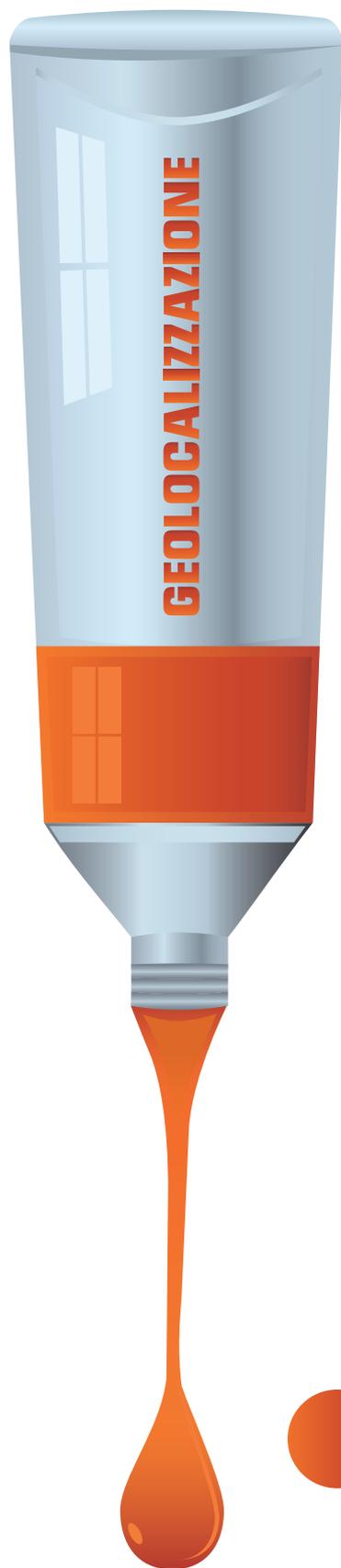


# GEOLOCALIZZAZIONE - per Google



## Guida pratica alla Geolocalizzazione di un sito web

Una Guida Pratica per la Geolocalizzazione dei siti web, frutto della sintesi degli studi e della pratica sul campo.

Ora disponibile per tutti coloro che hanno bisogno di uno strumento operativo che segue l'operatore passo dopo passo.

Una guida per affrontare un tema sempre in aggiornamento.



Guarda anche la Guida pratica SEO e SEM per Google



Guarda anche la Guida pratica al piano di marketing



Guarda anche la Guida pratica al piano di web marketing

## Quaderni di marketing: la Geolocalizzazione del sito web

E' da qualche tempo che sto cercando di identificare un sistema per geolocalizzare un sito web. Voglio condividere con voi questo lavoro con il fine di completarlo e renderlo il più aggiornato possibile anche grazie al vostro aiuto.

### Indice:

#### 1- Geolocalizzazione del sito web: Ottimizzazione onpage

- 1) **Lingua e meta tag language**  
Obiettivo: informare i motori della lingua parlata
- 2) **SEO Locale: SEO + keyword Regione/Provincia/città**  
Obiettivo: dare un nome alla Regione/Provincia/città di "residenza" del sito
- 2) **Web Semantico**  
Obiettivo: dare più informazioni ai motori di ricerca
- 3) **Il marcatore KLM**  
Obiettivo: una sitemap geolocalizzata
- 4) **Google Map inside**  
Obiettivo: dare un indirizzo al mio sito
- 4) **Contatti nel footer**  
Obiettivo: dare un indirizzo al mio sito
- 4) **EXIF file + alt**  
Obiettivo: geolocalizzare le immagini
- 5) **Local Link Building**  
Obiettivo: creare una rete di relazioni locali
- 5) **Marcatore Authorsip**  
Obiettivo: identificare chi è l'autore e geolocalizzarlo

#### 6- Geolocalizzazione del sito web: Ottimizzazione offpage

- 6) **Localizzazione del server/IP/TLD**  
Obiettivo: made in dove voglio geolocalizzare il sito
- 6) **Google Web Master Tool destinazione geografica**  
Obiettivo: GWT informato della Nazionalità del sito
- 6) **Link popularity geolocalizzata**  
Obiettivo: rete partner in grado di geolocalizzarmi

## Quaderni di marketing: la Geolocalizzazione del sito web

E' da qualche tempo che sto cercando di identificare un sistema per geolocalizzare un sito web. Voglio condividere con voi questo lavoro con il fine di completarlo e renderlo il più aggiornato possibile anche grazie al vostro aiuto.

