



UMANI ALGORITMI

STORIE DI PERSONE E TECNOLOGIE

MERCOLEDÌ 22 GIUGNO
DALLE ORE 17.00



Chalet, Giardini Pubblici Ravenna
Viale Santi Baldini, 4

Nell'ambito di



UMANI ALGORITMI:

storie di persone e tecnologie

Ravenna

Breve bio

Da sempre appassionato di informatica, fin dal mio primo *ZX Spectrum dell'83*, folgorato dal web in età universitaria, dal 2000 ho fatto di questa passione un lavoro.



Sono oggi responsabile commerciale e marketing di Progetto Aroma.



Progetto Aroma



Nasce nel **settembre 2000** a **Faenza**.
Oggi si può definire un **web agency storica**.

200+

clienti attivi

400+

realizzazioni

25+

e-commerce



Siti Web
E-commerce



Sviluppo
Software Web



Web e Social
Media Marketing

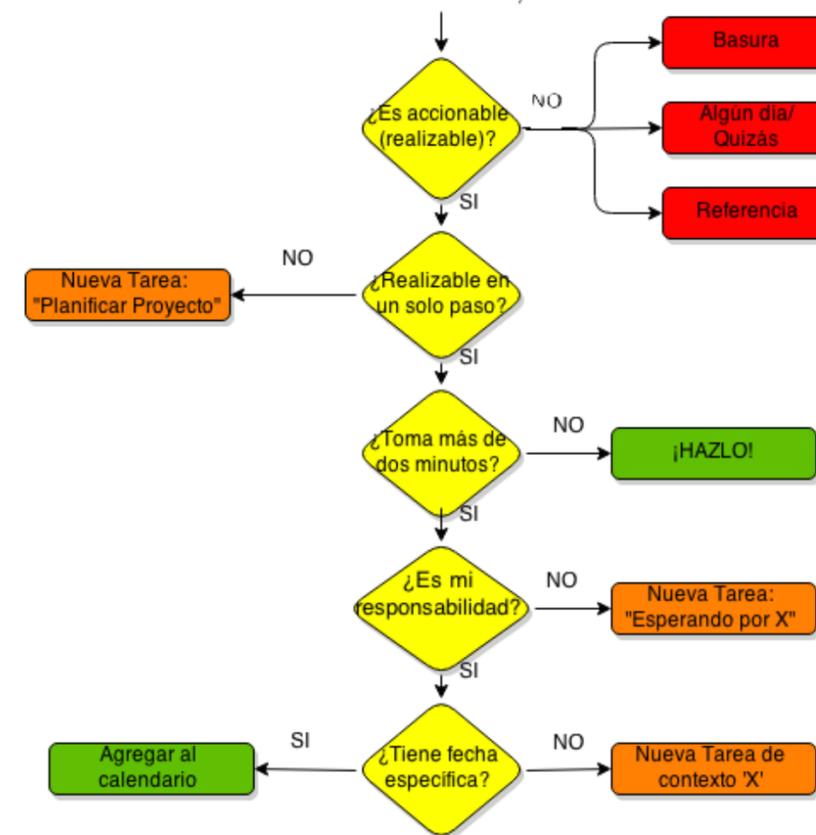


Formazione
Consulenza



Cos'è un algoritmo?

Un algoritmo è una *strategia* atta alla *risoluzione di un problema*, costituita da una *sequenza finita di operazioni*, che consente di risolvere tutti i quesiti di una *stessa classe*.



Cos'è un algoritmo?

Un algoritmo deve essere:

- ▶ **finito**, cioè costituito da un numero finito di istruzioni e presenta una fine;
- ▶ **deterministico**, cioè partendo dagli stessi dati in input, si ottengono i medesimi risultati in output;
- ▶ **non ambiguo**, le operazioni devono poter essere interpretate nello stesso modo da tutti anche se l'esecutore è differente;
- ▶ **generale**, cioè quando la soluzione è uguale per tutti i problemi della medesima classe.



Concetto fondamentale dell'informatica

E' alla base della nozione teorica di **calcolabilità**:

un problema è calcolabile quando è risolvibile mediante un algoritmo.

