

# Guia d'introducció a l'optimització de motors de cerca de Google

Versió 1.1, publicada el 13 de novembre de 2008

Benvingut a la Guia d'introducció a l'optimització de motors de cerca de Google. La finalitat inicial d'aquest document era ajudar els equips interns de Google, però vam pensar que també podria ser útil per als administradors web que no estiguessin familiaritzats amb l'optimització de motors de cerca i volguessin millorar la interacció dels seus llocs web tant amb els usuaris com amb els motors de cerca. Tot i que aquesta guia no us revelarà cap secret que col·loqui el vostre lloc a les primeres posicions dels resultats de les cerques fetes amb Google (ho sentim!), si seguiu les pràctiques que es presenten a continuació, els motors de cerca podran rastrejar i indexar el contingut dels vostres llocs amb més facilitat.

L'optimització de motors de cerca sovint consisteix a fer petites modificacions en algunes parts del lloc web. Individualment, aquests canvis poden semblar millores incrementals, però si es combinen amb altres optimitzacions, poden arribar a tenir un impacte considerable en l'experiència de l'usuari al lloc, a més de millorar la classificació en els resultats de les cerques orgàniques. Probablement coneixeu molts dels temes que es tracten en aquesta guia, ja que són ingredients essencials per a la creació de qualsevol pàgina web, però potser no n'esteu traient el màxim rendiment.

The screenshot shows a Google search for 'baseball cards'. The search bar is at the top with the text 'baseball cards' and a 'Search' button. Below the search bar, there are navigation links for 'Web', 'Shopping', 'News', and 'Books'. The search results are displayed in a grid. On the left side, there are organic search results with titles like 'Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth', 'Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!', and 'Baseball Cards 1887-1914'. On the right side, there are sponsored links (AdWords) with titles like 'Sell Your Baseball Cards', 'Get Baseball Cards', 'Baseball Cards', 'No Reserve Sports Auction', 'Buy Baseball Hobby Boxes', 'Baseball Display Cases', and 'Charm City Baseball Cards'. The text 'Cerca "de pagament", AdWords' is overlaid on the sponsored links, and 'Cerca orgànica' is overlaid on the organic results.

*L'optimització de motors de cerca només afecta els resultats de les cerques orgàniques i no els resultats "de pagament" o els resultats "patrocinats", com ara AdWords de Google*

Tot i que el títol d'aquesta guia conté les paraules "motor de cerca", volem deixar clar que el tipus d'optimització que finalment decidíu utilitzar s'ha de basar sobretot en el que considereu millor per als visitants del lloc. Ells són els principals consumidors del contingut del lloc i els que fan servir els motors de cerca per trobar per trobar el que oferiu. Si us centreu massa en ajustaments específics per pujar posicions als resultats de les cerques orgàniques, pot ser que no obtingueu els resultats que voleu. L'optimització de motors de cerca consisteix a mostrar la millor cara del vostre lloc pel que fa a la visibilitat als motors de cerca.

Per tal d'exemplificar aquesta explicació, hem creat un lloc web fictici que utilitzarem al llarg d'aquesta guia. Per a cada tema es presenta la informació del lloc necessària per il·lustrar el punt que s'està tractant. Aquí teniu la informació bàsica del lloc que utilitzarem:

- Nom del lloc web/de l'empresa: "Brandon's Baseball Cards"
- Nom del domini: brandonbaseballcards.com
- Temàtica: vendes exclusivament en línia de cromos de jugadors de beisbol, guies de preus, articles i continguts de notícies
- Mida: petit, aprox. 250 pàgines

Pot ser que el vostre lloc sigui més gran o més petit i que ofereixi continguts completament diferents dels de l'exemple. Tot i això, els temes d'optimització que s'exposen a continuació es poden aplicar a llocs de qualsevol mida i tipus.

Esperem que aquesta guia us doni idees noves per millorar el vostre lloc. Estarem encantats de llegir les vostres preguntes, opinions i experiències positives al [Fòrum d'Ajuda per a administradors web de Google](#).

