

2 settembre 2010

Kleis Magazine

web.marketing@kleis.it

GEEKISSIMO

I motori di ricerca hanno fatto il loro tempo?

01 SET 2010 10:00A.M.



Nielsen ha pubblicato delle nuove statistiche relative al **mercato dei motori di ricerca**. Da questi dati emerge che **Bing**, il motore di ricerca della Microsoft, è passato da una quota di mercato del 9% a una del 13.6% nel giro di un solo mese – quello che va da giugno a luglio 2010 – facendo registrare un cosiddetto **“aumento relativo” del 51%**. Davvero un ottimo risultato per il colosso di Redmond, soprattutto considerando i cali di **Google** (ora in possesso di una quota di mercato pari al 64%) e **Yahoo!** (passato dal 17.1 al 14.3%), ma oggi non è di questo che vogliamo parlarvi.

Scorrendo le statistiche, abbiamo infatti trovato un altro dato forse ancora più interessante di quello della crescita di Bing: il numero di ricerche effettuate dagli utenti statunitensi è sceso da 10.5 miliardi a 8.8 miliardi nel giro di un anno. Un calo abbastanza significativo, del 16% pare, che fa sorgere spontanea una domanda: non è che **i motori di ricerca hanno fatto il loro tempo?**

(...)

Continua a leggere I motori di ricerca hanno fatto il loro tempo?, su Geekissimo

I motori di ricerca hanno fatto il loro tempo?, pubblicato su Geekissimo il 01/09/2010

© naqern per Geekissimo, 2010. | Permalink | Commenta! | Aggiungi su del.icio.us

Hai trovato interessante questo articolo? Leggi altri articoli correlati nelle categorie Google, Motori di Ricerca.

Post tags: Bing, mercato, Statistiche

Mandalo via e-mail

SEGNALIBRO

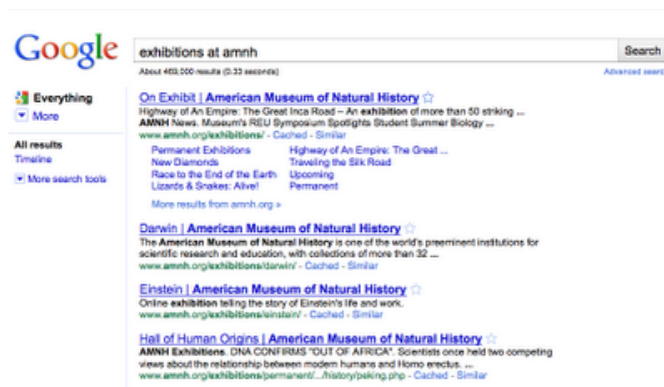
Email this Technorati Links

SEARCH ADVERTISING BLOG, DI ANDREA CAPPELLO

SEO e Brand: Google modifica l'algoritmo in peggio?

30 AGO 2010 07:05P.M.

Oggi abbiamo lanciato una modifica al nostro algoritmo di classificazione che renderà molto più facile per gli utenti trovare un gran numero di risultati da un singolo sito (post di Google)



Che i motori di ricerca siano lo strumento più importante con cui informarsi è noto. Ma perchè togliere spazio ai siti che parlano di una determinata azienda e specialmente a quelli che la commentano? Non bastava il link “altri risultati utili da...”?

In molti casi, infatti, a parlare di un'azienda e dei suoi prodotti o servizi lo fanno molto meglio altri portali. E spesso, inoltre, è utile trovare anche informazioni su siti di terzi prima di prendere una decisione magari relativa un acquisto.

Personalmente avrei auspicato un maggior potenziamento dei sitelink (che sembrano scomparsi dall'esempio citato nel post) magari con qualche description aggiuntiva, e non a una "plafonazione" dei risultati utili agli utenti che comunque non mi pare nella soluzione proposta esaustivo ne tanto utile quanto Google ci dice...

Qui “commerciale” ci cova...

In ogni caso attendiamo che le modifiche vadano a regime per vedere la portata dei cambiamenti.

Che sia comunque uno stimolo per fare in modo che le aziende realizzino siti con più contenuti e informazioni utili agli utenti? Speriamo.

Condividi:

◆ Email this ◆ Technorati Links

◆ [Add a comment](#) ◆ [View CC license](#)

◆ Save to del.icio.us ◆ Add to del.icio.us

◆ Digq This!

alla rete, ma non sarei sicuro nemmeno oggi che questi dati, nella logica meno che commerciale dello sviluppo di Internet in Italia, siano una notizia per forza positiva.

✦ [Email this](#) ✦ [Add to del.icio.us](#)

TAGLIABLOG

Apple iTV e Google TV: che sia la volta buona?

