

Indice

- [LSI: cos'è, e soprattutto... come può ancora aiutare la tua SEO?](#)
- [Ma in pratica... di cosa stiamo parlando?](#)
- [Cosa è la LSI?](#)
- [Cosa ha introdotto la LSI, e perché è stato un gran cambiamento per i motori di ricerca?](#)
- [L'estrema inutilità di rischiare il keyword stuffing](#)
- [Come funziona la LSI in pratica?](#)
- [In che modo questo metodo capisce cosa c'è in un contenuto web?](#)
- [Perché conoscere il funzionamento della LSI è così importante?](#)
- [Per l'utente e per il motore di ricerca](#)
- [Come trovare le keyword giuste per la LSI? Il momento dei tool!](#)
- [Quali sono le parole più efficaci per la LSI?](#)
- [Conclusione](#)

LSI: cos'è, e soprattutto... come può ancora aiutare la tua SEO?

Keyword, tag alt, meta description, h1, h2... quante volte ho già detto su questo blog che per ottimizzare al meglio un sito web bisogna andare oltre alle **tecniche SEO** più esplicite? Tante, tantissime volte.

Bene, oggi voglio ribadire ancora una volta il fatto che quando scrivi un contenuto per il web devi stare attento non una, non due, ma tre volte a tutto quello che scrivi, e non solo all'interno dei vari tag. I **motori di ricerca**, infatti, sono molto intelligenti, e capiscono subito se qualcuno sta cercando di fregarli o se sta realizzando dei contenuti per il web di scarso o nullo valore per l'utente finale. Vuoi sapere come far capire a Google che i tuoi contenuti sono oro puro? E magari vorresti anche dei suggerimenti concreti su come produrre dei contenuti per il web capaci di schizzare in alto sui risultati di ricerca? Bene, anche questa volta sei arrivato nel posto giusto al momento giusto: oggi, infatti, voglio parlarti della **LSI**, ovvero della **Latent semantic indexing**.

Non hai la più pallida idea di cosa vuol dire questo termine? Nessuno, parlando di **ottimizzazione del tuo sito web**, del tuo blog o del tuo e-commerce, ti ha mai parlato di LSI? Male, malissimo. Ma tranquillo, possiamo rimediare in fretta: nei prossimi minuti ti si

Analisi Semantica Latente: Ecco come ragionava Google prima dell'avvento dell'intelligenza artificiale.

aprirà un mondo fatato fatto di algoritmi matematici, di sinonimi e di **SEO non convenzionale** - ma dannatamente efficace!

Il tutto scritto in modo semplice, per cui non spaventarti: non servono lauree in ingegneria, non serve essere un [esperto SEO](#), non serve essere Mr Robot. No, tutto quello che devi fare è cancellare le fonti di distrazioni intorno a te, settare un livello di luminosità giusto per una lettura ottimale e leggerti con calma quanto segue!

Ma in pratica... di cosa stiamo parlando?

Dunque, prima di iniziare a parlare a raffica per interi paragrafi rischiando di lasciarti intontito davanti allo schermo del tuo pc, voglio subito dirti che quando si parla di LSI si parla innanzitutto di **indicizzazione di dati** e di contenuti.

Hai presente tutte le regole per l'ottimizzazione [SEO](#) che hai imparato in questi ultimi anni, dall'utilizzo delle keywords fino all'uso razionale dei grassetti? Ecco, oggi capirai come dare una marcia in più a tutto il processo di ottimizzazione, e anche come avere un aiutino pratico nella creazione dei tuoi contenuti per il web.

Occhei, direi che possiamo assolutamente iniziare: parliamo di LSI.

Cosa è la LSI?

Bene, partiamo con dei termini generali: iniziamo con il guardare la LSI da lontano, come se ci stessimo avvicinando pian piano ad un edificio perso in mezzo alle campagne, vedendone dapprima solamente i contorni.

