



CORSI IN **WEB MARKETING**
SEO ACADEMY
100% GRATUITI E CERTIFICATI

SOCIAL NETWORK
Buzz Marketing - Web Agency and Seo

Modulo Social Network

In questo modulo, dedicato ai Social Network, andremo ad imparare il loro funzionamento e utilizzarli, al meglio, per migliorare le nostre performance sulla rete. Da Facebook a Twitter, passando per Google+ in un viaggio “Social”..



[CLICCA QUI](#) e vai alle lezioni di Seo Academy



Hai delle domande? Guarda cosa si dice sul Forum, [CLICCA QUI](#)



Non conosci qualche termine? Vai a WikiSeo, [CLICCA QUI](#)

Edge Rank

I MANUALI DI SEO ACADEMY - LICENZA D'USO

1. Il Manuale è gratuito e fa parte del materiale didattico di **Seo Academy**.
2. Il contenuto potrà essere COPIATO sul vostro sito internet solamente citando la **FONTE con il link a Seo Academy** e non modificandone il testo con i link di approfondimento.
3. Il layout potrà essere modificato in base alle vostre esigenze.
4. Il Pdf potrà essere redistribuito o utilizzato come **BONUS** da scaricare per i vostri visitatori ma senza alterarne i contenuti e la fonte.

Abbiamo più volte parlato, nelle varie lezioni inerenti a Facebook, di Edge Rank, l'algoritmo del social network che determina quali siano le notizie più rilevanti per singolo utente.

Come si determina l'Edgerank?

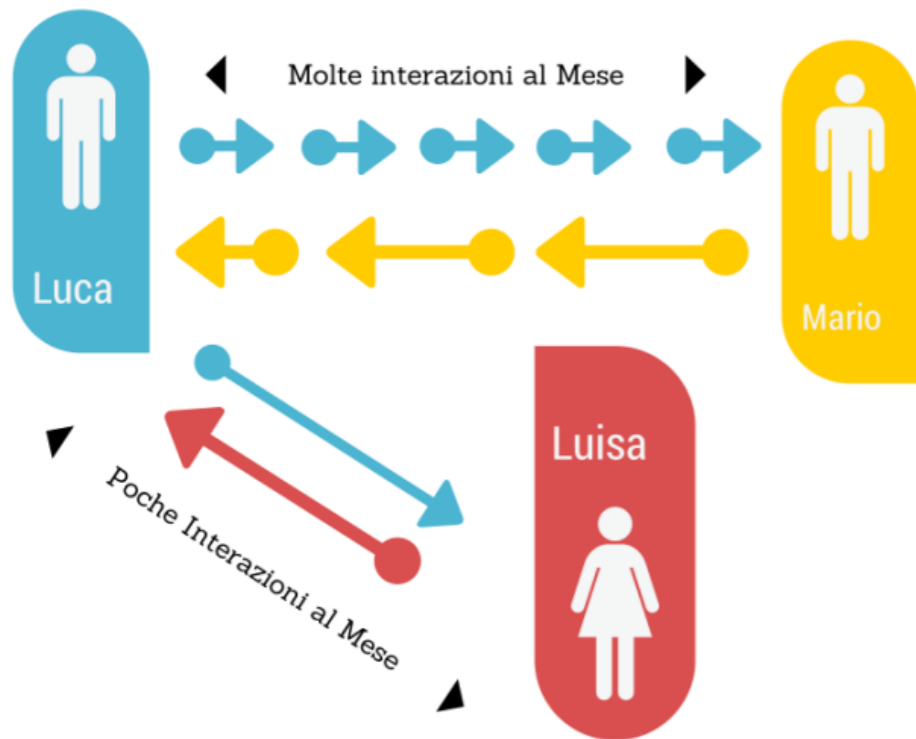
Questo algoritmo si basa su tre parametri:

- **Affinity Score**

Questo fattore viene determinato dal "grado di interazione" fra due o più utenti nella piattaforma. Più alto sarà questo indice, più frequenti saranno i contenuti che verranno visualizzati reciprocamente nel flusso delle bacheche personali.

Ad esempio: Luca, quasi ogni giorno, scrive sulla bacheca del suo amico Mario e riceve dallo stesso dei commenti. Oltre che con Mario Luca, una volta al mese, interagisce con Luisa.

In questo caso l'Edge Rank stabilirà che, ogni qualvolta Mario pubblicherà qualcosa, questa sarà visibile anche nella bacheca di Luca premiando la loro più alta "affinità"; mentre i contenuti di Luisa saranno pubblicati solo in minima percentuale sulla bacheca di Luca data la bassa interazione fra i due (Facebook, in questo caso determinerà che le informazioni di Mario per Luca sono maggiormente rilevanti rispetto a quelle di Luisa).



L'Affinity Score è unidirezionale quindi, riprendendo l'esempio precedente. Se Luca fosse molto attivo su ogni post di Mario mentre il secondo indifferente agli elementi di Luca, probabilmente l'Edge Rank capirebbe che per Luca, Mario, è molto importante ma non l'inverso.

In questo caso quindi i contenuti di Mario sarebbero sempre presenti sulla bacheca di Luca ma non sarebbe garantita la condizione inversa.



Ma come fa Facebook a definire questo indice di affinità? Calcola le azioni "Esplicite" compiute da un utente; cioè tutte quelle azioni di gradimento come gli "I Like", le "condivisioni" o attraverso i commenti ad un elemento pubblicato o azioni di tag.

Anche se un utente è molto interessato ai contenuti di un altro e li consulta continuamente, ma non compie alcuna azione, l'affinità non aumenterebbe.

- **Edge Weight**

Questo fattore considera il peso di un interazione. Ogni azione, secondo le valutazioni dell'algoritmo, ha un "valore" differente in base allo sforzo per l'interazione stessa.

Secondo Facebook c'è maggiore coinvolgimento quando qualcuno inserisce un commento rispetto ad un mero "I Like" o "share". Quindi, se volessimo che la nostra fanpage abbia sempre un'esposizione ottimale, nelle bacheche dei nostri fans, dovremmo incentivare i commenti rispetto ad ottenere solamente un gradimento.

- **Time Decay**

Il terzo parametro considerato dall'algoritmo di Facebook è il tempo di decadimento. Riprendendo l'esempio precedente se Luca e Mario hanno interagito, in modo costante, per dei mesi, avranno un'alta considerazione da parte dell'algoritmo e, ogni loro contenuto pubblicato, sarà visibile nella bacheca dell'amico.

Ma, se gli stessi, per un mese, non hanno altre interazioni, la loro "relazione" sociale inizia ad avere un peso inferiore. Cosicché anche i contenuti pubblicati da uno o dall'altro non compariranno sempre nelle bacheche dell'amico.

Dopo queste considerazioni possiamo capire l'importanza di avere una "community attiva" nella nostra fanpage; solamente incentivando le interazioni avremo un'esposizione ottimale nelle bacheche dei nostri fans evitando così di dover utilizzare i servizi sponsorizzati proposti dalla piattaforma.

Fonte: [Seo Academy - Corsi Gratuiti in Web Marketing e Seo](#)

*I contenuti, i testi e i pdf di Seo Academy sono stati creati da

[Buzz Marketing - Web Agency & Seo](#)