## Crear títols de pàgina únics i precisos

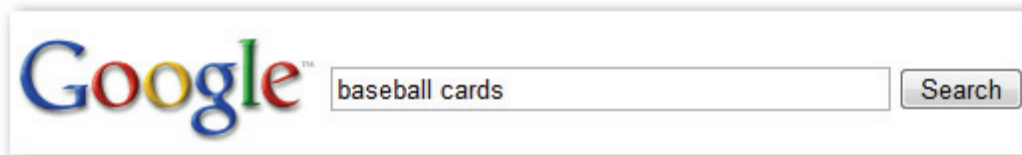
Les etiquetes de títol informen tant als usuaris com als motors de cerca sobre quin és el tema d'una pàgina determinada. L'etiqueta <title> s'ha de col·locar dins l'etiqueta <head> del document HTML. L'ideal és posar un títol distintiu a cada pàgina del lloc.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large
</head>
<body>
...
```

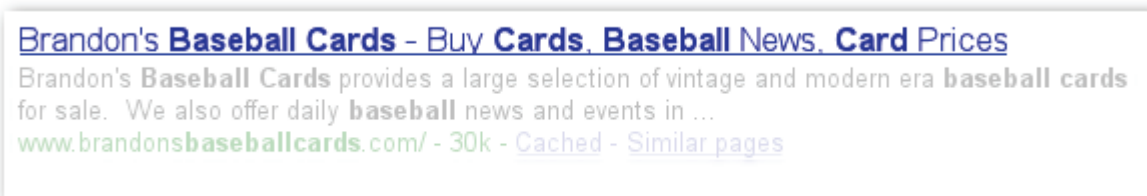
*Títol de la pàgina d'inici del nostre lloc de cromos de beisbol, que mostra el nom de l'empresa i tres àrees d'activitat principals*

Si el vostre document es mostra en una pàgina de resultats de cerca, els continguts de l'etiqueta de títol normalment apareixeran a la primera línia de resultats (si no esteu familiaritzat amb les parts d'un resultat de cerca de Google, us pot anar bé veure el vídeo de l'enginyer de Google Matt Cutts sobre l'[anatomia d'un resultat de cerca](#) i aquest pràctic [diagrama d'una pàgina de resultats de cerca de Google](#).) Les paraules del títol es mostren en negreta si coincideixen amb la consulta de cerca de l'usuari. Això pot ajudar l'usuari a reconèixer si la pàgina és rellevant per a la cerca que ha fet.

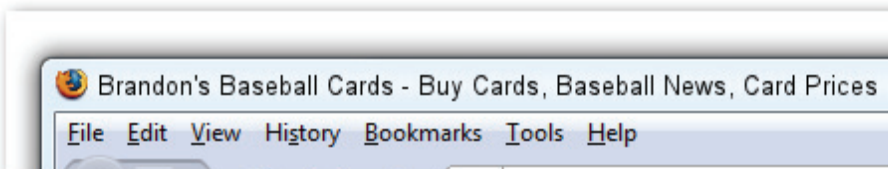
El títol de la pàgina d'inici pot mostrar el nom del lloc web o de l'empresa i també pot incloure altres dades importants, com la ubicació física de l'empresa o algunes de les seves ofertes o àrees d'activitat principals.



*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol]*

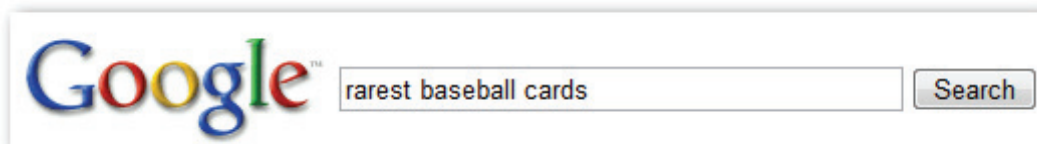


*La nostra pàgina web es mostra com a resultat i el títol apareix a la primera línia (observeu que els termes utilitzats a la consulta de l'usuari apareixen en negreta)*



*Si l'usuari fa clic al resultat i visita la pàgina, el títol de la pàgina apareixerà a la part superior del navegador*

Els títols d'altres subpàgines del lloc han de descriure amb exactitud l'objectiu d'aquella pàgina en concret i també poden incloure el nom del lloc o de l'empresa.



*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol rars]*

### [Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

*Apareix com a resultat una subpàgina del lloc rellevant (amb un títol únic per al contingut de la pàgina)*

## Consells útils per a les etiquetes de títols de pàgina

- **Descriviu amb precisió el contingut de la pàgina:** trieu un títol que transmeti clarament el tema del contingut de la pàgina.

Eviteu:

- triar un títol que no tingui res a veure amb el contingut de la pàgina
- utilitzar títols predeterminats o imprecisos, com ara "Sense títol" o "Pàgina nova 1"

- **Creu etiquetes de títol úniques per a cada pàgina:** cadascuna d'aquestes pàgines ha de tenir una etiqueta de títol única per tal que Google pugui distingir cada pàgina del lloc.

Eviteu:

- utilitzar una única etiqueta de títol per a totes les pàgines del lloc o per a un grup de pàgines gran

- **Feu servir títols breus però descriptius:** els títols poden ser alhora curts i informatius. Si el títol és massa llarg, Google només en mostrarà un tros al resultat de la cerca.

Eviteu:

- utilitzar títols massa llargs que no siguin útils per als usuaris
- emplenar les etiquetes de títol amb paraules clau innecessàries

## Utilitzar la metaetiqueta "descripció"

La metaetiqueta de descripció d'una pàgina ofereix a Google i a d'altres motors de cerca un resum dels temes que s'hi tracten. Mentre que el títol de la pàgina sol consistir en unes quantes paraules o en una frase, la metaetiqueta de descripció d'una pàgina pot arribar a contenir una o dues oracions, fins i tot un paràgraf curt. Eines per a administradors web de Google proporciona una [secció d'anàlisi del contingut](#) que us avisa quan una metaetiqueta és massa curta, massa llarga o apareix duplicada massa vegades (p. ex., si es mostra la mateixa informació a les etiquetes <title>). Com en el cas de l'etiqueta <title>, la metaetiqueta de descripció també es col·loca dins l'etiqueta <head> del document HTML.