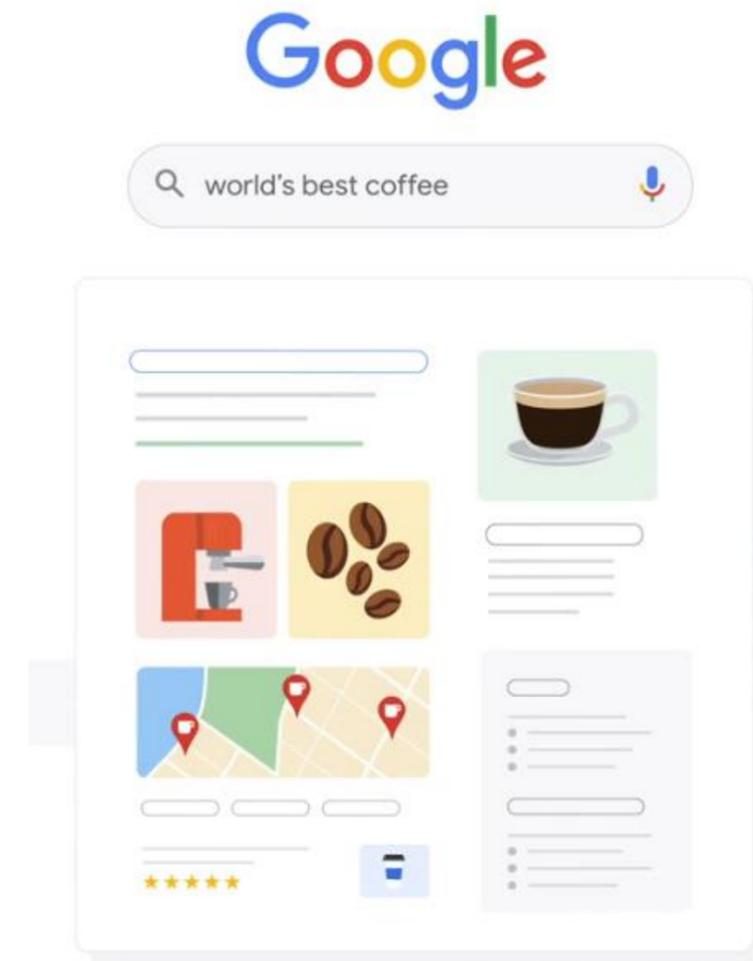


L'algorithmo di Google Search

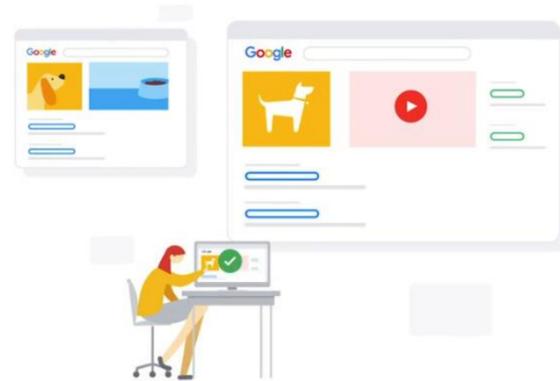


In principio fu il PageRank...

“ispirato al sistema dei valori della comunità scientifica” ovvero, più menzioni e riferimenti (link) riceve un sito e maggiore è il suo valore nella ricerca.



Oggi la situazione si è un po' complicata



L'utilizzo di *Intelligenza Artificiale e Machine Learning* ha reso l'algoritmo molto complesso da spiegare, anche per i tecnici di Google!

Potete approfondire da qui:

https://www.google.com/intl/en_us/search/howsearchworks/



L'approccio però rimane lo stesso

“Deliver the most relevant and reliable information available”

Ovvero

Offrire le più rilevanti e pertinenti informazioni disponibili



Attraverso queste fasi

- ▶ **scansione** (*crawling*)
- ▶ **indicizzazione** (*indexing*)
- ▶ **posizionamento** (*ranking*)



Quali strumenti possono aiutarci?

▶ **Google Search Console**



▶ **Google Analytics**

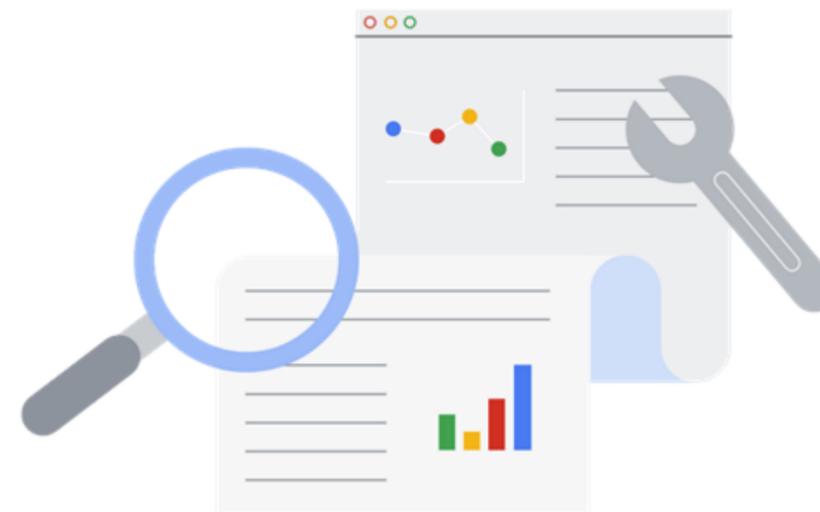


Google Search Console



In sintesi

E' un servizio gratuito offerto da Google che ti consente di *monitorare e gestire* la presenza del tuo sito nei *risultati della ricerca*.



Principali funzionalità e vantaggi

- ▶ **Verifica** che Google riesca a trovare il tuo sito e ne esegua la scansione
- ▶ **Segnala** problemi di indicizzazione e consente di richiedere una nuova indicizzazione dei contenuti nuovi o aggiornati
- ▶ **Visualizza** i dati sul traffico della ricerca relativi al tuo sito
- ▶ **Mostra** i siti che rimandano tramite link al tuo sito web



Novità: misura dell'esperienza utente

▼ Esperienza

- ⊕ Esperienza sulle pagine
- 📄 Segnali web essenziali
- 📱 Usabilità su dispositivi ...

Negli ultimi anni Google si è concentrato sul monitoraggio della **reale esperienza utente**, attraverso il suo *browser Chrome*, con l'intento di **migliorare la fruizione dei siti su mobile e desktop**.