27 AGO 2010 12:05A.M.



Riparto oggi da un post di oltre 2 anni e mezzo fa, del lontano 11 Gennaio 2008.

In quell'articololetto accennavo alla vecchia storia di "Internet che entra nella TV", storia con la quale conviviamo ormai da oltre 15 anni: di strani set-top box, mediacenter e startup che provano a fare da *trait d'union* fra questi 2 mondi ne sento parlare da sempre, ma fino ad oggi televisione e web occupano ancora un loro posto ben definito e separato all'interno delle nostre abitazioni.

Forse però, fra qualche mese, non sarà più così.

Google TV

La Google TV (non quella farlocca di 3 anni e mezzo fa 😄) è stata annunciata il 20 Maggio, e sarà disponibile (sia all'interno di set-top box dedicati che integrata in alcuni modelli di TV a marchio Sony) entro la fine del 2010.

Il funzionamento di Google TV è spiegato in questo breve video,

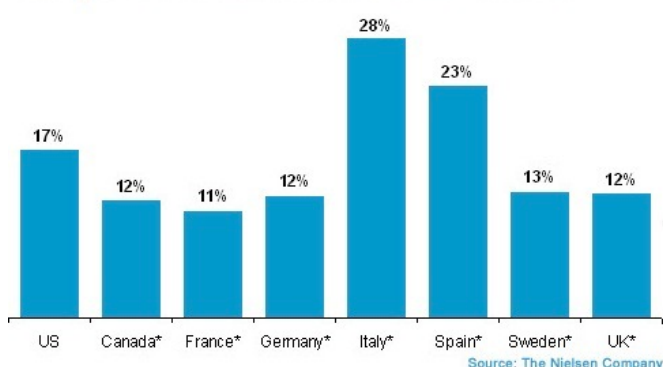
mentre durante la presentazione del nuovo servizio le prime parole del product manager Rishi Chandra sono state *“una nuova piattaforma che crediamo cambierà il futuro della televisione”*.

MANTEBLOG

Il paradosso cellulare

27 AGO 2010 10:51A.M.

Smartphone Penetration Across Global Markets



Mauro Lupi cita questi dati di Nielsen dai quali traspare che siamo il paese con la piu' ampia penetrazione di smartphone in tutta Europa. Per molti anni i trionfi della telefonia cellulare in questo paese non sono stati una buona notizia per lo sviluppo di Internet. Oggi le cose sono cambiate, visto che i terminali consentono adeguati collegamenti

Apple TV (anzi, iTV)

L'Apple TV è stato un flop, ma se fosse vera la voce messa in giro da Kevin Rose qualche giorno fa, la nuova Apple iTV potrebbe (per fare il verso a quanto detto da Google) "cambiare ogni cosa":

- *applicazioni iOS per la TV.* Nascerebbe un marketplace di app dedicate a iTV: per esempio, si può ipotizzare che verranno sviluppate app per condividere e registrare programmi TV, per leggere notizie in modo interattivo, e (ovviamente) per giocare.
- *canali "a la carte" acquistabili come app.* I network televisivi potrebbero monetizzare (tramite iAd) e distribuire i loro contenuti attraverso iTV. Potrebbe essere la morte della TV via cavo/satellite.
- *noleggio del singolo programma televisivo.* Pare che Apple sia in trattativa con News Corp. per poter far "noleggiare" i singoli TV show a 99 centesimi l'uno.
- *condivisione di immagini/video tramite MobileMe.* Le persone anziane, o chi è poco pratico con Internet, ameranno questa funzione: per esempio, potresti condividere foto e video con tua madre premendo un tasto sul tuo iPhone, e lei potrebbe vederle non appena accende la televisione.
- *iPad utilizzabile come telecomando.* L'iPad potrebbe essere il telecomando dell'iTV, trasformandosi in un dispositivo che "estende" l'esperienza televisiva. Per esempio, mentre guardi in TV una partita di calcio, sull'iPad potrebbero scorrere ulteriori informazioni circa le squadre, o potresti cambiare l'angolo di visione del gioco.

Il lancio di iTV è ipotizzato per le prossime settimane, al prezzo di 99 dollari.

Perché Google e Apple si stanno buttando nella TV?

Pare che sul nostro pianeta ci sia 1 miliardo di persone che usano il PC, 2 miliardi che utilizzano dispositivi mobili e ben 4 miliardi di persone "raggiungibili" da una TV.

Il nordamericano medio spende 5 ore al giorno davanti alla televisione, e il mercato pubblicitario TV (solo USA) ha l'incredibile valore di 70 miliardi di dollari/anno.