```

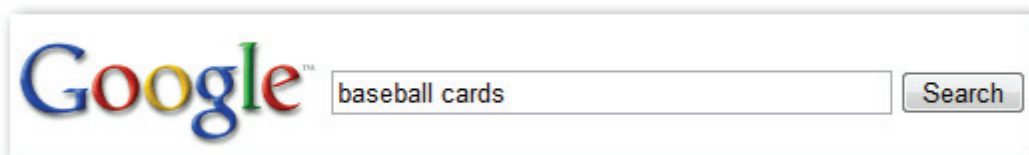
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...

```

*Començament de la metaetiqueta de descripció de la nostra pàgina d'inici, que ofereix una vista general ràpida del que s'ofereix al lloc*

Les metaetiquetes de descripció són importants perquè pot ser que Google les utilitzi com a fragments de les vostres pàgines. Diem "pot ser" perquè Google també pot optar per utilitzar una secció rellevant del text visible de la vostra pàgina si coincideix en gran part amb la consulta d'un usuari. Com a alternativa, Google pot utilitzar la descripció del lloc que hi hagi a l'[Open Directory Project](#), si el vostre lloc hi apareix (consulteu com [evitar que els motors de cerca mostrin dades d'ODP](#)). També és recomana afegir metaetiquetes de descripció a cadascuna de les pàgines per si Google no troba una selecció de text acceptable per incloure a la mostra. El Bloc de Webmaster Central conté una entrada informativa sobre com [optimitzar els fragments millorant les metaetiquetes de descripció](#).

Els fragments apareixen a sota del títol i a sobre de l'URL de la pàgina en un resultat de cerca.



*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol]*

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)  
 Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...  
[www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - Cached - Similar pages](#)

*La nostra pàgina d'inici apareix com a resultat, amb part de la metaetiqueta de descripció com a fragment*

Les paraules del fragment estan marcades en negreta a la consulta de l'usuari. Això serveix per donar pistes a l'usuari de si el contingut de la pàgina coincideix amb el que està buscant. A sota teniu un altre exemple que, en aquesta ocasió, mostra un fragment extret d'una metaetiqueta de descripció d'una subpàgina (que hauria de tenir la seva pròpia metaetiqueta de descripció) que conté un article.



rarest baseball cards

Search

*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol rars]*

### [Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

*Es mostra com a resultat una de les subpàgines, juntament amb la metaetiqueta de descripció única que s'utilitza com a fragment de la subpàgina.*

## Consells pràctics per a les metaetiquetes de descripció

- **Resumiu amb precisió el contingut de la pàgina:** escriviu una descripció que informi i interessi els usuaris quan la vegin com a fragment d'un resultat de cerca.

Eviteu:

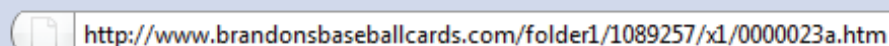
- redactar una metaetiqueta de descripció que no tingui res a veure amb el contingut de la pàgina
  - fer servir descripcions genèriques com ara "Això és una pàgina web" o "Pàgina sobre cromos de beisbol"
  - fer servir només paraules clau a la descripció
  - copiar i enganxar la totalitat del contingut del document a la metaetiqueta de descripció
- **Utilitzeu descripcions úniques per a cada pàgina:** fer servir una metaetiqueta de descripció diferent per a cada pàgina serveix d'ajuda tant per a Google com per als usuaris, sobretot en cerques on es mostren diverses pàgines del vostre domini (p. ex., les cerques mitjançant l'[operador site:](#)). Si el vostre lloc conté milers o, fins i tot, milions de pàgines, potser no és factible redactar manualment cadascuna de les metaetiquetes de descripció. En aquest cas, podeu generar automàticament metaetiquetes de descripció basades en el contingut de cada pàgina.

Eviteu:

- utilitzar una única etiqueta de descripció per a totes les pàgines del vostre lloc o per a un grup de pàgines gran

## Millorar l'estructura dels URL

La creació de categories i de noms de fitxer descriptius per als documents del lloc web no només us pot ajudar a mantenir l'ordre al lloc, sinó que també pot fer que els motors de cerca rastregin els vostres documents amb més eficàcia. A més, d'aquesta manera els URL poden resultar més "atractius" per als usuaris que vulguin enllaçar amb el contingut del vostre lloc. Els visitants solen sentir-se intimidats si els URL són massa llargs o críptics i no contenen gaire paraules identificables.



*URL a una pàgina del lloc de cromos de beisbol que pot resultar complicat per a l'usuari*

URL com aquests poden resultar confusos i poc atractius. Els usuaris ho tindrien difícil per dir l'URL de memòria o per enllaçar-hi. A més, els usuaris poden pensar que un tros de l'URL és innecessari, sobretot si hi apareixen massa paràmetres sense identificar. Pot ser que se'n deixin una part i acabin trencant l'enllaç.

Alguns usuaris poden enllaçar a la vostra pàgina utilitzant el seu URL com a text àncora. Si l'URL conté paraules rellevants, els usuaris i els motors de cerca obtenen més informació sobre la pàgina que si feu servir un identificador o un paràmetre de nom estrany.



Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

*Les paraules ressaltades de la part superior poden informar l'usuari o el motor de cerca sobre el tema de la pàgina de destinació abans de fer clic a l'enllaç.*

Finalment, recordeu que l'URL d'un document es mostra com a part del resultat d'una cerca a Google, a sota del títol i del fragment del document. Com passa amb el títol i amb el fragment, les paraules de l'URL que coincideixen amb la consulta de l'usuari apareixen en negreta al resultat de la cerca.



*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol]*

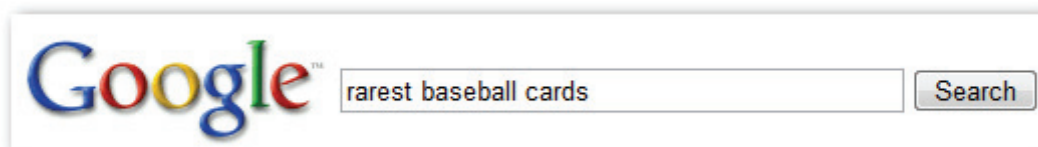
### [Brandon's Baseball Cards - Buy Cards. Baseball News. Card Prices](#)

Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...

[www.brandonsbaseballcards.com/](http://www.brandonsbaseballcards.com/) - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

*Es mostra com a resultat la nostra pàgina d'inici i apareix l'URL a sota del títol i del fragment*

A continuació teniu un altre exemple que mostra l'URL d'una pàgina del nostre domini que conté un article sobre els cromos de beisbol més rars. Les paraules de l'URL poden atraure l'atenció de l'usuari de la cerca molt més que no pas un número d'identificador com ara "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/".



*L'usuari fa la consulta [cromos de beisbol rars]*

### [Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

[www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm](http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm) - 34k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

*Es mostra com a resultat una subpàgina amb un URL que reflecteix el tipus de contingut que s'hi pot trobar*

Google pot rastrejar sense problemes tot tipus d'estructures d'URL, fins i tot les més complexes, però es recomana provar de fer l'URL el més simple possible, tant per als usuaris com per als motors de cerca. Hi ha administradors web que decideixen reescriure els seus [URL dinàmics](#) i els canvien per estàtics. Tot i que Google no hi té cap problema, volem remarcar que es tracta d'un procediment avançat que, si no es fa correctament, pot provocar errors de rastreig del lloc. Si voleu més informació quant a com crear una bona estructura URL, us recomanem aquesta pàgina del Centre d'Ajuda per a administradors web sobre la [creació d'URL fàcils d'entendre per a Google](#).

## Consells pràctics per a una estructura d'URL correcta

- **Utilitzeu paraules a l'URL:** els URL amb paraules que són rellevants per al contingut i per a l'estructura del lloc són més atractius per als visitants. Els visitants els recordaran millor i potser estaran més disposats a enllaçar-hi.

Eviteu:

- utilitzar URL massa llargs que continguin paràmetres innecessaris o identificadors de sessions



- triar noms de pàgina genèrics com ara "pàgina1.html"
- utilitzar massa paraules clau com "cromos-beisbol-cromos-beisbol-cromos-beisbol.htm"
- **Creu una estructura de directori simple:** utilitzeu una estructura de directori que organitzi el contingut amb claredat i que faciliti la navegació dels visitants pel lloc. Proveu d'utilitzar una estructura de directori que indiqui el tipus de contingut que es pot trobar en aquell URL.

Eviteu:

- l'aniuament excessiu de subdirectoris com ara  
".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html"
  - utilitzar noms de directori que no tinguin res a veure amb el que contenen
- **Creu una sola versió de cada URL per arribar a un document:** per evitar que uns usuaris enllacin a una versió de l'URL i uns altres a una de diferent (que podria provocar la divisió de la reputació del contingut dels dos URL), utilitzeu un URL de l'estructura i dels enllaços interns de les pàgines i feu-hi referència. Si observeu que s'està accedint al mateix contingut mitjançant diversos URL, una bona solució és establir una [redirecció 301](#) des dels URL no preferents a l'URL dominant.

Eviteu:

- tenir pàgines de subdominis i del directori arrel (p.ex., domini.com/pagina.htm" i "subdomini.com/pagina.htm") que accedeixin al mateix contingut
- barrejar versions www. i no www. d'URL a l'estructura interna dels enllaços
- utilitzar majúscules sense sentit als URL (molts usuaris estan acostumats a llegir URL en minúscula i els recorden millor)

## Simplificar la navegació pel lloc web

És important que la navegació d'un lloc web permeti als usuaris trobar ràpidament allò que estan buscant. També pot servir perquè els motors de cerca interpretin correctament quins continguts són importants per a l'administrador web. Tot i que els resultats de la cerca de Google es mostren per pàgines, també ens agrada tenir una idea de la importància de cada pàgina dins el conjunt general del lloc.

Tots els llocs tenen una pàgina d'inici, o "arrel", que sol ser la pàgina més visitada del lloc i el punt de partida de la majoria dels seus visitants. Tret que el vostre lloc tingui poques pàgines, és important pensar com els visitants aniran des d'una pàgina general (la pàgina arrel) a una altra pàgina amb contingut més específic. Teniu prou pàgines sobre un tema específic com perquè tingui sentit crear una pàgina que descrigui les pàgines relacionades (p. ex., pàgina arrel -> llista de temes relacionats - > tema específic)? Teniu centenars de productes diferents que s'han de classificar sota diverses pàgines de categories i subcategories?