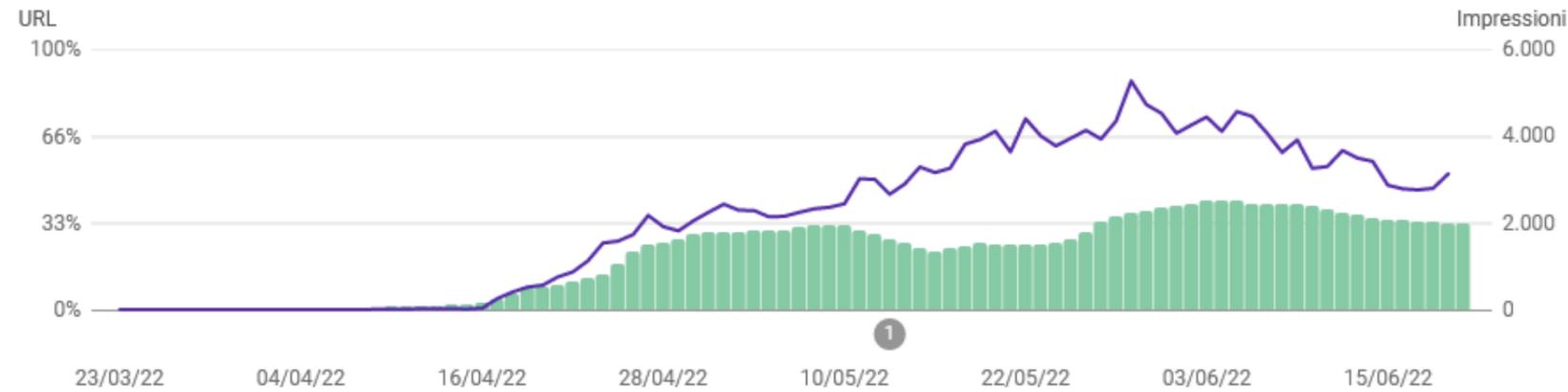


Dispositivo mobile

URL buoni [?]
32,7%

Impressioni totali degli URL buoni [?]
188.835

ⁱ Informazioni sul grafico

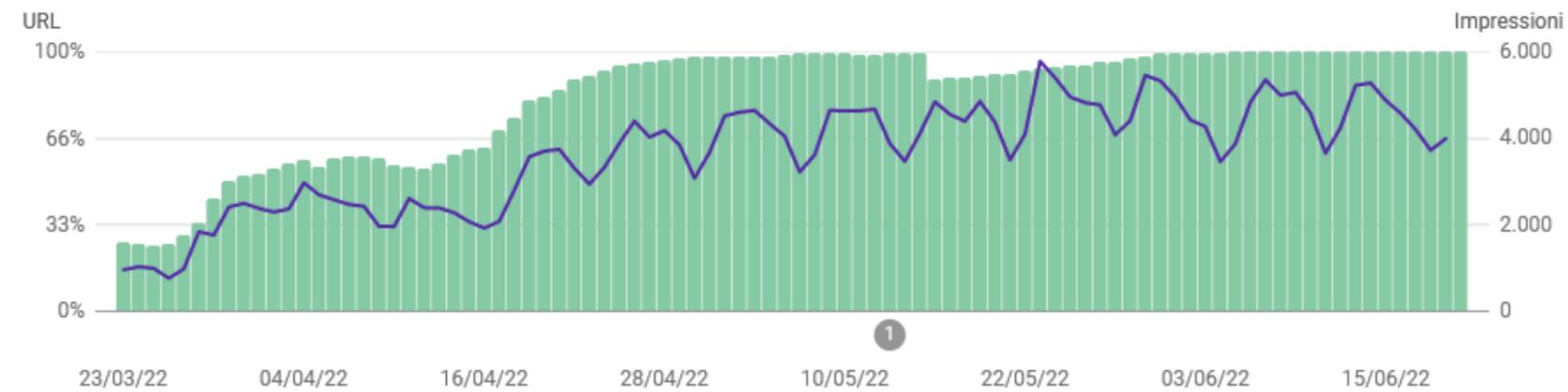


Desktop

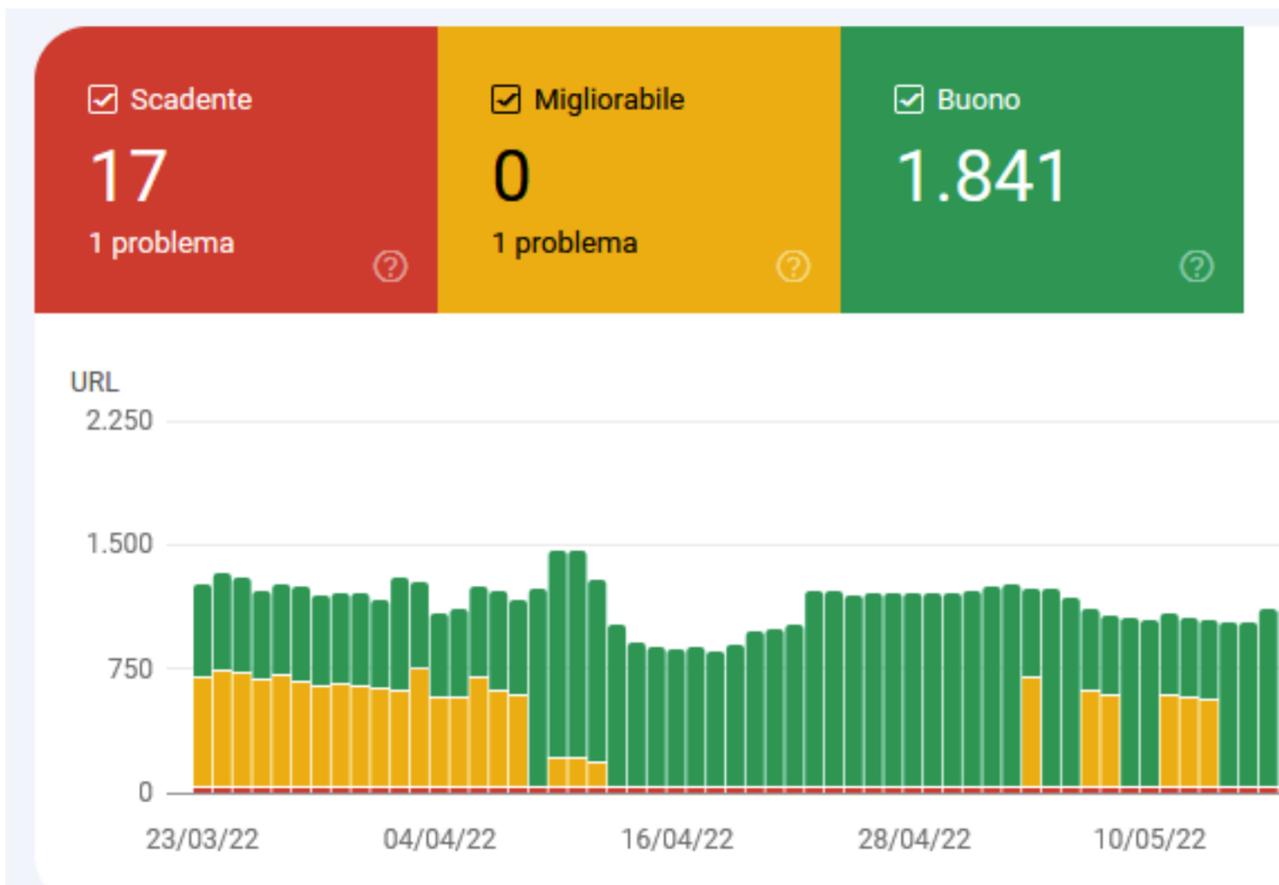
URL buoni [?]
99,9%

Impressioni totali degli URL buoni [?]
322.424

ⁱ Informazioni sul grafico



Novità: i Segnali Web Essenziali (Core Web Vitals)



Misurano la **velocità**,
l'**adattabilità** e la **stabilità**
dell'esperienza di caricamento
pagina per gli utenti.

Per ogni pagina lo stato può
essere **Scadente**, **Migliorabile**
o **Buono**.



Approfondimenti: sul nostro blog...



I nuovi fattori che influenzeranno il posizionamento del tuo sito su Google da giugno 2021

Daniele Diversi Web Marketing seo google ranking serp

1042 volte

E' dunque arrivato il momento di confrontarsi con nuovi fattori di ranking che influenzeranno il posizionamento dei siti web su Google, ovvero i **Core Web Vitals**.

Questo cambiamento si inserisce nella più generale rivoluzione della **Page Experience**, che prende in considerazione anche altri parametri relativi all'**esperienza utente** (*User Experience*).

Ne parlavamo proprio un anno fa, nel giugno 2021...