Come ciliegina sulla torta aggiungo che l'*online video advertising* è un mercato visto in fortissima crescita nei prossimi anni,

US Online Advertising Spending, by Format, 2009-2014 millions

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Search	\$10,698	\$12,374	\$13,437	\$14,793	\$15,670	\$16,771
Banner ads	\$5,061	\$5,477	\$5,845	\$6,533	\$7,035	\$7,373
Classifieds	\$2,254	\$1,958	\$1,795	\$1,861	\$1,902	\$1,960
Rich media	\$1,505	\$1,576	\$1,632	\$1,708	\$1,760	\$1,815
Lead generation	\$1,451	\$1,531	\$1,632	\$1,769	\$1,892	\$2,033
Video	\$1,017	\$1,506	\$2,149	\$3,081	\$4,150	\$5,518
Sponsorships	\$383	\$402	\$422	\$445	\$471	\$501
E-mail	\$292	\$276	\$288	\$311	\$319	\$330
Total	\$22,661	\$25,100	\$27,200	\$30,500	\$33,200	\$36,300

Source: eMarketer, May 2010

115198

www.eMarketer.com

e i soldi della TV pare si stiano spostando già ora su Internet: "We see television dollars moving to online video", ha appena dichiarato

Jason Glickman, CEO di Tremor Media, mentre per Hulu si ipotizza un IPO da 2 miliardi di dollari.

Concludendo

"TV meets Web. Web meets TV." è il motto di Google TV.

Ma credo che l'unica vera *reason why* che sta guidando le operazioni di Apple e Google non è quella di mettere in contatto Internet e televisione, bensì quella di "far incontrare" un sacco di utenti, vecchi e nuovi, con gli inserzionisti pubblicitari.

E su quello farci un sacco di soldi.



Post correlati:

- Il movimento del mouse influenza il posizionamento in Google?
- iAd, l'advertising secondo Apple
- Come guadagna Google?

5 comments on this item • Twit This!

Share on Facebook

BOOKING BLOG™ - IL BLOG DEL WEB MARKETING TURISTICO

Facebook Places: tutti i vantaggi per gli hotel

25 AGO 2010 02:10P.M.



È ufficiale: il 20 agosto **Facebook ha lanciato "Facebook Places", la sua nuova funzione di geo-localizzazione**, di cui già da tempo si era sparsa la notizia.

Questo significa che, come accade già su social network specifici del

settore come Foursquare e Gowalla, da oggi **si potrà segnalare sulla propria bacheca ed ai propri amici dove ci si trova.**

Con Facebook Places - per adesso disponibile solo per gli utenti USA da iPhone o da Smartphone con Browser abilitato all'HTML 5 - ogni utente potrà anche taggare e geolocalizzare in una determinata posizione altri amici e verificare chi si trova nella sua zona.

Niente di straordinariamente nuovo dunque sotto il cielo della geo-localizzazione: **i servizi offerti da Facebook sono essenzialmente quelli dello stesso Foursquare** (che per altro Mark Zuckerberg aveva cercato in passato di acquistare senza successo), se si esclude l'aspetto ludico (acquisizione di riconoscimenti, premi, badge) caratterizzante Foursquare e di cui per il momento Facebook Places non è dotato.

Molti ancora sono i dubbi sui **problemi che potrebbero sorgere a livello di privacy, da sempre considerato il tallone d'Achille di Facebook**: alcuni ad esempio lamentano che le informazioni diffuse da Places potrebbero essere utilizzate da malintenzionati, ma tutto sembra passare in secondo piano di fronte all'entità e al rilievo di questo nuovo servizio a disposizione dell'enorme bacino di utenza del social network, che ha raggiunto già i 500 milioni di iscritti (di cui almeno 150 milioni si collegano ogni giorno via cellulare).

Al di là dell'ovvia contrapposizione che si verrà a creare tra un Facebook sempre meno generalista e sempre più multi-specifico e gli altri geo-local social network sopra citati, **che cosa comporterà questa nuova funzionalità per il settore business, ed in particolare per quello alberghiero?**

Un nuovo modo per conoscere la vostra clientela

Grazie ad un servizio Business offerto da Facebook, **potrete rivendicare il possesso della vostra attività attraverso un metodo molto simile a quello offerto da Foursquare** e se ne avete una, collegare alla pagina di geolocalizzazione la vostra pagina Facebook ufficiale: grazie ad una tab preposta, potrete così immediatamente **farvi un'idea della vostra presenza sul social network e del livello di interazione raggiunto con gli utenti** (i like ricevuti, le condivisioni ed i check-in effettuati).

Questi dati potranno risultare molto rilevanti per capire più a fondo la vostra clientela, i suoi gusti, le sue preferenze, quello che pensa di voi, come siete riusciti a soddisfarla o meno, quello che le piace fare una volta nella vostra destinazione, tutte informazioni fondamentali per offrire un servizio sempre più accurato e personalizzato. Non solo, ma avrete la possibilità anche di monitorare la clientela dei vostri competitor e visionare velocemente la loro brand reputation su Facebook ed eventualmente i loro punti deboli.

