



Se una pagina web ottiene molti “**Mi piace**”, commenti e condivisioni su Facebook, *retweet* su Twitter, +1 su Google+ etc., è segno che viene considerata e gradita dagli utenti, e quindi si potrebbe pensare che ciò determini un valore anche per i motori di ricerca. In verità, stando alle ultime dichiarazioni sul tema di Matt Cutts, ex portavoce di Google, i cosiddetti “*social signals*” (segnali sociali) **non sono** un fattore di ranking. Ecco la sua dichiarazione:

“Le pagine Facebook e Twitter sono trattate come qualunque altra pagina nel nostro indice web, quindi se qualcosa accade su Twitter o su Facebook e siamo in grado di eseguire la scansione, allora possiamo restituirla nei nostri risultati di ricerca. Ma per quanto riguarda qualcosa di specifico, tipo: “questo ha molti seguaci su Twitter” o “questo ha molti Mi piace su Facebook”, al meglio delle mie conoscenze, al momento non abbiamo nessun segnale del genere nei nostri algoritmi di ranking”.

Tuttavia, l’implementazione di apposite **API** per facilitare la condivisione delle pagine sui social network (pulsanti di condivisione, come quelli in fondo a questo articolo) e il corretto uso degli stessi social potrebbe contribuire in maniera indiretta all’ottimizzazione per i motori di ricerca, aumentando ad esempio la probabilità di ottenere link spontanei. È quindi cosa buona per chi fa SEO curare la presenza sui social network ed incentivare la condivisione delle pagine.

La questione relativa a Google+ ha creato non poca confusione, poiché alcuni sostengono che Google abbia un “*occhio di riguardo*” nei confronti del social network di sua proprietà, premiando chi lo utilizza. Anche se quest’ipotesi non è del tutto impensabile, non vi è alcuna evidenza dimostrata di una qualche relazione tra utilizzo di Google+ e miglioramenti nel posizionamento.