Perché geolocalizzare un sito: Il targeting per località consente di concentrare la visibilità del tuo sito nelle aree in cui si trovano i clienti giusti e, conseguentemente, di aumentare i profitti. La geolocalizzazione di un sito haimè richiede una molteplicità di fattori/attività che sto cercando di trovare e elencare:

Ho diviso in due macro gruppi le attività da svolgere:

- 1) ottimizzazione on-page – lavoro all'interno del sito web
- 2) ottimizzazione off-page – lavoro all'esterno del sito web

## Geolocalizzazione del sito web: Ottimizzazione onpage:

Riguardano tutte quelle attività che sono da fare sul sito web da geolocalizzare. L'elenco delle attività testate fino ad adesso sono le seguenti:

- a) lingua del sito e metatag language
- b) SEO Locale: SEO + keyword Regione/Provincia/città
- c) Web semantico
- d) Il marcatore KLM
- e) Google map inside
- f) Contatti nel footer (NAP)
- g) EXIF file + alt
- h) Local Link Building
- i) Marcatore Authorsip

## Geolocalizzazione del sito web: Lingua e meta tag language

Obiettivo: informare i motori della lingua parlata

Il meta tag language è usato per dichiarare la lingua del sito o della specifica pagina web. Questo tag aiuta il motore di ricerca e il browser nei settaggi e nell'eventuale traduzione (es. Google translator). Per fare ciò, in apertura della pagina, si cita la lingua con cui è scritta la pagina o della porzione del testo andando a specificare uno standard riconosciuto dai motori di ricerca ossia il W3C.

"According to the W3C recommendation you should declare the primary language for each Web page with the lang attribute inside the <html> tag".

## **Geolocalizzazione del sito web: SEO Locale: SEO + keyword**

### **Regione/Provincia/città**

Obiettivo: dare un nome alla Regione/Provincia/città di “residenza” del sito

Per SEO locale o “local SEO” intendo la normale ottimizzazione del sito e delle pagine/post ma con un taglio geolocalizzato. A tal fine ho ottenuto dei risultati interessanti nel posizionamento sui risultati dei motori di ricerca tramite l’analisi attenta della “long tail” e la sua geo localizzazione: un’attenta analisi delle keyword più ricercate considerando tutti i fattori che troverete nel quaderno:”Guida pratica all’ottimizzazione per motori di ricerca” consente di aumentare il traffico sul proprio sito, diciamo un traffico già targettizzato perché formato da utenti che ricercano proprio specifiche keyword. Questo target però avendo io l’obiettivo della geolocalizzazione per me era troppo ampio. Ho quindi inserito proprio nei campi “chiave” il nome della città obiettivo per la mia geolocalizzazione oppure la regione o la provincia a seconda dell’apertura geografica che volevo dare alla mia pagina. L’idea è stata quella di riprendere le istruzioni di Google Adwords quando si vuole proporre gli annunci ai clienti di un’area geografica selezionata o quando vado a selezionare Paesi interi, aree di un Paese come città o territori.