Facebook Places: un guest book pubblico per le recensioni dei vostri clienti

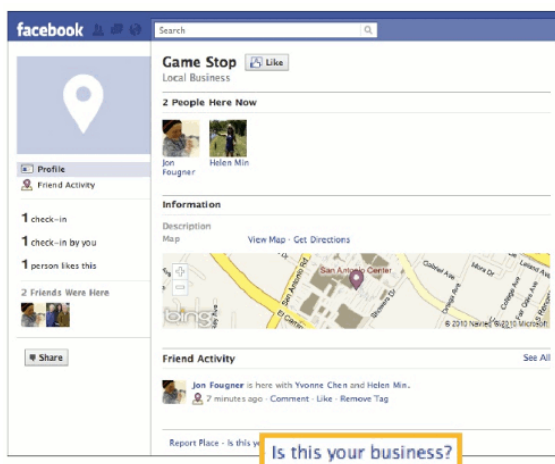
Facebook è già da tempo il luogo digitale per eccellenza deputato all'interazione, alla comunicazione e alla condivisione, ecco perché **credo che per chi possiede un iPhone, risulterà molto più naturale effettuare un check-in su Facebook piuttosto che su Foursquare** ed aggiungere di conseguenza opinioni, recensioni, consigli.

Facebook Places potrebbe in effetti diventare per gli hotel una sorta di guest book pubblico e per farla breve, **anche in questo caso vi troverete di fronte al difficile ed inevitabile compito di monitorare e gestire, e possibilmente anche rispondere, ai commenti sulla vostra struttura lasciati dai clienti**, sia positivi che negativi.

Che cosa cambia su Facebook?! Che i clienti qui, a differenza dei siti di recensioni turistiche come TripAdvisor, saranno obbligati a giocare a viso aperto, con il loro reale profilo e senza nascondere il loro vero nome....

Per maggiori informazioni sull'utilizzo aziendale di Facebook Places consultate la guida "Guide for Businesses BETA"

✦ [Email this](#) ✦ [Share on Facebook](#) ✦ [Twit This!](#)



ROBIN GOOD'S MASTERNEWMEDIA - ITALIA

Il Valore Dei Links: Come I Motori Di Ricerca Valutano I Links

25 AGO 2010 12:05P.M.

Come I Motori Di Ricerca



Valutano I Links

Qual è il valore dei links? Un link vale ancora come un “voto” dato al tuo sito, oppure con il tempo le cose sono cambiate? Se vuoi sapere davvero come i motori di ricerca valutano i links che ricevi sulle tue pagine web, in questo articolo troverai degli interessanti spunti di riflessione per ottimizzare i tuoi links dal punto di vista SEO. Photo credit: DesignBeep **Non siamo più nel 1997** ed anche il valore dei links non è più quello di un tempo. Se prima ti bastava ottenere tanti links che puntavano al tuo sito da siti “importanti” per salire nei risultati di ricerca, adesso è bene che tu ti renda conto che i links funzionano in modo ben diverso. **La posizione dei links**, la reputazione e popolarità del sito che ti manda i links, la differenza tra links interni o links esterni, la rilevanza dei link provenienti dalle immagini, e molti altri fattori ancora contribuiscono alla valutazione, al “peso” che Google dà ai links che ricevi sul tuo sito. E’ quindi estremamente utile valutare bene:

- **Come usi i link** quando scrivi un articolo,
- chi linka al tuo sito da siti esterni,
- **se esistono** siti malevoli che usano il tuo sito per fare spam.

Sono tutte raccomandazioni molto semplici, che però possono davvero fare la differenza per salire nei risultati dei motori di ricerca e per incrementare la tua reputazione online come sito fidato e meritevole di attenzione. **E così, per aiutare te** e gli altri publisher online alle prime armi, a capire il valore dei links e come usarli efficacemente, ho chiesto a Gianni Riccio il permesso di ripubblicare qui su MasterNewMedia il suo ottimo articolo che spiega senza inutili fronzoli o complesso linguaggio tecnico cosa devi fare per avere sul tuo sito dei links ben ottimizzati dal punto di vista SEO. Ecco i consigli di Gianni:

I Links Non Sono Tutti Uguali: 8 Principi Che Spiegano la Valutazione dei Motori di Ricerca

di Gianni Riccio

Come Google Valutava i Links in Passato



Quando, nell'ormai lontano 1997, i fondatori di Google crearono l'algoritmo per stabilire l'importanza e la popolarità di una pagina web in relazione al loro motore di ricerca, non avrebbero mai pensato di dover, dopo circa 13 anni, avere a che fare con una miriade di contenuti posti sotto le forme più disparate e, quindi, di dover ripensare un po' il tutto. Ecco spiegato, in un certo senso, l'avvento di Google Caffeine. A quel tempo, comunque, si stabilirono delle linee guida molto lineari che riassumo velocemente:

- **I links ad una pagina** erano interpretati come voti.
- **Tutti i voti** erano, sostanzialmente, uguali.
- **La pagina che riceveva** più voti diventava sempre più importante e popolare.
- **I links sulle pagine più importanti** avevano più valore dei links sulle pagine meno popolari.