```
/
/about/
/articles/
/news/
  /2006/
  /2007/
  /2008/
/price-guides/
  /1900-1949/
  /1950-1999/
  /2000-present/
/shop/
  /modern/
    /autographs/
    /rookie-cards/
    /star-cards/
  /vintage/
    /autographs/
    /hall-of-famer-cards/
```

*L'estructura de directori del nostre petit lloc web dedicat als cromos de beisbol*

Un mapa del web (en minúscula) és una pàgina simple dins del lloc web que en mostra l'estructura. Normalment consisteix en una llista jerarquizada de les pàgines del lloc. Els visitants poden fer una ullada a aquesta pàgina si els costa trobar les pàgines del lloc. Malgrat que els motors de cerca també utilitzen aquesta pàgina, és important aconseguir una bona cobertura de rastreig de les pàgines del lloc sobretot per als visitants humans.

Un fitxer XML del mapa del web (en majúscules), que podeu enviar mitjançant [Eines per a administradors web](#), facilita que Google pugui descobrir les pàgines del lloc. L'ús d'un fitxer de mapa del web també és una forma (tot i que sense garanties) d'informar Google de quina versió de l'URL preferiu que sigui la canònica (p. ex., <http://brandonsbaseballcards.com/> o <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; trobareu més informació a [què és un domini preferit](#)). Google col·labora en la creació del [codi obert de Sitemap Generator](#) per ajudar-vos a crear un fitxer de mapa del web per al vostre lloc. Per obtenir més informació sobre mapes del web, consulteu la [guia per a fitxers de mapa del web](#) del Centre d'Ajuda per a administradors web de Google.

## Consells pràctics per a la navegació web

- **Creeu una jerarquia que flueixi de forma natural:** faciliteu al màxim que els usuaris puguin anar dels continguts més generals als més específics del vostre lloc. Afegiu pàgines de navegació quan calgui i integreu-les correctament dins la vostra estructura interna d'enllaços.  
Eviteu:
  - crear xarxes complexes d'enllaços de navegació (p. ex., enllaçar cada pàgina del lloc amb la resta)
  - dividir massa el contingut del lloc (que no calguin vint clics per arribar al contingut més específic)

- **Utilitzeu principalment text per a la navegació:** el control de la navegació d'una pàgina a una altra del vostre lloc mitjançant enllaços de text facilita que els motors de cerca puguin rastrejar i entendre el lloc. Molts usuaris també prefereixen aquesta opció, sobretot si estan utilitzant dispositius no compatibles amb Flash o amb Javascript.

Eviteu:

- que la navegació al vostre lloc es basi excessivament en menús desplegable, imatges, animacions (no tots els navegadors poden descobrir aquests enllaços al lloc; a més, l'accessibilitat del lloc millorarà si l'usuari pot arribar a totes les pàgines d'un lloc mitjançant enllaços de text normals; més informació a [Tractament de fitxers no textuais per part de Google](#))
- **Utilitzeu rutes de navegació :** una ruta de navegació és un seguit d'enllaços interns situats a la part superior o inferior de la pàgina que permet als visitants navegar ràpidament fins a la secció anterior o fins a la pàgina arrel. La majoria de rutes de navegació tenen la pàgina general (normalment la pàgina arrel) com a enllaç principal al marge esquerre i mostren les seccions més específiques a la dreta.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

*Enllaços de la ruta de navegació que apareixen en una pàgina d'article més específica del nostre lloc*

- **Col·loqueu una pàgina de mapa del web en el vostre lloc i utilitzeu un fitxer XML**

**Sitemap:** pot resultar útil crear una pàgina de mapa del web amb enllaços a totes les pàgines, o a les més importants (si en teniu centenars o milers). Un fitxer XML de mapa del web per al lloc facilitarà que els motors de cerca trobin les pàgines del lloc.

Eviteu:

- que hi hagi enllaços trencats a la pàgina HTML del mapa del web i, per tant, que estigui desactualitzada
- crear un mapa del web HTML que només mostri les pàgines sense organitzar-les per tema, per exemple
- **Tingueu en compte la possibilitat que l'usuari elimini part del vostre URL:** pot ser que algun usuari navegui de manera poc habitual pel vostre lloc i, per tant, ho hauríeu de preveure. Per exemple, en comptes d'utilitzar els enllaços de la ruta de navegació de la pàgina, l'usuari podria suprimir una part de l'URL per trobar continguts més generals. L'usuari pot ser a <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm> i escurçar l'URL a <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/> directament a la barra d'adreces del navegador, esperant trobar totes les notícies de l'any 2008. El vostre lloc web està preparat per mostrar continguts en aquesta situació? O bé mostrarà un error 404 (error de "pàgina no trobada")? I si puja un nivell del directori amb <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/>

- **Creeu una pàgina 404 útil:** els usuaris poden acabar a una pàgina que no existeixi al vostre lloc, tant si fan clic a un enllaç trencat com si escriuen un URL erroni. Si creeu una [pàgina 404 personalitzada](#) que redirigeixi l'usuari a una pàgina existent del vostre lloc, la seva experiència millorarà considerablement. La pàgina 404 del lloc hauria de tenir un enllaç per tornar a la pàgina arrel i també podria contenir enllaços a contingut popular o relacionat del vostre lloc. Google proporciona un [widget 404](#) que podeu incrustar a la pàgina 404 per poblar-la automàticament d'utilitats pràctiques. També podeu fer servir Eines per a administradors web per conèixer les [causes dels errors "No s'ha trobat" dels URL](#).

Eviteu:

- que les vostres pàgines 404 s'indexin als motors de cerca (assegureu-vos que el servidor web està configurat per mostrar un [codi d'estat HTTP 404](#) si se sol·liciten pàgines no existents)
- que es mostri un missatge general com "No s'ha trobat", "404" o que simplement no es mostri cap pàgina
- utilitzar un disseny de pàgina 404 que no sigui coherent amb la resta del lloc

## Oferir contingut i serveis de qualitat

La creació de contingut atractiu i útil és el factor més important de tots els que s'exposen aquí. Els usuaris distingeixen ràpidament els continguts interessants i es probable que hi vulguin dirigir altres usuaris. Poden fer-ho mitjançant entrades de bloc, serveis socials de mitjans, correu electrònic, fòrums o altres vies. Les cerques orgàniques i el boca orella són els dos factors que ajuden a millorar la reputació del vostre lloc entre els usuaris i a Google, i això sol anar acompanyat de contingut de qualitat.

### Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

*Un blocaire troba un fragment del contingut del lloc, li agrada i hi fa referència a una entrada del seu bloc*

Tot i que el contingut pot tractar qualsevol tema imaginable, us recomanem que seguïu aquests consells pràctics:

### Consells pràctics per al contingut

- **Redacteu textos fàcils de llegir** : els usuaris prefereixen els continguts ben escrits i fàcils de seguir.

Eviteu:

- escriure de forma descuidada amb errors ortogràfics i gramaticals
- incrustar text en imatges per a contingut textual (els usuaris poden voler copiar i enganxar el text i els motors de cerca no el poden llegir)

- **Organitzeu correctament el contingut al voltant del tema:** sempre és bo organitzar el contingut perquè els visitants es facin una idea clara d'on comença un tema de contingut i d'on n'acaba un altre. Separar el contingut en divisions o en porcions lògiques ajuda l'usuari a trobar el que busca amb més rapidesa.

Eviteu:

- presentar grans quantitats de text sobre temes diversos en una mateixa pàgina sense paràgrafs, títols secundaris o un disseny que els separi

- **Utilitzeu un llenguatge rellevant:** penseu en les paraules que utilitzaria l'usuari per trobar un fragment del contingut del vostre lloc. Els usuaris experts en el tema que tracteu poden utilitzar paraules clau diferents en les consultes de cerca de les que utilitzarà un usuari nou en la matèria. Per exemple, un aficionat al beisbol de tota la vida cercarà [ncls], un acrònim de la National League Championship Series, mentre que un aficionat nou pot fer una consulta més general com [finals de beisbol]. El fet de preveure aquestes diferències en la forma de fer cerques i tenir-les en compte a l'hora d'escriure el contingut del lloc (amb una bona barreja de sintagmes clau) podeu produir resultats molt positius. AdWords de Google proporciona una [Eina de paraules clau](#) pràctica que us ajuda a descobrir variacions noves de paraules clau i a comprovar el volum de cerques aproximat de cada paraula clau. A més, Eines per a administradors web de Google us informa de les [consultes de cerca més populars](#) en què apareix el vostre lloc i de les que hi han dirigit més usuaris.

- **Creeu contingut nou i únic :** el contingut nou us ajudarà a conservar la vostra base de visitants i n'atraurà de nous.

Eviteu:

- reciclar (o fins i tot copiar) contingut existent que no aportï un valor afegit als usuaris
- tenir versions duplicades o gairebé duplicades del contingut al lloc (més informació a [contingut duplicat](#))

- **Oferiu contingut o serveis exclusius :** penseu a crear un servei nou i útil que no ofereixi cap més lloc. També podeu presentar una investigació inèdita, informar sobre una notícia interessant en primícia o millorar l'experiència de la vostra base d'usuaris. Pot ser que altres llocs no tinguin els recursos o l'experiència per fer-ho.

- **Creeu contingut destinat principalment als usuaris, no als motors de cerca :** dissenyar el lloc segons les necessitats dels visitants i assegurar-se que els motors de cerca hi puguin accedir sol traduir-se en resultats positius.

Eviteu:

- inserir massa paraules clau innecessàries, útils per als motors de cerca però resulten molestes o sense per als usuaris

- tenir blocs de text com ara "errors ortogràfics comuns que es cometen en accedir a la pàgina" que no aporten cap valor als usuaris
- ocultar text als usuaris [ocultar text als usuaris](#), però mostrar-lo als motors de cerca

## Escriure un bon text àncora

El text àncora és un text on es pot fer clic que els usuaris veuen com a resultat d'un enllaç i que es col·loca dins l'etiqueta d'àncora `<a href="..."></a>`.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

*El text àncora descriu amb precisió el contingut d'una de les pàgines d'article*

Aquest text proporciona als usuaris i a Google informació sobre la pàgina a la qual s'enllaça. Els enllaços de la pàgina poden ser interns (dirigeixen l'usuari a altres pàgines del lloc) o externs (dirigeixen l'usuari a contingut d'altres llocs). En qualsevol dels casos, com millor sigui el text àncora, més fàcilment podran navegar els usuaris i millor entendrà Google el tema de la pàgina a la qual enllaceu.

### Consells pràctics per al text àncora

- **Utilitzeu text descriptiu:** el text àncora que utilitzeu per a un enllaç ha de proporcionar una idea bàsica sobre el tema de la pàgina enllaçada.

Eviteu:

- escriure textos àncora genèrics, com ara "pàgina", "article" o "feu clic aquí"
- utilitzar textos fora del tema o que no tinguin relació amb el contingut de la pàgina a la qual s'enllaça
- utilitzar l'URL de la pàgina com a text àncora en la majoria de casos (tot i que hi ha usos legítims, com fer referència a un lloc web nou o promoure'l)

- **Escriviu de forma concisa:** intenteu escriure un text breu però descriptiu, amb poques paraules o amb una frase curta.

Eviteu:

- escriure textos àncora massa extensos, com ara frases llargues o un paràgraf curt de text

- **Formateu els enllaços de manera que siguin fàcils d'identificar:** faciliteu que als usuaris la distinció entre el text regular i el text àncora dels enllaços. El contingut perd utilitat si els usuaris no veuen els enllaços o si hi fan clic per accident.

Eviteu:

- utilitzar CSS o estils de text que faci que els enllaços es confonguin amb text normal

- **Tingueu en compte també els enllaços interns:** normalment els enllaços es relacionen amb referències a llocs web externs, però si preu atenció especial al text àncora dels enllaços interns fareu que els usuaris i Google puguin navegar millor pel vostre lloc.

Eviteu:

- utilitzar textos àncora massa plens de paraules clau o massa llargs pensats per als motors de cerca
- crear enllaços innecessaris que dificultin la navegació de l'usuari pel lloc

## Utilitzar les etiquetes d'encapçalament correctament

Les etiquetes d'encapçalament (no confondre amb l'etiqueta HTML <head> o amb les capçaleres HTTP) s'utilitzen per presentar l'estructura de la pàgina als usuaris. Hi ha sis mides d'etiquetes d'encapçalament, des d'<h1>, les més importants, fins a <h6>, les menys importants.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised to find several thousand dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After a few days, he decided to give the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

*En una pàgina que contingui una notícia, el nom del lloc es col·loca en una etiqueta <h1> i el tema de la notícia, en una etiqueta <h2>*

Atès que les etiquetes d'encapçalament normalment augmenten la mida del text que contenen respecte de la resta de la pàgina, això pot servir de pista visual perquè els usuaris vegin que es tracta d'un text important i els pot ajudar a imaginar el tipus de contingut que hi ha sota el text d'encapçalament. Utilitzeu mides diferents per crear una estructura jerarquitzada del contingut i fer que els usuaris puguin navegar més fàcilment pel document.

## Consells pràctics per a les etiquetes d'encapçalament

- **Imagineu que esteu escrivint una ressenya:** com si estiguéssiu escrivint una ressenya per a un diari important, penseu quins seran els punts principals i secundaris del contingut de la pàgina i decidiu on utilitzar etiquetes d'encapçalament en conseqüència.

Eviteu:

- col·locar a les etiquetes d'encapçalament text que no sigui útil per definir l'estructura de la pàgina
- utilitzar etiquetes d'encapçalament quan sigui més adequat col·locar altres etiquetes com <em> i <strong>
- canviar la mida de les etiquetes d'encapçalament sense cap criteri aparent

- **Utilitzeu el encapçalaments de pàgina amb moderació:** utilitzeu-los quan estiguin justificats. El fet de tenir massa etiquetes d'encapçalament en una pàgina pot dificultar que els usuaris en processin el contingut i que determinin on acaba un tema i on en comença un altre.

Eviteu:

- utilitzar amb excés etiquetes d'encapçalament a la pàgina
- col·locar tot el text de la pàgina en una etiqueta d'encapçalament
- utilitzar les etiquetes d'encapçalament només per raons estilístiques i no per estructurar la pàgina

## Optimitzar l'ús d'imatges

Les imatges poden semblar un component prou clar al vostre lloc, però podeu optimitzar-ne l'ús. Totes les imatges poden tenir noms de fitxer i atributs "alt" diferents, i heu de treure'n profit.

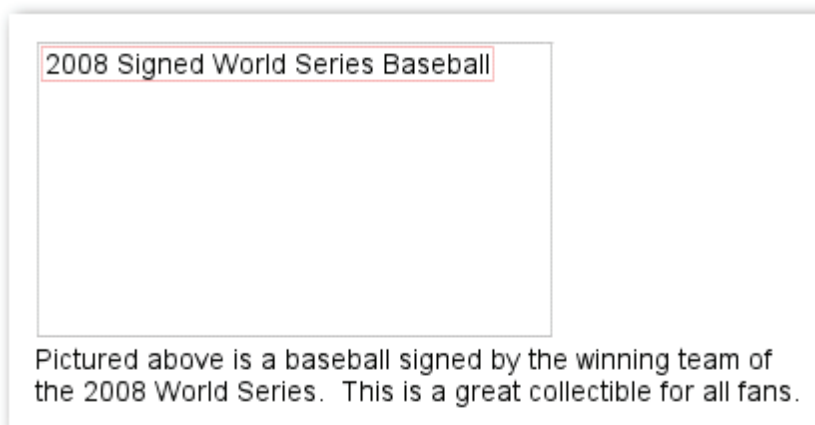
L'atribut "alt" permet mostrar un text alternatiu si, per algun motiu, la imatge no es mostra correctament.