## **Geolocalizzazione del sito web: Web Semantico**

Obiettivo: dare più informazioni ai motori di ricerca

Si tratta di strutture in grado di dare ulteriori informazioni ai motori di ricerca. Anche in questo caso è necessario citare lo standard utilizzato. Lo standard riconosciuto dai motori è Schema.org. Il normale linguaggio HTML non dà nessuna informazione ai motori di ricerca relativamente al significato semantico di un termine all’interno di un codice ecco che l’utilizzo di questi marcatori che sono ritenuti validi dai motori di ricerca (Google, Bing, Yandex, Yahoo) aiuta a dare significato ai contenuti. In ottica di geolocalizzazione o standard schema.org offre tutta una serie di marcatori in grado di geolocalizzare la pagina e arricchire lo snippet: <https://schema.org/LocalBusiness>. Se siete dubbiosi una volta inseriti i marcatori del loro funzionamento, lo strumento Google Web Master Tool vi aiuterà a identificare i marcatori funzionanti.

## Geolocalizzazione del sito web: Il marcatore KLM

Obiettivo: una sitemap geolocalizzata

Il file KML è utile per la geolocalizzazione della propria attività, è un marcatore (Keyhole Markup Language) usato per identificare location in Google map, Google Heart, Flickr e altri. Google sta indicizzando questi marcatori KML ecco perchè è opportuno, se vogliamo geolocalizzare il nostro portale prevederli. Si tratta di marcatori inseriti all'interno di un file caricato nella root del sito assieme al file: sitemap.xml che darà a Google le coordinate del file .kml. Tramite Google Web Master tool invierò a Google la sitemap: sitemap.xml nella quale file ci sarà un rimbalzo al file .kml. Vediamo adesso le istruzioni per creare il KML file, ecco i passi da compiere:

- Crearsi un account su Google Map
- Crearsi una mappa andando ad identificare la location che vogliamo geolocalizzare (POI)
- Cliccare sull'icona a forma di "cartella" + "Esporta in KML"
- Salva il file come <nome.kml>
- Caricare il file <nome.kml> nella root del proprio sito web da geolocalizzare
- Creare il file sitemap.xml e caricarlo nella root. Per creare questo file è sufficiente seguire le istruzioni vd. sotto
- Caricare il file sitemap.xml nella root del sito web da geolocalizzare
- Tramite Google Web Master Tool invio a Google solo il file sitemap.xml

