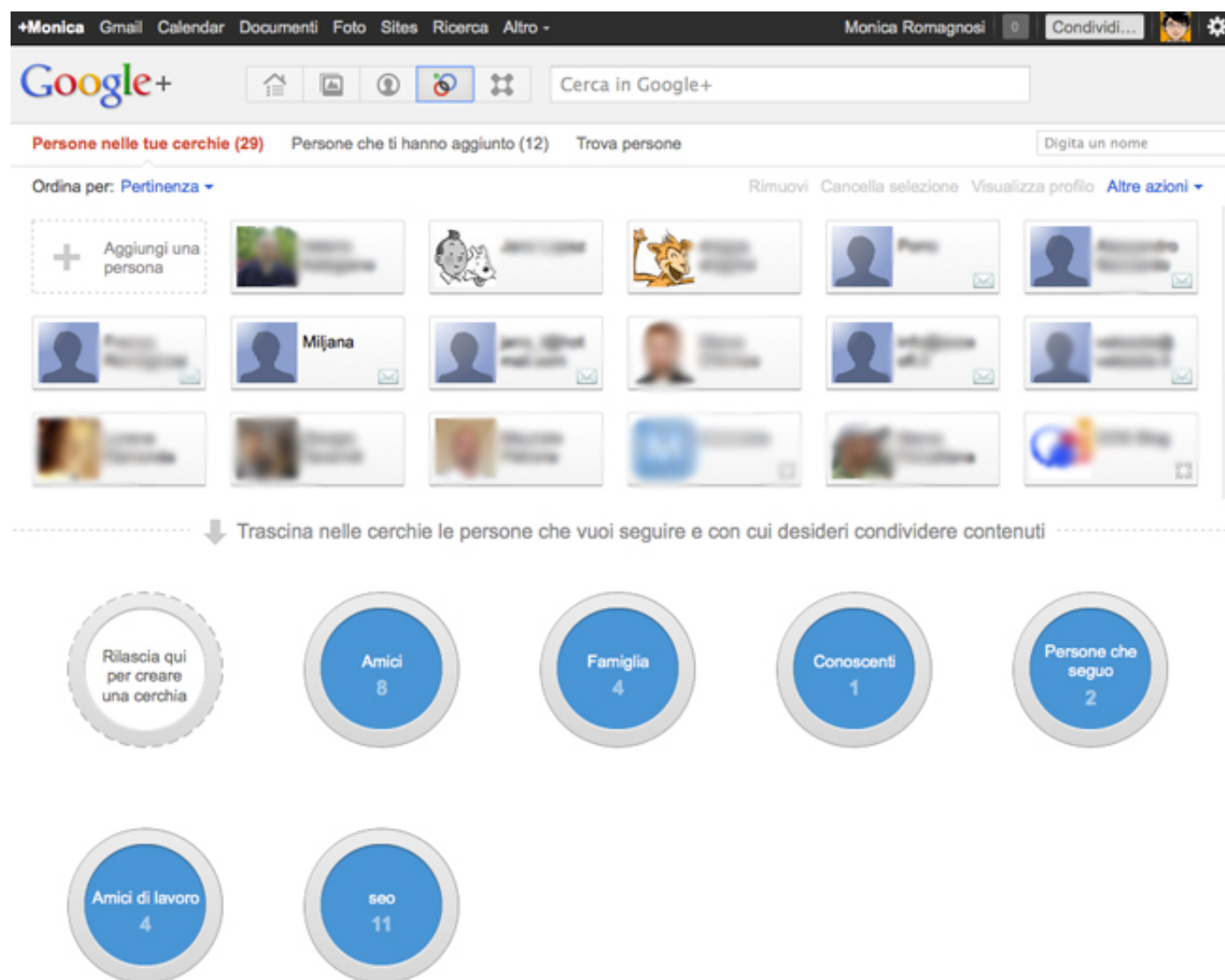


# Google Plus: come cambia il posizionamento di un sito web?

Google Plus nasce come Beta privato nel Giugno 2011. Il suffisso Plus stà ad indicare un'estensione di Google stesso. L'obiettivo iniziale è semplice: il motore di ricerca più potente al mondo vorrebbe contrastare i social più in voga del momento, quali Facebook e Twitter, anche se quest'ultimo è più un information network.

Il social network di Google è, come molti altri, un ritrovo virtuale che raccoglie diversi prodotti sociali quali luoghi in cui chattare e guardare video, giocare e raccogliere in album immagini e foto, ma la novità sta nel gestire le amicizie con delle cerchie apposite che possiamo nominare a nostro piacimento: ad esempio, cerchia "Amici" oppure "Parenti" oppure "Colleghi", ecc.



The image shows a screenshot of the Google+ web interface. At the top, there's a navigation bar with links to Gmail, Calendar, Documenti, Foto, Sites, Ricerca, and Altro. The user's name, Monica Romagnosi, and a search bar are also visible. Below the navigation bar, the main content area displays a list of people in a circle, with a search bar and filters. The list includes a '+ Aggiungi una persona' button and several profile cards. Below the list, there's a section for creating or selecting circles, with a prompt: 'Trascina nelle cerchie le persone che vuoi seguire e con cui desideri condividere contenuti'. The circles shown are: 'Rilascia qui per creare una cerchia', 'Amici 8', 'Famiglia 4', 'Conoscenti 1', 'Persone che seguo 2', 'Amici di lavoro 4', and 'seo 11'.