In parole estremamente semplici, vista da lontano, la Latent semantic indexing è **una tecnica utilizzata dai motori di ricerca per scoprire come si relazionano le diverse parole di un contenuto digitale.**

Ecco, è un piccolo assaggio, hai capito dove stiamo andando a parare, ma non sapresti di certo spiegare a qualcun altro cos'è sto Latent semantic indexing. Vogliamo avvicinarci un pochettino di più?

la LSI è un metodo di **indicizzazione** che, attraverso una specifica tecnica matematica, permette di identificare quali sono le relazioni esistenti all'interno di un documento.

Pensavi forse che Google guardasse ai tuoi testi online come tu guardi ai geroglifici egizi, ovvero senza capire assolutamente nulla? Sbagliato! Questo è perché tu pensi ai vecchi meccanismi utilizzati dai motori di ricerca.

Cosa ha introdotto la LSI, e perché è stato un gran cambiamento per i motori di ricerca?

Andiamo un po' indietro nel tempo: per cercare uno specifico documento all'interno di un determinato database, un motore di ricerca - anni fa - prendeva la parola chiave da ricercare, la cercava effettivamente in ogni documento archiviato e restituiva solo ed unicamente i testi che includevano esattamente quella data parola.

Ovviamente il meccanismo era molto semplice, ma il risultato finale poteva essere talvolta molto deludente.

Il metodo LSI ha cambiato le carte in tavola, in quanto il motore di ricerca non si limita più a cercare la copia esatta di una parola, ma va oltre, esaminando i contenuti del database da una prospettiva più alta e allo stesso tempo più profonda, **paragonando tra di loro interi insiemi di parole di documenti diversi**, cercando delle relazioni che vadano più in là della semplice ripetizione di una parola chiave.

La rivoluzione della LSI, dunque, è quella di riuscire a identificare eventuali documenti **semanticamente vicini**. E il bello risiede proprio nel fatto che affinché questa vicinanza venga individuata **non è necessario che il motore di ricerca trovi una corrispondenza esatta!**

L'estrema inutilità di rischiare il keyword stuffing

Ovviamente questo ha delle conseguenze piuttosto importanti che spiegherò a breve, ma c'è una speciale conseguenza che proprio non riesco a tenere per me per un altro paragrafo: il

fatto che un motore di ricerca sia in grado di identificare dei documenti semanticamente vicini senza dover ricorrere alle corrispondenze esatte vuol dire che il **keyword stuffing** è davvero, e sotto tutti gli aspetti, inutile, oltre che dannoso.

Non vale la pena rischiare di essere penalizzati da Google perché ripetiamo troppo spesso la nostra parola chiave, in quanto la prima lezione che ci dà la LSI è che anche **i sinonimi della parola chiave** - e più in generale il contesto in cui questi sono calati - **contribuiscono a ottimizzare un contenuto web!**

Come funziona la LSI in pratica?

Per farti capire come funziona nel concreto la LSI non c'è niente di meglio che partire subito con un esempio pratico.

Bene, ipotizziamo che una pagina fondamentale del tuo sito web parli di stampi per torte.

Occhei: il titolo della pagina sarà molto probabilmente qualcosa di simile a 'Quali sono i migliori stampi per torte?' oppure 'Stampi per torte: tutto quello che volevi sapere e non hai mai osato chiedere'.

Cosa fa un motore di ricerca quando legge uno di quei titoli, sulla base di quanto abbiamo imparato finora riguardo alla LSI?

Semplice: inizierà ad avanzare delle ipotesi su quello che potrà trovare nel testo. Anzi, visto che il motore di ricerca è anche un filino arrogante, non solo ipotizzerà cosa potrebbe esserci nel testo, ma anche cosa quel testo dovrebbe contenere per essere considerato come **valido e utile**.

'Forno', 'crostate', 'ciambelle', 'metallo', 'dolci', 'tortiera', sono probabilmente queste le parole principali che il motore di ricerca si aspetterà di trovare in quello specifico contenuto web.