Su questo, in sostanza, i fondatori di BigG basavano gran parte della SERP.

Come Google Valuta i Links Nel Presente



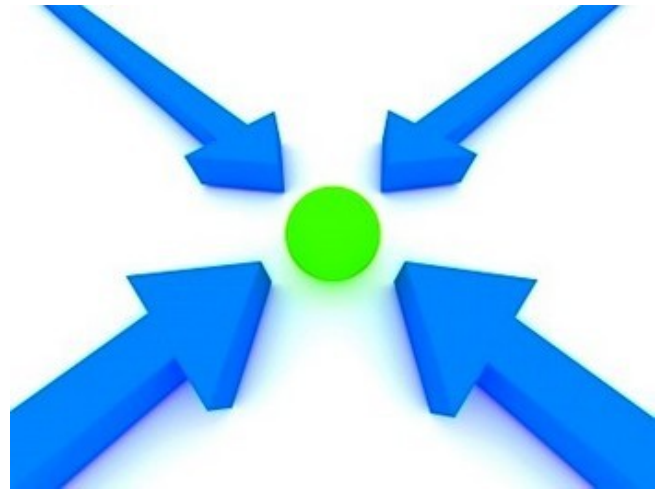
E' cambiato moltissimo da allora e Google ha dovuto adeguare ed attualizzare molto i suoi algoritmi, tanto che ora possiamo dire, senza ombra di dubbio, che i links non sono tutti uguali e che esistono alcuni principi fondamentali che ne regolano e stabiliscono il valore sul web. Vediamoli in dettaglio. **Come piccola premessa**, faccio notare che si userà spesso il termine “*outrank*” con cui si intende il significato di ‘porta più rank ovvero più valore, più popolarità’.

1. I Links Posizionati in Alto Valgono di Più



All'interno di una pagina web i links più in alto, per lo stesso anchor text, hanno più valore di quelli più in basso. La regola prevede questo sia in caso di Internal Links che di External. **Nell'immagine qui sopra**, c'è l'esempio di un post in cui tre links con lo stesso anchor text sono posizionati a breve distanza di codice l'uno dall'altro. Ma, pur tuttavia, il link 1 ‘outranka’ il link 2 che, a sua volta, ‘outranka’ il link 3. Logicamente non si parla di differenze sostanziali ma, certamente, un link ad inizio post ha più valore di un link in fondo, a chiusura articolo. **Discorso applicabile**, ad esempio, al guest blogging e seo: se proprio riuscite ad ottenere un link, che sia il più in alto possibile!

2. I Links Esterni Hanno Maggior Valore dei Links Interni



Originariamente non c'era differenza: i link interni ed esterni erano considerati allo stesso modo come importanza e valore. Da tempo, invece, Google ha sposato il principio secondo cui è più importante quello che dicono gli altri su di te, piuttosto che quello che tu dici su te stesso. **E quindi è appurato** che all'interno di un contenuto un link verso una pagina esterna ‘passa più valore’ di un link verso una pagina interna.

3. E' Meglio Avere Links Provenienti da Domini Diversi



Spiego meglio il discorso perché dal titolo, probabilmente, si intuisce poco. Anche in questo caso, in origine non vi era differenza sul numero di domini da cui provenivano i links verso una pagina web per stabilirne la popolarità. **Ma poi Google ha cambiato rotta.** Ha pensato bene di introdurre il seguente principio: meglio 50

links da 50 differenti domini piuttosto che 500 links dallo stesso dominio. **L'idea che ne sta alla base** è logica: meglio ricevere attestati e voti da più 'soggetti' diversi che dallo stesso soggetto. Il paragone mi viene in ambito scolastico. **E' come un alunno** che riceve tanti sette da vari professori piuttosto che un alunno che ne riceve sempre tanti, ma dallo stesso prof: nel primo caso si ha più l'idea di alunno valido e completo.

4. I Links Dei Siti Verificati Hanno Maggior Valore



Mi permetto di postare l'immagine tratta da una delle fonti di questo articolo per spiegare meglio cosa intende in questo quarto punto. Si parla di 'trusted seed sites' quando ci si riferisce a siti cosiddetti di fiducia.