Questo social non rappresenta un modo per clonare la piazza virtuale della quale gli utenti

dispongono su Facebook, ma è utile allo scopo di allargare cerchie professionali e di amicizia. Se l'utente deve fare business, può certamente puntare su un numero imprecisato di amici o fan su Facebook, oppure creare una sinergia marketing più mirata con Google Plus.

Ad oggi, Google Plus annovera circa 40 milioni di utenti nel mondo e le previsioni dei SEO più esperti ci dicono che il colosso Google cambierà molte delle regole del gioco sul posizionamento dei siti on-line, specie per quelli riguardanti i profili business.



### Crea una pagina

#### Scegli una categoria

-  Attività locale o luogo
-  Prodotto o marca
-  Azienda, istituzione o organizzazione
-  Arte, sport e intrattenimento
-  Altro

#### Aggiungi le tue informazioni

 Creare una pagina ti mette in contatto con i tuoi clienti, ammiratori e follower su Google+.

-  Inizia conversazioni faccia a faccia nei videoritrovi
-  Crea le cerchie per condividere i messaggi giusti con le persone giuste
-  Aiuta gli altri a consigliarti negli annunci e nelle ricerche di Google utilizzando il pulsante +1.

©2012 Google - [Termini](#) - [Norme sui contenuti](#) - [Privacy](#) - italiano / [Imposta regione](#) - [Crea una pagina](#)

Dal 10 Gennaio 2012, infatti, la ricerca è cambiata: negli ultimi anni Google ha affinato il "setacciamento" dei siti web in maniera qualitativa, di contenuti ottimali, ora si affaccia anche alle persone e alle relazioni che intercorrono tra queste e le loro preferenze.

Che cosa vuol dire tutto ciò? Che sul web è possibile trovare le nostre cose, le persone che conosciamo e quelle che hanno condiviso dei contenuti con noi, contenuti pubblici ovviamente.

Ad esempio, se si cerca "libri" o "riviste", si può notare come i risultati delle ricerche includano anche persone o aziende o associazioni in Google+ che hanno parlato di quegli argomenti.

Google Plus ha tenuto conto della sicurezza e della privacy sui dati, adottando crittografie SSL nelle pagine dei risultati. Mostra solo ciò che si desidera per davvero far cercare sul web. I risultati personali sono sempre distintamente contrassegnati come "Solo tu" oppure "Con restrizioni" o ancora come "Pubblico", quindi le persone o le ditte scovate dal motore di ricerca compaiono nella "cerchia" di appartenenza, ma non i contenuti, se privati o con restrizioni.

Restrizioni permettendo, la ricerca avviene esclusivamente attraverso le informazioni private e con quelle condivise dall'utente, non solo sul web pubblico.

A titolo esemplificativo dell'argomento "ricerca", è utile la visione di [questo filmato davvero simpatico](#), anche se in lingua Inglese.

## Quali sono le novità in ottica SEO?

Come visibilità, sul motore di ricerca Google si son già evidenziati i primi frutti. Un risultato ottenuto grazie all'integrazione del +1 negli articoli, nei video, nei profili e in quant'altro possa essere presente tra i servizi di Google.

Nella ricerca che l'utente effettua sul motore di ricerca ci sono già risultati che mostrano il +1 con il quale quest'ultimo ha indicato un articolo o un filmato e che magari rientra nelle sue cerchie. Le [SERP](#) di Google appaiono già con risultati in tempo reale e tutto questo è rappresentato da una sola parola, destinata ad accrescere questo servizio: **interazione**.

Il +1 che l'utente, loggato con account Google, va a dare come preferenza su un articolo compare nelle SERP delle future ricerche su quel determinato argomento, ma fa presente anche al motore di ricerca quali sono le sue preferenze aumentando anche l'indice di popolarità di quel determinato sito, post, articolo o video che sia.

## Cosa influirà sul futuro?

Tra le tante prove di laboratorio del colosso di Mountain View, a mio avviso, questo progetto è destinato ad incrementarsi con il tempo. Non è solo una questione di contrapposizione con gli altri social, quanto piuttosto la missione di rappresentare un punto focale e organizzativo dentro il quale riuscire a tenere sotto controllo tutto quello che sul web può interessare e può essere seguito dall'utente.

Se io, utente medio, da anni con account Google, accedo a siti reputati attendibili dal motore di ricerca ed ora, con questo strumento, vado in giro per il web, dando preferenze con il +1, sono portato a ritenere logico che questi dati siano utilizzati per incrementare l'attendibilità di un sito e

che, di conseguenza, il sito venga ad essere meglio posizionato anche per utenti non loggati, nella ricerca dello stesso prodotto.

A Google è sempre piaciuto sfornare algoritmi complessi e questo modo di operare sul web inizia a cambiare qualche scenario di cui vedremo gli effetti solo col passare del tempo.

Ecco cosa guarda Google al momento: semantica ottimale, contenuti di qualità ed ora anche attendibilità delle informazioni inviategli con il +1.

Secondo te come influirà in ambito SEO questo Social?

Può davvero cambiare e incidere pesantemente sugli attuali posizionamenti di siti o è destinato a essere un nuovo fallimento come molti altri esperimenti di Big G andati male (vedi Wave, Buzz, ecc.)?