Per creare un file sitemap.xml per la geolocalizzazione con marcatore kml ecco come procedere. Creare tramite notepad un file sitemap.xml che deve contenere il seguente codice:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
xmlns:geo="http://www.google.com/geo/schemas/sitemap/1.0">
<url>
<loc>http://nome.kml</loc> -> qui inserirò il nome che ha il file.kml che ho caricato
nella root
</url>
</urlset>
```

## **Geolocalizzazione del sito web: Google Map inside**

Obiettivo: dare un indirizzo al mio sito

Prevedere nella pagina contatti una mappa Google Map. A mio avviso è più performante inserire una mappa Google map ma con il POI attivato (punto di interesse). A tal fine es. su wordpress ci sono molti plugin che aiutano in questa attività. Mi permettono di inserire l'indirizzo e di attivare un punto di interesse geolocalizzato (latitudine e longitudine) inoltre posso inserire testo+link+foto.

## **Geolocalizzazione del sito web: Contatti nel footer**

Obiettivo: dare un indirizzo al mio sito

Semplice ma aiuta. Si inserisce il classico indirizzo della società da geolocalizzare a piè di pagina. L'idea però così come per tutti gli indirizzi geografici collegati al mio sito è di avere una coerenza ossia una pagina implica uno specifico indirizzo geografico. Credo che il punto di partenza sia l'indirizzo geografico del mio account Google Plus (local) dopodiché utilizzo il medesimo indirizzo con il medesimo POI per geolocalizzare il mio sito web o pagina. In questo modo il Motore di Ricerca troverà coerenza fra gli indirizzi che reperisce online del mio sito /pagina web e i medesimi onsite. Se dovessi dire come scrivere un indirizzo, citerei il NAP: Name, Address and Phone Number (compreso di prefisso con il +39 per l'Italia).

## **Geolocalizzazione del sito web: EXIF file + alt**

Obiettivo: geolocalizzare le immagini

Che ci crediate o no funziona. In questo caso lavoriamo sulle immagini del nostro sito con l'obiettivo di geolocalizzarle. L'attività è duplice ma tralascio la normale attività di ottimizzazione delle immagini come da guida: "Guida pratica all'ottimizzazione per motori di ricerca" per concentrarmi sul file EXIF: EXchangeable Image File, ovvero file di immagine intercambiabile. Quando scatto un'immagine in digitale, su questa la mia macchina va ad imprimerci tutta una serie di informazioni aggiuntive che sono lette dai motori di ricerca. Tra le varie informazioni che possiamo reperire troviamo anche la geolocalizzazione dell'immagine tramite longitudine e latitudine. Ecco che prima di caricare l'immagine sul sito è opportuno scrivere questo file exif inserendo i dati di geolocalizzazione. A tal fine ci viene in aiuto: <http://thexifer.net/>. In breve tempo ho notato che le immagini si erano ben posizionate su Google image per keyword geolocalizzate.

## **Geolocalizzazione del sito web: Local Link Building**

Obiettivo: creare una rete di relazioni locali

Link building ma locale. Questo significa andare a crearsi una rete di link a tema, in trust e autorevoli che ci linkano. Tutti questi link da siti locali. Qua c'è il mondo dei siti di partners, associazioni di categoria, enti, locali. L'attività di local link building non è affatto semplice. Avere molti link ma poco performanti è come non averne e alle volte è più dannoso (usate il no follow). Per questa attività ci sono comunque molti tools che ci vengono in aiuto.

## **Marcatore Authorsip**

Obiettivo: identificare chi è l'autore e geolocalizzarlo

Questo marcatore avvisa il motore di ricerca di chi è la proprietà del sito web. L'idea è di collegare il proprio account Google Plus Local al sito web tramite l'inserimento nel sito o nella pagina o post di una rel"author" collegata all'url della pagina google plus local e sul G+. In Google plus e G+Local andrò a inserire alla voce "contributore" l'url del sito/pagine/post da geolocalizzare. In questo modo Google riconoscerà che quello specifico sito/pagine/post è scritto da un geolocalizzato utente/sito. Questo a mio avviso oltre ad aiutare la geolocalizzazione si porta con se tutto il valore del "Social Circle " di G+.

## **Geolocalizzazione del sito web: Ottimizzazione offpage:**

Riguardano tutte quelle attività che sono da fare al di fuori del sito web da geolocalizzare. L'elenco che ho testato fino ad adesso è il seguente:

- a) Localizzazione del server/IP/TLD
- b) Google Web Master Tool destinazione geografica
- c) Link popularity geolocalizzata

## **Geolocalizzazione del sito web: Localizzazione del server/IP/TLD**

Obiettivo: made in dove voglio geolocalizzare il sito

Molto semplicemente se il tuo sito è creato per parlare al mercato Italia è opportuno avere un server in Italia che proponga una lista di IP italiani inoltre sempre meglio avere il TLD (top level domain) in .it

## **Geolocalizzazione del sito web: Google Web Master Tool destinazione geografica**

Obiettivo: GWT informato della Nazionalità del sito

Tramite GW Tool se il mio sito ha un TLD diverso dal .it posso informare Google della destinazione geografica del mio portale, ad esempio se il mio sito ha come estensione di primo livello un .com posso avvisare google della lingua con cui è scritto il mio sito e quindi al target geografico a cui si rivolge. Per fare questo (quest'opzione non c'è nei siti .it ... tld dove è evidente la destinazione geografica) agisco su: Impostazioni - destinazione geografica.

## **Geolocalizzazione del sito web: Link popularity geolocalizzata**

Obiettivo: rete partner in grado di geolocalizzarmi

Sfruttare portali come tripadvisor, pagine bianche/gialle, booking ossia tutta quella serie di portali e directory che categorizzano i siti per località, aiuta alla geolocalizzazione. Sicuramente però in questi portali le recensioni sono da considerare per il ranking sui Motori di ricerca.