```

```

*El nostre text "alt" és una descripció breu però precisa de la imatge*

Per què és aconsellable utilitzar aquest atribut? Si l'usuari navega pel lloc amb un navegador no compatible amb imatges, o bé si utilitza tecnologies alternatives com ara un lector de pantalla, els continguts de l'atribut alt li proporcionen informació sobre la imatge.



*La nostra imatge no es va mostrar pel motiu que fos, però, si més no, el text alt sí*



Un altra raó és que si utilitzeu una imatge com a enllaç, el text alt d'aquesta imatge es tractarà de forma similar al text àncora d'un enllaç de text. Malgrat tot, recomanem no utilitzar massa imatges com a enllaços en la navegació pel lloc, ja que les enllaços de text poden fer la mateixa funció. Finalment, l'optimització dels noms de fitxer i del text alt de les imatges facilita que els projectes de cerca d'imatges com [Cerca d'imatges de Google](#) les puguin reconèixer millor.

## Consells pràctics per a les imatges

- **Utilitzeu noms de fitxer i textos alt breus però descriptius:** com en el cas de molts altres components de la pàgina que es volen optimitzar, els noms de fitxer i els textos alt (per a llenguatges ASCII) funcionen millor si són curts però descriptius.

Eviteu:

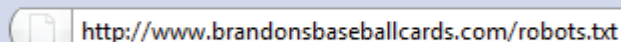
- utilitzar noms de fitxer genèrics com ara "imatge1.jpg", "pic.gif", "1.jpg", si és possible (els llocs que continguin milers d'imatges poden optar per automatitzar els noms de les imatges)
  - escriure noms de fitxer massa llargs
  - omplir el text alt de paraules clau o copiar i enganxar frases senceres
- **Escriviu un text alt si utilitzeu imatges com a enllaços:** si decidiu utilitzar una imatge com a enllaç i n'empleneu el text alt, fareu que Google tingui més informació sobre la pàgina a la qual enllaceu. Imagineu que esteu escrivint el text àncora d'un enllaç de text.

Eviteu:

- escriure textos alt massa llargs que es puguin considerar contingut brossa
  - utilitzar únicament enllaços d'imatge per navegar pel lloc
- **Deseu les imatges en un directori propi:** en comptes de tenir fitxers d'imatge escampats en diversos directoris i subdirectoris dins el vostre domini, opteu per col·locar-les totes en un directori únic (p. ex., [brandonsbaseballcards.com/imatges/](#)). Això simplificarà la ruta de les imatges.
- **Utilitzeu tipus de fitxers compatibles amb la majoria de navegadors:** gran part dels navegadors són compatibles amb els formats d'imatge [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) i [BMP](#). També és una bona idea que l'extensió del nom del fitxer coincideixi amb el tipus de fitxer.

## Fer ús efectiu de robots.txt

Els fitxers "robots.txt" informen els motors de cerca sobre si poden accedir i, per tant, rastrejar parts del lloc. Aquest fitxer, que s'ha d'anomenar "robots.txt", es col·loca al directori arrel del lloc.



<http://www.brandonsbaseballcards.com/robots.txt>

*Adreça del fitxer robots.txt*

