

L'AI sbarca nella search di Google: come cambierà la SEO?

L'introduzione dell'Intelligenza Artificiale (IA) nella ricerca di Google ha già portato a cambiamenti significativi nel campo dell'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). L'IA di Google è stata progettata per comprendere meglio l'intento degli utenti dietro le loro query di ricerca e per fornire risultati più rilevanti e di alta qualità.

Di seguito sono riportati alcuni modi in cui l'integrazione dell'IA di Google potrebbe influenzare la SEO:

1. Ricerca semantica: l'IA di Google è in grado di comprendere il significato contestuale delle parole e delle frasi all'interno di una query di ricerca. Ciò significa che si darà maggior importanza al contesto e al significato complessivo delle parole chiave, piuttosto che focalizzarsi solo sulle singole parole. Pertanto, la SEO dovrà essere incentrata sulla creazione di contenuti pertinenti e di alta qualità che soddisfino l'intento degli utenti.
2. Ricerca vocale: l'IA di Google è stata fondamentale nello sviluppo e nell'ottimizzazione della ricerca vocale. Con l'aumento dell'uso di assistenti vocali come Google Assistant, Siri e Alexa, la SEO dovrà adattarsi per rispondere alle richieste di ricerca effettuate tramite comandi vocali. Ciò richiederà la creazione di contenuti ottimizzati per le conversazioni e la considerazione di frasi più lunghe e colloquiali.
3. Snippet in evidenza: l'IA di Google è utilizzata per selezionare i contenuti da mostrare nei "snippet in evidenza" (featured snippets) nella pagina dei risultati di ricerca. Questi snippet offrono una risposta diretta e concisa a una domanda specifica degli utenti. Gli specialisti SEO dovranno concentrarsi sulla creazione di

contenuti strutturati in modo chiaro, che forniscono risposte immediate alle domande degli utenti e che soddisfano i criteri di selezione dell'IA di Google per i snippet in evidenza.

4. Esperienza utente: l'IA di Google tiene conto dell'esperienza utente nel determinare la pertinenza di un sito web. Elementi come il tempo di caricamento delle pagine, la facilità di navigazione, la compatibilità mobile e la sicurezza del sito possono influenzare il posizionamento nei risultati di ricerca. La SEO dovrà mettere maggiormente l'accento sull'ottimizzazione dell'esperienza utente, garantendo un sito web veloce, user-friendly e sicuro.
5. Personalizzazione dei risultati di ricerca: l'IA di Google è in grado di personalizzare i risultati di ricerca in base alle preferenze e al comportamento degli utenti. Ciò significa che i risultati di ricerca potrebbero variare da persona a persona. La SEO dovrà considerare l'importanza di fornire una buona esperienza di personalizzazione e di adattarsi ai cambiamenti nelle preferenze degli utenti.

In generale, la SEO dovrà evolversi per abbracciare i cambiamenti apportati dall'IA di Google.