Del resto è quello che ti aspetteresti anche tu, no? Come potresti valutare positivamente un articolo con quel titolo relativo alle torte che poi, nei fatti, parla invece della scimmia dal muso camuso?

Sarebbe del tutto inutile, in quanto nessuno che è alla ricerca di informazioni su una

scimmia digiterebbe su Google le parole 'Stampi per torte', non credi? Ecco: i motori di ricerca ragionano allo stesso modo.

In che modo questo metodo capisce cosa c'è in un contenuto web?

Ma davvero il metodo LSI permette ad un motore di ricerca di 'capire' cosa c'è scritto all'interno di un documento?

No, in realtà no. Non ci va neanche vicino. Nonostante questo, il grado di precisione che questa tecnica può dare è davvero strabiliante, e in questo caso si può davvero affermare 'beata ignoranza'!

Il concetto è piuttosto semplice da capire. Al contrario di quanto accadeva nei processi di ricerca 'classici', in cui si andava semplicemente a vedere quali parole erano contenute in un documento, la tecnica LSI prevede di scoprire **quali altri documenti contengono le stesse parole contenute nel primo contenuto**. Quando un sistema basato su LSI trova due documenti con molte parole in comune, li qualifica come **semanticamente vicini**, anche se effettivamente non sa nulla di quanto viene riportato in quel testo.

Se dunque io immetto nella barra di ricerca la **query** Giuseppe Garibaldi - per assurdo - il motore di ricerca potrebbe restituirmi tra i risultati papabili anche un documento che non contiene quella determinata parola, ma che invece conta ricorrenze di termini come 'storia d'Italia', 'spedizione dei Mille', 'Risorgimento' e 'Eroe dei due mondi'.

Direi che fino a qui è tutto chiaro, vero?

Bene, adesso cerchiamo di capire cosa la conoscenza di questa tecnica può fare effettivamente per te!

Perché conoscere il funzionamento della LSI è così importante?

Tu, che hai sempre dato un'enorme importanza alle parole da inserire nel titolo e nell'alt tag... tu, che hai sempre concentrato le tue energie residue dopo la stesura di un testo nel **mettere in grassetto e in corsivetto le parole più importanti**.... tu, tu ora hai capito che devi prestare la medesima attenzione all'intero contenuto delle tue pagine web?

Questo perché il motore di ricerca non si ferma all'analisi dei vari tag, non si limita a controllare quello che tu gli chiedi di analizzare mettendolo in grassetto, no, sarebbe troppo semplice, anzi, sarebbe neanche stupido: **Google scorre infatti tutto il testo alla** ricerca di sinonimi e di termini semanticamente vicini alla parola chiave.

Insomma, no, per i [SEO](#) e per i copywriter non esiste nessun attimo di quiete, nemmeno tra un tag e l'altro!

Per l'utente e per il motore di ricerca

La LSI, dal punto di vista dei motori di ricerca, è uno strumento molto utile per selezionare concretamente quali contenuti sono degni di essere mostrati per primi agli utenti.

Partendo dal fatto che Google riesce a capire se un testo adempie davvero alla promesse fatte nel titolo - non puoi e non deve intitolare un testo al minigolf se poi parli di carote! -, grazie ai meccanismi di LSI tutti i contenuti senza valore, costruiti artificialmente solo per pompare una parola chiave, vengono valutati come pura **spazzatura**.

Per capire quello che piace a Google, insomma, vale sempre la regola di domandarsi se quel dato contenuto potrà davvero soddisfare gli utenti: se contiene **informazioni utili, originali, coerenti e scritte bene**, beh, molto probabilmente piacerà agli utenti, e quindi anche al motore di ricerca. Di certo produrre dei buoni contenuti non ti garantirà automaticamente il primo posto sui risultati di ricerca, ma di certo ti aiuterà ad avanzare progressivamente!

Quindi, ora sappiamo che la LSI può aiutarti nella tua [SEO](#). Ma come, in pratica? Partiamo dal principio. Come si possono trovare le parole giuste da utilizzare nei tuoi testi in prospettiva Latent semantic indexing?