```
User-agent: *  
Disallow: /images/  
Disallow: /search
```

*Cap dels robots dels motors de cerca compatibles (marcats amb el comodí \*) no hauria de poder accedir ni rastrejar el contingut del directori /images/ ni cap URL amb una ruta que comenci per /search*

Potser no us interessa que es rastregin determinades pàgines del vostre lloc perquè no són útils per als usuaris si les troben als resultats d'un motor de cerca. Si voleu impedir que els motors de cerca rastregin les vostres pàgines, Eines per a administradors web de Google compta amb un [generador de robots.txt](#) per ajudar-vos a crear aquest fitxer. Tingueu en compte que si el vostre lloc utilitza subdominis i voleu que no es rastregin determinades pàgines d'un subdomini, heu de crear un fitxer robots.txt diferent per a aquell subdomini. Per obtenir més informació sobre robots.txt, consulteu la guia del Centre d'Ajuda per a administradors web sobre l'[ús de fitxers robots.txt](#).

Hi ha moltes altres maneres d'evitar que determinats continguts apareguin als resultats de la cerca, com ara afegir "NOINDEX" a la metaetiqueta de robots mitjançant .htaccess per protegir directoris amb una contrasenya i utilitzar Eines per a administradors web de Google per eliminar contingut que ja s'hagi rastrejat. L'enginyer de Google Matt Cutts fa un repàs de les [precaucions que cal tenir amb els mètodes de bloqueig d'URL](#) en un vídeo molt útil.

## Consells útils per a robots.txt

- **Utilitzeu mètodes més segurs per al contingut confidencial:** no hauríeu de dependre de robots.txt per bloquejar material confidencial. Una de les raons és que els motors de cerca poden seguir fent referència als URL que bloquegeu (mostrant només l'URL, no el títol ni cap fragment) si hi ha un enllaç a aquest URL en algun lloc d'Internet (com ara registres de referència). A més, els motors de cerca no normatius o deshonestos que no compleixen l'estàndard d'exclusió de robots podrien no fer cas de les instruccions del robots.txt. Finalment, un usuari curiós podria examinar els directoris o els subdirectoris del fitxer robots.txt i esbrinar l'URL del contingut que no voleu mostrar. Encriptar el contingut o protegir-lo amb una contrasenya mitjançant .htaccess són alternatives més segures.

Eviteu:

- permetre que es rastregin les pàgines de resultats de cerca similars (als usuaris no els agrada anar d'una pàgina de resultats de cerca a una altra que no tingui cap valor afegit)
- permetre que es rastregi un nombre gran de pàgines generades automàticament amb el mateix contingut o amb contingut molt semblant: "Aquestes 10.000 pàgines gairebé idèntiques han de sortir a l'índex d'un motor de cerca?"
- permetre que es rastregin URL creades com a resultat de serveis intermediaris

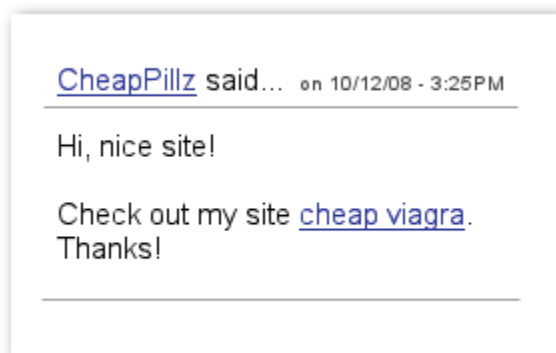
## Tingueu en compte rel="nofollow" per als enllaços

Si establiu el valor de l'atribut "rel" a "nofollow", Google sabrà que determinats enllaços del lloc no s'han de seguir i que no s'ha de passar la reputació de la vostra pàgina a les pàgines amb què enllaça. Per afegir l'atribut "nofollow" a un enllaç, afegiu rel="nofollow" dins l'etiqueta d'àncora de l'enllaç.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer </a>
```