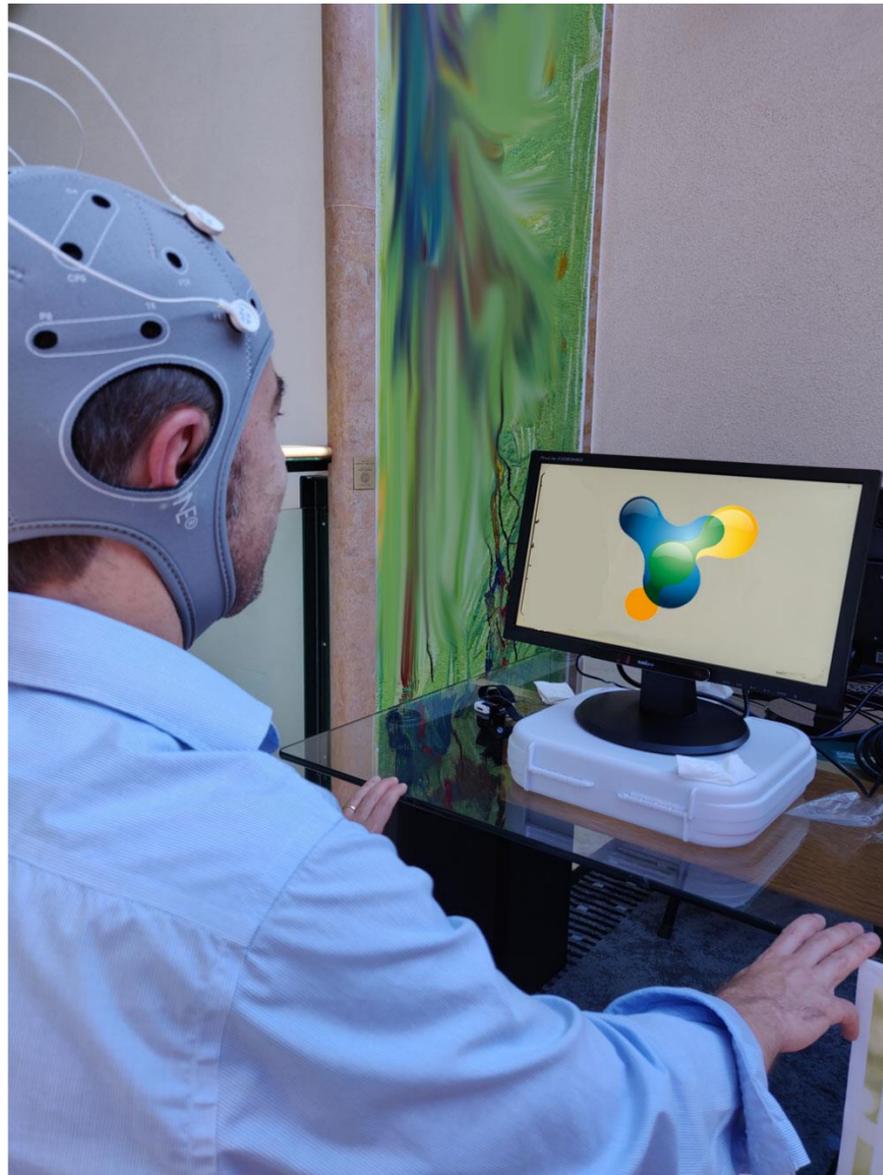
Nel futuro: neuromarketing?



Nuova disciplina che si prefigge di misurare ciò che accade nel cervello delle persone in risposta ad alcuni stimoli relativi a *prodotti*, *marche* e ... *siti web*.



Nel futuro: neuromarketing?



Utilizza:

- ▶ Risonanza magnetica
- ▶ EEG
- ▶ Eye tracking
- ▶ Sensori biometrici

Il principale **obiettivo** è quello di **identificare le strategie** che spingono le persone all'**acquisto**.



L'algorithmo di Facebook



In sintesi

Classifica tutti i post che hanno la possibilità di essere mostrati sul news feed di un *utente*, in base alla probabilità che lui abbia una **reazione positiva ai contenuti**.

Assegna la priorità ai post degli amici rispetto ai *brand*, enfatizzando le “*interazioni significative*”.



Gli step di lavoro dell'algoritmo

1. Crea un elenco di tutti i post disponibili per la visualizzazione
2. Attraverso dei segnali specifici capisce di cosa tratta ogni post.
3. Prevede come l'utente reagirà a ogni post dell'elenco
4. Crea un punteggio finale che determinerà l'ordine dei post sul feed