Come trovare le keyword giuste per la LSI? Il momento dei tool!

Ci sono diversi modi per trovare le parole chiave da utilizzare nei tuoi testi in modo da ottimizzarli al massimo anche dal punto di vista della LSI. Il primo e più semplice, caro mio, ce l'hai praticamente sempre sotto il naso, e probabilmente non ci hai fatto nemmeno più di tanto caso.

Hai mai visto i **suggerimenti** che Google ti dà quando digiti le tue query nella sua barra di

Analisi Semantica Latente: Ecco come ragionava Google prima dell'avvento dell'intelligenza artificiale.

ricerca? Sicuramente sì. E sai perché sono importanti? Perché le parole che Mister G ti suggerisce sono **quelle che lui stesso associa a quello specifico termine**.

[What is a good explanation of Latent Semantic Indexing \(LSI\)? - Quora](#)

<https://www.quora.com/What-is-a-good-explanation-of-Latent-...> ▼ Traduci questa pagina

A good resource to read about Latent Semantic Analysis (LSI) is chapter 18 titled "Matrix Decomposition & Latent Semantic Analysis" from the famous and almos ...

[PDF] [Latent Semantic Indexing: An overview - Cse.msu.edu](#)

www.cse.msu.edu/~cse960/Papers/LSI/LSI.pdf ▼ Traduci questa pagina

di B Rosario - Citato da 84 - Articoli correlati

Latent Semantic Indexing (LSI) [Deerwester et al] tries to overcome the problems of lexical matching by using statistically derived conceptual indices instead of ...

Ricerche correlate a latent semantic indexing

[latent semantic indexing example](#)

[Isi cos è](#)

[analisi semantica latente](#)

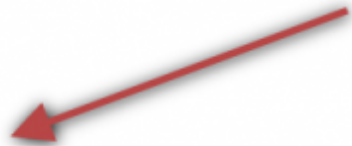
[word2vec](#)

[latent semantic analysis tutorial](#)

[Isi albania](#)

[latent semantic indexing significato](#)

[svd](#)



Se io digito la parola 'armadio', Google da parte sua cerca di aiutarmi ad affinare la mia ricerca suggerendo subito sotto i termini 'armadio verde', 'armadio Ikea', 'armadio in inglese', 'armadio a muro' e 'armadio a ponte'. Questo può essere un punto di partenza: inserire nel tuo testo alcuni di questi suggerimento - ovviamente quelli che hanno senso, altrimenti gli utenti si potrebbero legittimamente insospettare - può sicuramente metterti sulla strada giusta.

Uno strumento un po' più potente, in questo senso, è **Google Keyword Planner**, un altro tool di Google che i [SEO](#) hanno imparato a conoscere piuttosto bene. Come probabilmente sai e hai già fatto, per poter utilizzare questo strumento è necessario creare un account **Google AdWords**.

Non l'hai ancora fatto? No problem, se non vuoi fare delle campagne pubblicitarie non devi sentirti in obbligo: tutto quello che devi fare è registrarti all'interno di AdWords e quindi sfruttare intelligentemente il tool Keyword Planner.

Analisi Semantica Latente: Ecco come ragionava Google prima dell'avvento dell'intelligenza artificiale.