*Si enllaceu a un lloc en què no confieu i no voleu passar-li la reputació del vostre lloc, utilitzeu nofollow*

Quan pot ser útil? Si el lloc conté un bloc amb els comentaris públics activats, els enllaços d'aquests comentaris poden passar la reputació que tant us ha costat aconseguir a pàgines per les quals no podeu respondre. Les àrees de comentaris dels blocs de les pàgines són susceptibles de tenir contingut brossa. Utilitzar l'atribut nofollow als enllaços afegits per altres usuaris us assegura que no regaleu la reputació de la vostra pàgina a un lloc amb contingut brossa. Gran part del programari de creació de blocs aplica l'atribut nofollow automàticament als comentaris dels usuaris; els programaris que no ho fan es poden editar manualment per canviar-ho. Aquest consell també s'aplica a d'altres àrees del lloc on s'hi pugui trobar contingut generat per usuaris, com ara llibres de visites, fòrums, taulers, llistes de referència, etc. Si voleu certificar enllaços afegits per tercers (p. ex., si confieu en un usuari que fa comentaris al vostre lloc) no cal que utilitzeu nofollow als enllaços; ara bé, els enllaços a llocs que Google considera plenes de contingut brossa poden afectar la reputació del lloc. Al Centre d'Ajuda per a administradors web trobareu més consells sobre [com evitar el contingut brossa als comentaris](#), com ara utilitzar CAPTCHA i activar la moderació de comentaris.



*Un generador de comentaris brossa deixa un missatge sobre una de les nostres entrades a fi d'obtenir la reputació del nostre lloc*

També podeu utilitzar nofollow quan escriviu contingut i voleu fer referència a un lloc web però no voleu passar-li la vostra reputació. Per exemple, imagineu que esteu escrivint una entrada de bloc sobre la generació de comentaris brossa i voleu esmentar un lloc que fa poc ha fet un comentari brossa al vostre bloc. Voleu avisar els altres usuaris sobre el lloc i afegiu un enllaç a aquesta pàgina

al vostre contingut; malgrat tot, segurament no voldreu donar-li cap mena de reputació en establir l'enllaç. Aquest seria un bon moment per utilitzar nofollow.

Per últim, si voleu utilitzar l'atribut nofollow a tots els enllaços d'una pàgina, podeu utilitzar "nofollow" a la metaetiqueta de robots, que es col·loca dins l'etiqueta <head> a l'HTML de la pàgina. Al Bloc de Webmaster Central hi ha una entrada útil sobre l'[ús de la metaetiqueta de robots](#). Per aplicar aquest mètode s'aplica, escriviu <meta name="robots" content="nofollow">.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Base
<meta name="description" content="Brandon's Baseb
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

*Això afegirà l'atribut nofollow a tots els enllaços de la pàgina*

## Promocionar el vostre lloc web de la forma adequada

Tot i que obtindreu la majoria d'enllaços al vostre lloc amb el temps, Google entén que, a mesura que els usuaris descobreixin el vostre contingut mitjançant cerques o altres mètodes i hi estableixin enllaços, voldreu que quedi constància de la bona feina que heu fet amb aquest contingut. Una promoció eficaç del contingut nou farà que els usuaris interessats en el mateix tema el trobin amb més rapidesa. Com passa amb molts dels punts d'aquesta guia, si es porten aquestes recomanacions a l'extrem podeu perjudicar la reputació del vostre lloc.