Logicamente, i parametri di giudizio in tal caso sono oggettivi anche se possiamo immaginare che siti con estensione .GOV ad esempio, ispirino 'maggior fiducia' (di contenuti) dei siti .COM, in generale. La foto introduttiva vi mostra, appunto, come un link proveniente dal sito ufficiale della Library of Congress (www.loc.gov) abbia più peso rispetto ad un link proveniente da Flickr che, a sua volta, abbia più valore rispetto ad un link dal sito ufficiale di Kevin Bacon. **Il discorso è applicabile**, come detto, in generale.

5. I Links All'Interno dei Contenuti Sono i Migliori



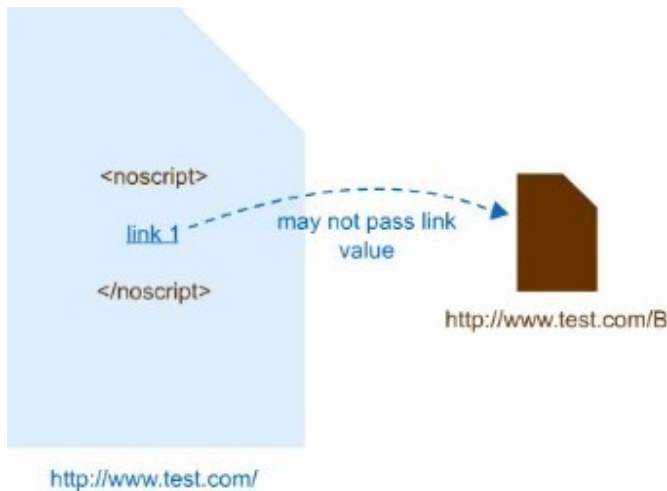
Il discorso affrontato nell'articolo sulla page segmentation di qualche giorno fa è strettamente collegato a questo. Google ed i vari motori valutano con maggior peso un link all'interno del contenuto (a centro pagina, per intenderci) piuttosto che i vari links sparsi tra header, sidebar, footer, ecc. semplicemente perché sanno che in queste ultime posizioni, solitamente, si inseriscono links a pagamento o scambiati e quindi links poco naturali, tanto per intenderci. **Diversamente, invece**, all'interno di un post si linkano in modo naturale pagine esterne e, quindi, tali links assumono nettamente più peso.

6. I Links Nel Testo Hanno Più Efficacia dei Links Nelle Immagini

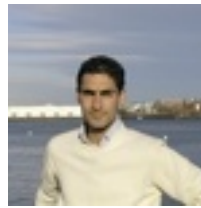


Anche se non ci sono documenti ufficiali di Google ed altri in merito, l'esperienza degli ultimi anni e migliaia di test al riguardo hanno dimostrato che anche i links inseriti correttamente nelle immagini hanno importanza lato SEO. Ma, in ogni caso, l'anchor text classico nell'HTML passa al link più valore di quello presente nell'attributo alt del tag IMG.

7. I Links Nel Tag NOSCRIPT Non Valgono Quasi Nulla



Anche in tal caso, nessuna ufficialità, ma l'esperienza porta a concludere che, come mostra la foto qui sopra, i links inseriti all'interno di un tag NOSCRIPT non passano valore o ne passano pochissimo. Infatti, sostanzialmente, tale tipologia di links non è visibile dal visitatore nella pagina e, quindi, i motori di ricerca danno loro importanza quasi nulla al fine del ranking.



Informazioni su Gianni Riccio Gianni Riccio è ingegnere elettronico ed informatico. Gestisce due blog, Pecciola e GianniRiccio sui quali tratta tematiche legate al Web ed al posizionamento nei motori di ricerca con un linguaggio semplice ed accessibile anche ai meno esperti.

Photo credits: Come Google Valuta i Links Nel Presente - The New Blog Times I Links Esterni Hanno Maggior Valore Dei Links Interni - adistock E' Meglio Avere Links Provenienti da Domini Diversi - Kadir Karcioğlu I Links Dei Siti Verificati Hanno Maggior Valore - Eduard Härkönen I Links nel Testo Hanno Più Efficacia dei Links Nelle Immagini - Timariley I Links Che Portano Spam Sono Molto Pericolosi - Aliaksei Lakamkin Altre Immagini - Clipart