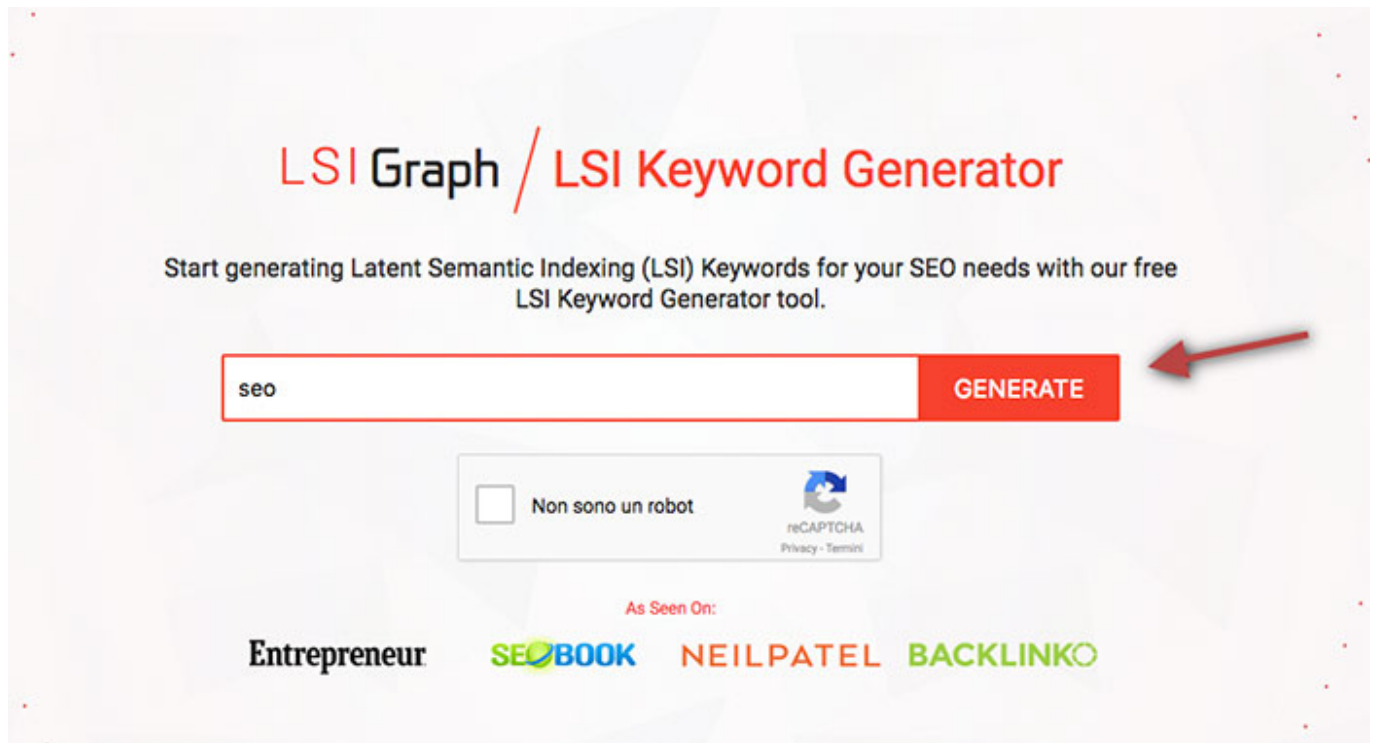
The screenshot displays the Google Ads Keyword Planner interface. On the left, there are several filter panels: 'Targeting' (All locations, Italian, Google, Inverse keyword match), 'Intervallo di date' (Show monthly search volume for the last 12 months), and 'Personalizza la ricerca' (Filters for keywords, Options for keywords, Keywords to include). The main area shows the search term 'seo' with a monthly search volume of 100,000 - 1 Min. Below this, a table lists related keyword groups with their search volume, competition, and suggested bid.

Gruppo di annunci (per pertinenza)	Media delle ricerche mensili	Concorrenza	Offerta consigliata
Posizionamento Siti (9) posizionamento siti web, posizionamento siti...	1.000 - 10.000	Media	3,79 €
Parole chiave come: Come Fare ... (10) creare un sito, creare sito web, web agency, ...	100.000 - 1 Min	Media	3,33 €
Posizionamento Seo (5) posizionamento seo, seo posizionamento, p...	1.000 - 10.000	Media	2,93 €
Posizionamento Google (9) posizionamento google, posizionamento su ...	1.000 - 10.000	Media	2,91 €
Ottimizzare (10) ottimizzazione seo, seo ottimizzazione, ottim...	1.000 - 10.000	Bassa	1,21 €
Posizionamento Motori (9) posizionamento sui motori di ricerca, posizio...	1.000 - 10.000	Bassa	2,19 €
Motori Ricerca (23)	10.000 - 100.000	Bassa	2,79 €

Non solo, inserendo la tua parola chiave, ti verranno date delle nuove idee, ma ti saranno anche mostrate le ricerche che quei determinati suggerimenti hanno raccolto, e quanto essi possono essere competitivi.