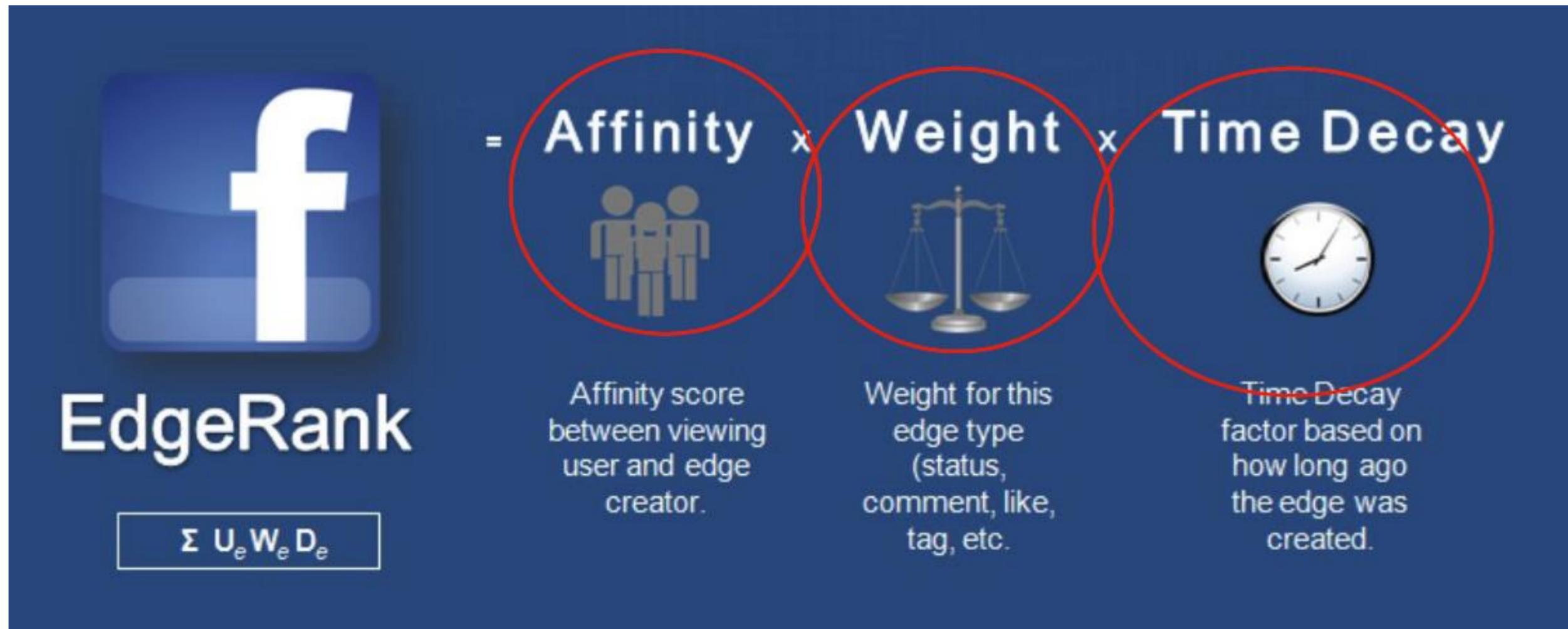


I fattori di ranking

- ▶ **Con chi interagiscono in genere gli utenti**
- ▶ **Il tipo di contenuto: video, immagini, link, ecc.**
- ▶ **La popolarità del post**
- ▶ **La data di pubblicazione**



I fattori di ranking



L'obiettivo dichiarato

“Deliver the right content to the right people at the right time”

Ovvero

**fornire il contenuto giusto
alle persone giuste
al momento giusto**



Come si è evoluto nel tempo

2004: Nascita di Facebook

2006: rilascio del Newsfeed

2007: invenzione del tasto “Mi piace”

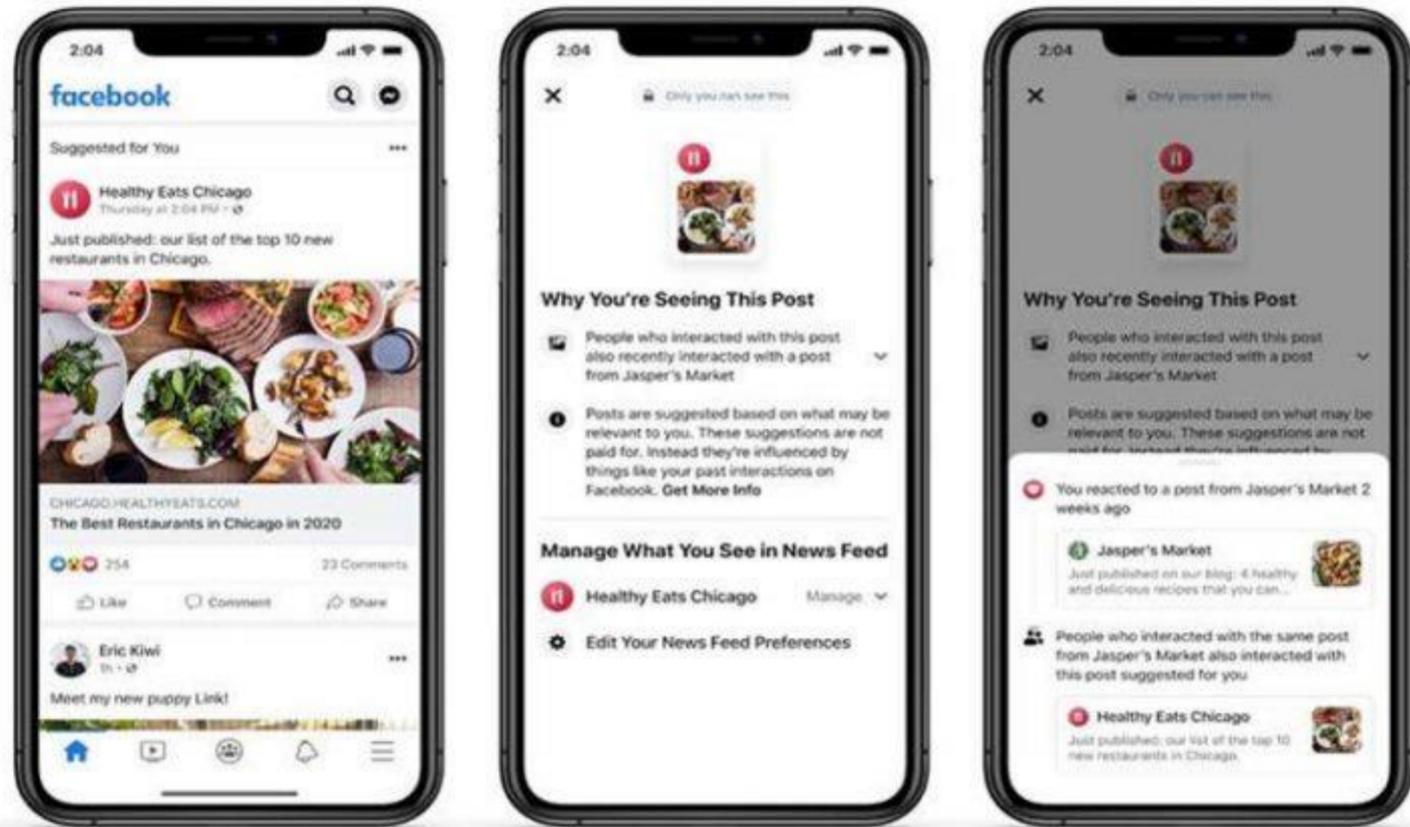
2016: priorità dei contenuti in base al tempo speso

2017: introduzione delle reactions

2018: priorità ai post che stimolano l'interazione



Come si è evoluto nel tempo



2019: introduzione del “perchè vedo questo post?”