### Consells útils per promocionar el lloc web

- **Creeu un bloc que tracti dels continguts nous o dels serveis que ofereix:** crear una entrada de bloc al propi lloc informant la vostra base de visitants sobre les novetats és una manera eficaç de fer córrer la veu sobre la publicació de contingut o de serveis nous. Altres administradors web que segueixin el lloc o canal d'alimentació RSS també poden assabentar-se de la notícia.
- **No oblideu la promoció fora de línia:** un esforç en la promoció fora de línia també pot beneficiar molt el lloc o l'empresa. Per exemple, si teniu un lloc corporatiu, assegureu-vos que l'URL aparegui a targetes d'empresa, a encapçalaments de cartes, a cartells, etc. També podeu enviar als clients butlletins periòdics per correu electrònic per informar-los que hi ha contingut nou al lloc web de l'empresa.

- **Informe-vos sobre llocs de mitjans socials:** els llocs on els usuaris poden interactuar i compartir entre ells han facilitat la feina de relacionar els interessos de determinats grups de persones amb contingut rellevant.

Eviteu:

- fer promoció de cada petit canvi que feu al lloc; promoció de contingut important i interessant
  - involucrar el lloc en esquemes on se'n promogui el contingut de forma artificial a les primeres posicions dels serveis
- **Afegiu la vostra empresa al Centre de Negocis Local de Google:** si teniu una empresa local i afegiu aquesta informació al [Centre de Negocis Local](#) de Google, podreu arribar a clients mitjançant Google Maps i la cerca web. Al Centre d'Ajuda per a administradors web trobareu més consells per [promoure la vostra empresa local](#).
  - **Intenteu arribar a aquells que es troben dins una comunitat relacionada amb el vostre lloc:** és molt probable que hi hagi més llocs que tractin el mateix tema. Establir comunicacions amb aquest tipus de llocs sol ser beneficiós. Els temes d'actualitat del vostre segment o de la vostra comunitat poden donar-vos idees noves per a continguts o constituir un bon recurs comunitari.

Eviteu:

- enviar massivament sol·licituds d'enllaç a tots els llocs relacionats amb el vostre tema
- comprar enllaços d'un altre lloc per millorar la classificació PageRank enlloc del trànsit

## Utilitzar eines per a administradors web gratuïtes

Els motors de cerca més importants, inclòs Google, ofereixen eines gratuïtes per a administradors web. [Eines per a administradors web de Google](#) ajuda els administradors web a controlar millor la forma com Google interactua amb els seus llocs web i a obtenir-ne informació útil. No tindreu un tracte preferencial si utilitzeu Eines per a administradors web, però us pot permetre identificar problemes que, si se solucionen, poden millorar la posició del lloc als resultats de la cerca. Amb el servei, els administradors web poden:

- identificar les parts [del lloc que han causat problemes de rastreig a Googlebot](#)
- penjar un [fitxer XML de mapa del web](#)
- [analitzar i crear fitxers robots.txt](#)
- [eliminar URL que Googlebot ja hagi rastrejat](#)
- [especificar el domini preferit](#)
- [identificar problemes amb les metaetiquetes de títol i de descripció](#)
- conèixer [les cerques més populars que s'utilitzen per arribar a un lloc web](#)
- fer una ullada a la [forma de veure les pàgines de Googlebot](#)
- [eliminar els enllaços a llocs no desitjats](#) que Google pugui mostrar als resultats
- [rebre notificacions d'infraccions de les directrius de qualitat](#) i [enviar sol·licituds de reconsideració de llocs](#)

Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) i Microsoft ([Live Search Webmaster Tools](#)) també ofereixen eines gratuïtes per a administradors web.

## Traieu profit dels serveis d'anàlisi web

Si heu millorat el rastreig i la indexació del vostre lloc mitjançant Eines per a administradors web de Google o mitjançant altres serveis, segurament teniu curiositat per veure el trànsit del vostre lloc. Els programes d'anàlisi web com [Google Analytics](#) són una eina valuosa per conèixer aquestes dades. Els podeu utilitzar per:

- comprendre la forma com els usuaris arriben al lloc i el seu comportament
- descobrir el contingut més popular del lloc
- mesurar l'impacte de les optimitzacions que feu al lloc (p. ex., el canvi a les metaetiquetes de títol i de descripció ha millorat el trànsit des dels motors de cerca?)

En el cas dels usuaris avançats, la informació que proporciona un paquet d'anàlisi, combinada amb les dades dels [fitxers de registre del servidor](#), pot proporcionar informació encara més detallada sobre com els usuaris interactuen amb els documents (com ara paraules clau addicionals que els usuaris fan servir a les cerques per trobar el lloc).

Finalment, Google ofereix una altra eina anomenada [Optimitzador de llocs web de Google](#), que permet experimentar i comprovar quins canvis produeixen un nombre major de visitants a la pàgina. Aquesta eina, combinada amb Google Analytics i Eines per a administradors web de Google (vegeu el vídeo sobre com utilitzar "[Google Trifecta](#)"), és una forma potent de començar a millorar el vostre lloc.

## Recursos útils per a administradors web

[Fòrum d'Ajuda per a administradors web de Google](#) : teniu alguna pregunta o comentari sobre aquesta guia? Feu-nos-ho saber

[Bloc de Google Webmaster Central](#) : trobareu entrades freqüents d'usuaris de Google sobre com millorar el vostre lloc

[Centre d'Ajuda per a administradors web de Google](#) : ple de documents específics sobre temes relacionats amb l'administració web

[Eines per a administradors web de Google](#) : optimitzeu la forma com Google interactua amb el vostre lloc web

[Directrius per a administradors web](#) : directrius tècniques, de disseny, de contingut i de qualitat de Google

[Google Analytics](#) : esbrineu l'origen dels visitants i el que visualitzen, i avalueu els canvis

[Optimitzador de llocs web de Google](#) : experimenteu amb les vostres pàgines per descobrir el que funciona i el que no

[Consells per triar un bon optimitzador de motors de cerca \(SEO\)](#): si no voleu provar-ho sols, aquests consells us ajudaran a triar una empresa d'optimització de motors de cerca

Excepte si s'expressa el contrari, el contingut d'aquest document està subjecte a una llicència de Creative Commons Attribution 3.0.