Fino ad adesso, però, i tools che ti ho proposto non sono espressamente pensati per la ricerca di parole chiave in prospettiva LSI. Esiste però uno strumento realizzato espressamente a questo scopo, che restituisce un sacco di termini molto utili per l'ottimizzazione dei nostri testi: parlo del portale [LSIGraph.com](https://www.lsigraph.com), incredibilmente semplice da usare, intuitivi e sì, davvero esaustivo.

Analisi Semantica Latente: Ecco come ragionava Google prima dell'avvento dell'intelligenza artificiale.



Il problema, per noi italiani, è che è pensato per gli utenti di lingua inglese, e per questo motivo è necessario usare un po' di fantasia per trasportare i suoi suggerimenti nella nostra lingua per poi utilizzarli concretamente nei nostri testi.

Quali sono le parole più efficaci per la LSI?

Bene, ora hai capito come trovare tante parole chiave per ottimizzare i tuoi testi in chiave LSI. Ora, però, devi capire quali, tra queste, sono le più efficaci.

Nella maggior parte dei casi, infatti, non puoi certo utilizzarle tutte: prima di tutto devi eliminare quelle che non hanno nulla a che fare con il tuo topic.

Se tu vendi armadi, per esempio, la parola chiave 'armadio a muro' sarà perfetta, mentre quella 'armadio in inglese' sarà probabilmente da accantonare. Il trucco è poi quello di capire **i motivi che dovrebbero spingere gli utenti a cercare esattamente quei concetti.**

Tranquillo, non devi stare a scervellarti troppo, in quanto in linea di massima l'intento degli utenti, al momento della ricerca, è uno di questo tre:

1. L'utente ricerca delle informazioni su specifico oggetto (cos'è un armadio?)
2. L'utente ricerca delle informazioni più approfondite su quell'oggetto (qual è il miglior materiale per un armadio?)
3. L'utente ricerca un modo per acquistare quell'oggetto (dove posso acquistare un armadio?)

Queste tre direttive devono essere i primi criteri attorno ai quali dovrebbero conformarsi i tuoi testi e quindi le parole da **utilizzare per i tuoi contenuti web**. E poi... usa un dizionario dei sinonimi!

Sai cosa succede seguendo questa semplice regoletta? Succede che i tuoi testi risponderanno alle effettive esigenze degli utenti, e allo stesso tempo verranno apprezzati dai motori di ricerca, i quali anziché trovare magari un odioso testo fatto di keywords stuffing, troveranno nel tuo contenuto tanti termini semanticamente rilevanti e coerenti da premiare!

Conclusione

Ecco qui: sono certo che hai capito cos'è la LSI e soprattutto perché importante conoscerla. Non ti scordare quanto hai imparato oggi, perché incredibilmente sono davvero pochi quelli che conoscono davvero questo metodo di [indicizzazione](#) utilizzato dai motori di ricerca, e sono ancora meno quelli che sanno sfruttare questa conoscenza a proprio favore.

Quindi sì, usa le keyword giuste nei titoli, negli h2 e nelle descrizioni alternative delle immagini, sfrutta intelligentemente i **backlink**... ma stai attento a non calcare la mano con la ripetizione della stessa parola chiave, scrivi dei testi coerenti, ricerca le parole correlate e usa il dizionario dei sinonimi!

Fai marketing ascoltando, non strillando.
Un abbraccio.

Analisi Semantica Latente: Ecco come ragionava Google prima dell'avvento dell'intelligenza artificiale.

Che mi racconti di bello?