DOWNLOADBLOG

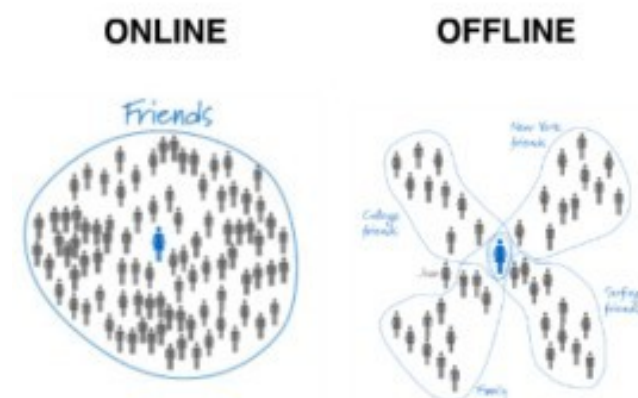
Cosa attendersi da Google Me

25 AGO 2010 11:00A.M.

8. I Links Che Portano Spam Sono Molto Pericolosi



Bè, anche in tal caso potrebbe essere un qualcosa di logico e di atteso. Sappiamo quanto Google ed i suoi simili tengano al discorso spam e, quindi, se all'interno di una pagina inserite quattro links di cui due 'spammosi' (casinò, poker, viagra ecc), i due links 'buoni' potrebbero subire penalizzazioni e passare molto meno valore a causa della presenza nella stessa pagina dei due links 'spammosi'.



Google ha dato un valore alla ricerca quando gli altri erano ancora fossilizzati sui contenuti. Su questa base la società di Mountain View ha costruito un impero online. Google Inc. si è successivamente diversificata proponendo una galassia di servizi. C'è però un fronte sul quale non è ancora riuscita a sfondare: il social networking.

Google ha messo in atto differenti tentativi per diventare sociale, ma si sono rivelati tutti al di sotto delle aspettative. Friend Connect, il sistema che permette di integrare dei box sociali sulle pagine Web è stato adottato da un certo numero di Siti di grandi dimensioni, ma non dal target principale: la piccola editoria online. Wave, la piattaforma di collaborazione in tempo reale rimasta a lungo in beta ad invito è stata poi chiusa per mancanza di iscritti e troppa complessità. Buzz, il servizio sociale legato a Gmail ha avuto grossi problemi di privacy in fase di lancio e non sta facendo presa sui

navigatori. Il motore di ricerca ha poi anche integrato numerosi contenuti sociali nei suoi risultati. Ma si tratta di terze parti. Nulla di proprietario. Anche il tentativo di rendere maggiormente sociali i profili Google non ha fornito la spinta necessaria per fare il salto di qualità.

Adesso Google ci riprova con Google Me e non può permettersi di fallire ancora. Se Google intende diventare un player importante nel settore dei social network dovrà proporre un servizio che aggiunga qualcosa a ciò che è attualmente disponibile. Un clone di Facebook non avrebbe senso. Una parte della vision di Google si può dedurre dalla presentazione dal titolo "The Real Life Social Network" tenuta recentemente da Paul Adams, senior user experience di Google.

Secondo Adams il principale problema che si riscontra su servizi come Facebook è quello che a differenza della vita reale, non c'è modo di diversificare il proprio comportamento sociale a seconda del contesto in cui ci si trova. Tutti gli "amici" sono infatti in uno stesso grande "ambiente". Adams ha portato un esempio: "Se sei a casa di tua madre, ti comporterai diversamente da quando sei al bar con i tuoi amici o con i colleghi nel tuo ufficio". Il ricercatore di Google ha anche sottolineato come nella vita reale ci siano tre differenti fasce di relazione: le persone più care con le quali si comunica costantemente e in modo approfondito, i conoscenti e coloro che si sono incontrati una volta nella vita. Collapsare queste categorie di relazione nel medesimo contesto sociale come avviene nei social network attuali crea confusione e rischi, conclude Adams.

Google sostiene insomma che la rete sociale offline degli individui venga distorta, se trasferita online su siti come Facebook. Propone quindi un ambiente Internet di gruppi di contatti indipendenti tra loro in differenti contesti sociali. Occorrerà però vedere se e come Mountain View riuscirà a costruire su questa base un nuovo servizio e soprattutto se incontrerà il gradimento dei navigatori.

Di seguito, la serie completa di slide utilizzate da Paul Adams nel corso della sua presentazione:

The Real Life Social Network v2

Via | Smarterware

Cosa attendersi da Google Me è stato pubblicato su downloadblog alle 11:00 di mercoledì 25 agosto 2010.

✦ [Email this](#) ✦ [Segnala su Badzu](#)

✦ [Segnala su Facebook](#)

DOWNLOADBLOG

Come funziona Google Translate, in un video

12 AGO 2010 01:00P.M.

Quante volte abbiamo usato Google Translate per tradurre pagine o testi trovati sul web e scritti in lingue a noi assolutamente sconosciute? In questo video ecco come funziona.

No, non ci sono elfi o scimmie ammaestrate...

Come funziona Google Translate, in un video è stato pubblicato su downloadblog alle 13:00 di giovedì 12 agosto 2010.