2020: lotta alle *fake news* misurando la credibilità



La tendenza

Offrire contenuti *sempre più personalizzati*, grazie ad *AI e Machine Learning*, assegnando agli utenti la possibilità di **indicare chiaramente cosa preferiscono**.

Per approfondimenti:

<https://tech.fb.com/engineering/2021/01/news-feed-ranking/>

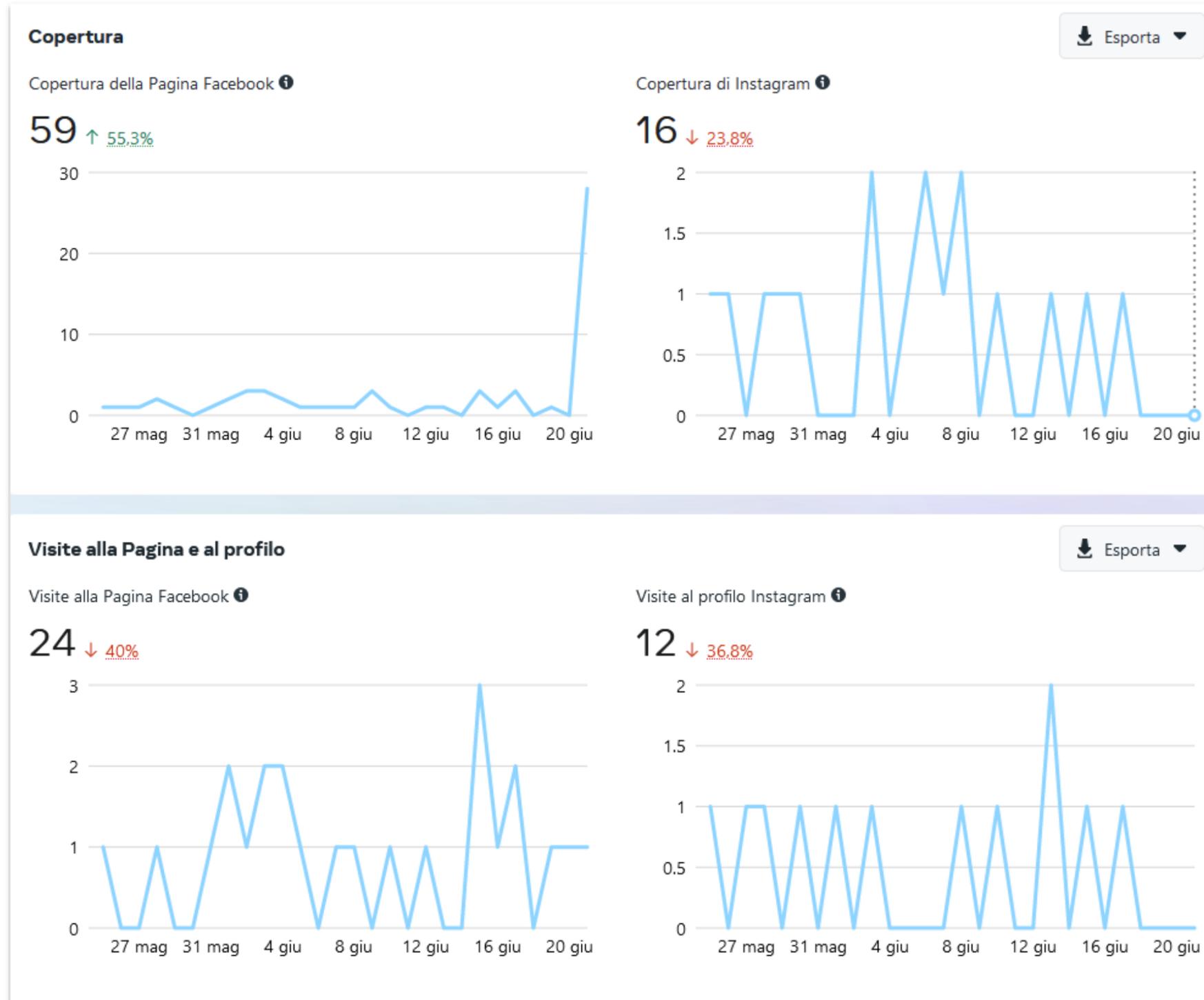


Quale strumento può aiutarci?

