

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2015 - 2016

Titolo della tesi: SEO e Social Signs: un rapporto in evoluzione

Autore: Raffaele Manca

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio della correlazione tra i cosiddetti social signs e l'effetto che questi hanno sul ranking di una pagina web nei risultati di ricerca dei search engine. Il progetto di tesi è stato svolto analizzando il tema in tre diversi capitoli. Nel primo si è introdotta la SEO e tutte le sue attività, presentando le diverse tecniche e sfide che gli esperti di ottimizzazione di pagine web applicano quotidianamente nel loro lavoro. Si è voluta anche affrontare, in breve, l'evoluzione della SEO e di pari passi il cambiamento degli algoritmi di Google, il main player tra i motori di ricerca; questo per far comprendere come l'insieme di attività sia stato da sempre, appunto, in continuo mutamento. Nel secondo capitolo sono stati introdotti i social network e in modo particolare il cambiamento che hanno portato in ambito web, ma non solo. Sono le piattaforme social infatti che hanno negli ultimi 10 anni completamente sconvolto quello che era il web e l'interazione che gli utenti avevano con esso, creando tante e nuove opportunità per marchi, aziende e gli utenti stessi. Nel terzo e ultimo capitolo è stato introdotto il social media marketing come strumento di promozione e infine presentati cinque casi di studio che vogliono provare come la presenza e le attività condotte quotidianamente sulle diverse piattaforme di social network vadano a impattare in modo visibile la posizione nei risultati di ricerca di una pagina web collegata a suddette attività. Sono stati scelti cinque casi di studio diversi per dimostrare come questi segnali vengano ormai captati e indicizzati dai più importanti motori di ricerca per poi essere usati nel calcolare il ranking delle pagine.