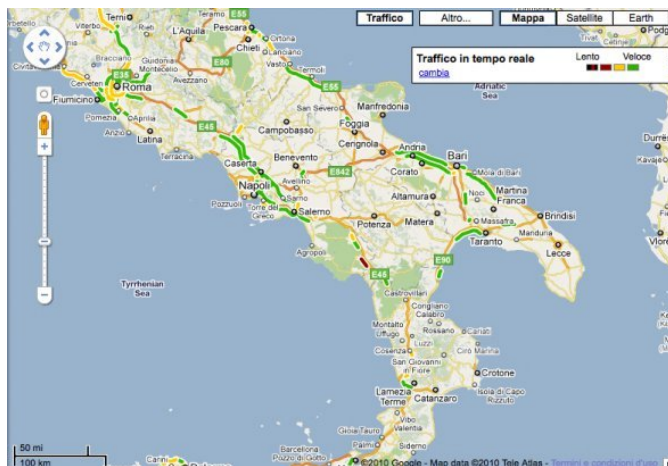
✦ [Email this](#) ✦ [Segnala su Badzu](#)

✦ [Segnala su Facebook](#)

DOWNLOADBLOG

Google Maps ora informa anche sulle condizioni del traffico

12 AGO 2010 09:57A.M.



Giusto in tempo per i rientri e le partenze per le vacanze, Google integra nel suo servizio di Maps i dati relativi al traffico.

Basta accedere a Google Maps (anche in versione Mobile) e si noterà la voce "Traffico" nel quadrante delle mappe. In base a dati forniti da terze parti che monitorano la viabilità italiana, le strade saranno colorate in differenti colori:

- verde: viabilità scorrevole, con velocità di crociera di almeno 80 km/h

- giallo: viabilità media, con velocità di crociera tra 40km/h e 80 km/h
- rosso: viabilità lenta, con velocità di crociera di circa 40 km/h
- rosso e nero: viabilità molto lenta, con code a tratti

Via | Googleitalia.blogspot.com

Google Maps ora informa anche sulle condizioni del traffico è stato pubblicato su [downloadblog](#) alle 09:57 di giovedì 12 agosto 2010.

◆ [Email this](#) ◆ [Segnala su Badzu](#)

◆ [Segnala su Facebook](#)

DOWNLOADBLOG

Ripartono in Italia le auto di Street View

09 AGO 2010 09:00A.M.



Da qualche giorno sono ritornate in Italia le auto di Street View. Questo avviene dopo che le auto erano state fermate per le note vicende sull'acquisizione dei dati WiFi in giro per il mondo, violando la privacy.

Pare che "l'inconveniente" sia stato risolto e quindi riecco le famose vetture sulle strade del nostro Paese. Inoltre, andando sulla pagina di Google Maps con Street View, è possibile cliccare su Dove è disponibile Street View? per conoscere le aree coperte dal servizio e soprattutto sapere dove si trovano in veicoli di Google, magari per appostarsi con una maschera da cavallo...

Ripartono in Italia le auto di Street View è stato pubblicato su [downloadblog](#) alle 09:00 di lunedì 09 agosto 2010.

◆ [Email this](#) ◆ [Segnala su Badzu](#)

◆ [Segnala su Facebook](#)

DOWNLOADBLOG

Autostrade per l'Italia e Wind offrono WiFi gratis in Autogrill

08 AGO 2010 12:00P.M.



Una buona notizia per chi viaggia: Autostrade per l'Italia e Wind hanno stretto una partnership per offrire connettività gratuita in Autogrill. Per usufruirne occorre recarsi in uno dei 35 Hi-Point disseminati sulla rete autostradale italiana. L'accesso alla rete senza fili è limitato a 30 minuti.

Un tempo più che sufficiente per una sosta in Autogrill. Le autostrade dotate di Hi-Point attivi sono la A1 Milano - Napoli, la A4 Torino - Trieste, la A12 Genova - Roma, la A13 Bologna - Padova, la A14 Bologna - Taranto, la A23 Palmanova - Tarvisio e la A26 Genova - Gravellona Toce.

Com'è prevedibile il servizio non copre gran parte dell'Italia centro-meridionale, anche a causa della profonda diversità della rete autostradale tra Nord e Sud. L'iniziativa è comunque apprezzabile nel panorama desolante del WiFi gratuito nel Paese. Speriamo che altri prendano esempio.

Foto | Luca Mascaro

Autostrade per l'Italia e Wind offrono WiFi gratis in Autogrill è stato pubblicato su [downloadblog](#) alle 12:00 di domenica 08 agosto 2010.

◆ [Email this](#) ◆ [Segnala su Badzu](#)

◆ [Segnala su Facebook](#)