▶ **Facebook Insights**



Facebook Insights: Risultati

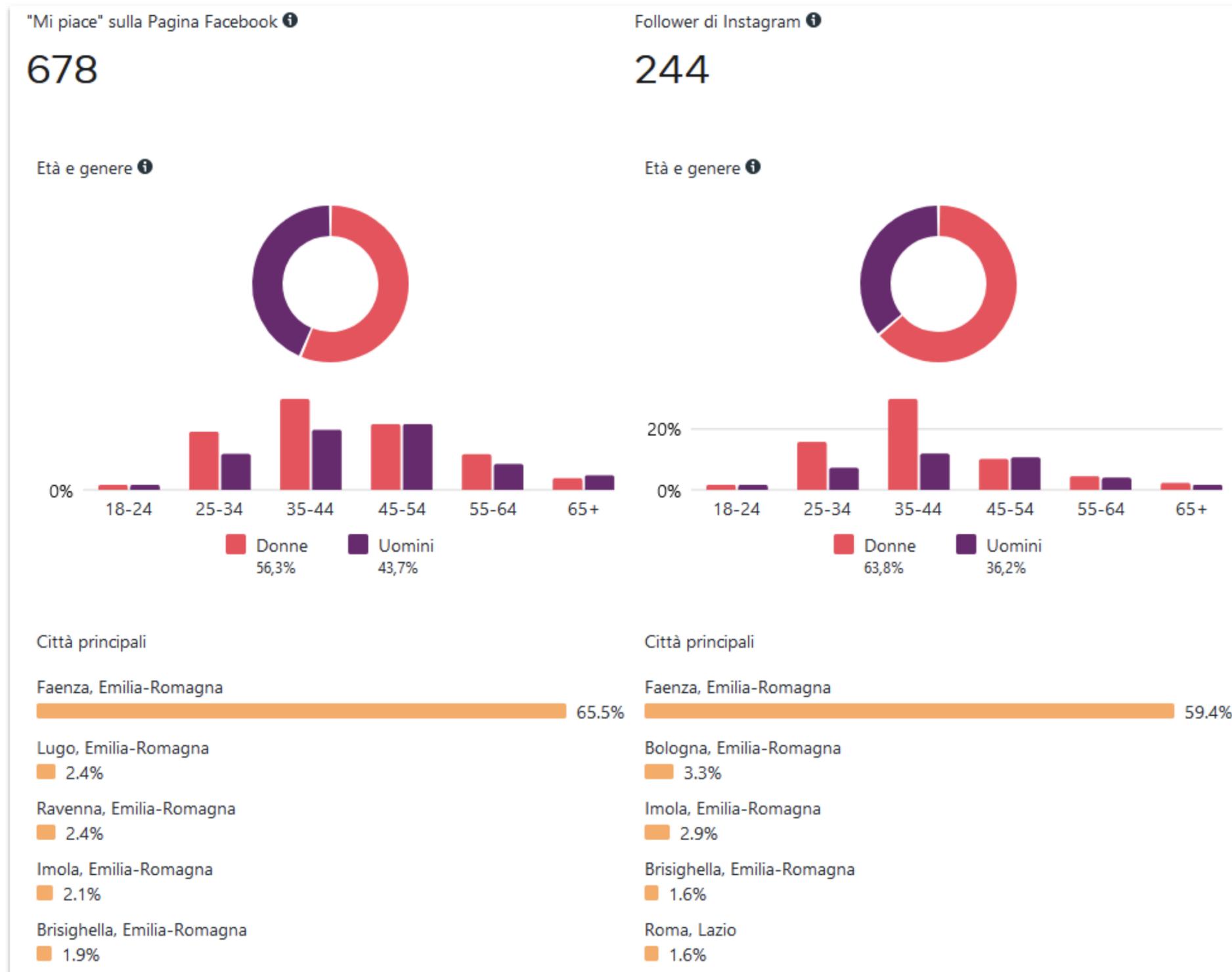


Facebook Insights: Contenuti

Contenuti		Inserzioni, Post e Storie ▾		
Contenuti recenti ↓	Tipo	Coper...	"Mi piace" e rea...	Tocchi s
 Siamo alla vigilia del nostro evento i... Martedì 21 Giugno 02:39	Post	Metti in e...	18	0
 UMANI ALGORITMI, storie di perso... Giovedì 9 Giugno 04:59		Metti in e...	178	--
 Negli ultimi anni abbiamo utilizzato ... Giovedì 26 Maggio 06:18	Post	Metti in e...	167	4
 Questo mese per la rubrica #Ultimi... Martedì 24 Maggio 07:35	Post	Metti in e...	194	2
 Come forse avrete letto, l'attuale ve... Mercoledì 18 Maggio 04:54	Post	Metti in e...	189	0
 Semplicemente... Buona Pasqua! Domenica 17 Aprile 13:24	Post	Metti in e...	58	1
 Ora disponibili la registrazione del ... Martedì 12 Aprile 05:16	Post	Metti in e...	179	1
 Visto l'imminente webinar sul Meta... Venerdì 1 Aprile 06:12	Post	Metti in e...	245	2



Facebook Insights: Pubblico



Nel futuro: il metaverso?



Ne abbiamo parlato sul
nostro blog:

<https://www.progettoaroma.com/blog/applicazioni-web/metaverso-grande-opportunita-o-nuova-bolla>

E in un recente **webinar:**

<https://www.progettoaroma.com/news/rivivi-il-webinar-tra-web-e-metaverso>



Conclusioni

Gli algoritmi evolvono nel tempo e cambiano risposte e risultati dell'*ecosistema digitale*.

E' bene studiarne il comportamento e mettere in campo azioni per rimanere rilevanti, attraverso l'*analisi costante dei dati*.



Conclusioni



Domande?



Se preferite scrivete a:

diversi@progettoaroma.com



**Iscrivetevi alla nostra
newsletter su:**

www.progettoaroma.com



Grazie

