

Registrazione di un dominio Web

Ultimo aggiornamento sabato 23 agosto 2008

Il primo passo per la registrazione di un dominio è ovviamente la scelta del nome; aspetto importante sia sotto il lato delle proprie personali preferenze sia per un eventuale fine commerciale o di sponsorizzazione.

Se il nome che si desidera è occupato, come spesso accade, ci si può aiutare utilizzando alcuni caratteri come "-" o aggiungendo la denominazione della propria società (srl, snc, spa) alla fine del dominio. E' possibile ancora aggiungere, per i domini .com/net, la dicitura: "-italia" o "group", facendo anche sottintendere una portata internazionale della propria azienda. I principali domini che, oggi, si possono registrare in Italia sono i domini .it e quelli .com, .net, .org. Il dominio .it è da preferirsi quando si sa già inizialmente che il sito avrà portata nazionale oppure quando si vuole trasmettere agli utenti esteri il marchio di made in Italy. A tal proposito sono molte le società straniere di moda e design che registrano un .it per fregiarsi del marchio italiano di qualità.

I domini .com, in origine erano destinate ad attività commerciali internazionali. Ora non è più così e, anzi, sono assolutamente interscambiabili con i domini .net

Questi ultimi piuttosto, proprio per il fatto che si concludono con il .net, ricordano a molti utenti la Rete e da sondaggi di marketing risultano inoltre più facilmente memorizzabili e quindi tra i preferiti.

Domini .it

I domini .it si possono registrare in un numero infinito, senza nessuna limitazione, se si è un società, uno studio professionale, un operatore pubblico, una associazione o un professionista con partita iva. Per ognuna di queste categorie vi è un apposito documento da spedire via fax completato e firmato alla Registration Authority Italiana, che ha sede a Pisa. Il limite, per i privati che dispongono solo di codice fiscali, di un solo dominio è stato da qualche tempo abolito. Nella lettera che si deve spedire si deve ovviamente specificare un maintainer, ovvero una società delle tante disponibili sul mercato che, tramite specifici accordi con la Registration Authority, può registrare per conto dei propri utenti i domini che desiderano. Si può anche registrare un dominio direttamente facendo richiesta alla Registration Authority ma questa operazione ha un costo assolutamente fuori dal mercato, ed è quindi consigliabile rivolgersi ai siti di registrazione o al proprio service provider.

I tempi di attesa, sono di circa due giorni lavorativi dalla spedizione del fax, per avere registrato il proprio dominio .it. Domini .com .net .edu

Come già detto, gli altri suffissi dominanti sono i .com, .net, .org, e i .edu.

Erano nati per essere utilizzati solo negli Stati Uniti, poi con la grande diffusione di Internet, sono divenuti i suffissi internazionali per antonomasia. Se una certa realtà o società aveva una connotazione multinazionale, per essere rappresentata al meglio doveva puntare sulla scelta di questi domini. Successivamente, con il grande boom della Rete, si è incominciato a registrarli in modo intensivo, in particolare i .com e i .net che hanno, attualmente, perso la loro connotazione originale: il primo doveva rappresentare le imprese commerciali, il secondo quelle che lavoravano in Internet. Diffusa (e lo è ancora) è stata la pratica di registrare, tramite questi suffissi, domini di marche famose italiane, di città e regioni geografiche italiane. C'era e c'è ancora infatti la completa libertà di registrazione (una delle tante libertà made in Usa) sulla base della regola generale "chi prima paga e registra il dominio ottiene l'esclusiva, agli altri non rimane nulla". L'unica regolamentazione, in stile italiano, nel mercato dei domini americani completamente libero, è rappresentata dalla registrazione dei domini .edu. Il suffisso significa, come si può intuire education, ed è registrabile solo da scuole o college americani o di altre nazionalità, ma con diploma equivalente e riconosciuto a livello internazionale. Domini .coop

New Top Level Domain - Cooperative. Coop è l'estensione ideale per tutte le cooperative che hanno finalmente un identificativo univoco per la loro identità digitale. Il dominio .coop è un ottimo strumento di protezione del proprio marchio. Il dominio deve contenere tra i 3 e 63 caratteri. Possono registrare un dominio .coop esclusivamente le cooperative, a livello internazionale. Esiste una procedura di verifica dei dati comunicati al momento della richiesta di assegnazione di un dominio .coop. Per registrare un dominio .COOP è necessario avere le caratteristiche di cooperativa: il dominio infatti non è a registrazione libera come invece accade per i .COM. L'autorità garante internazionale controllerà lo status di cooperativa prima di procedere, ed eventualmente chiederà di presentare due "sponsor" che possano confermare lo status di cooperativa del registrante (ad esempio Camera di Commercio e Ministero del Lavoro). Questo perché ogni

paese ha legislazioni diverse in proposito, e l'Autorità Garante ha scelto questo metodo per velocizzare le procedure di registrazione. La registrazione di un dominio .COOP richiede un periodo minimo di 2 anni

I costi di registrazione sono di 150 Euro L'ANNO

(PREZZI IVA ESCLUSA) La prima registrazione copre i primi 2 anni e quindi costa 300 Euro + IVA (PREZZI AGGIORNATI AL 20/04/2007) Scegliere la società di hosting

Il primo e più importante elemento da valutare per la scelta di una società di hosting è l'assistenza tecnica: valutare sempre la pagina di contatti, con email o numeri telefonici. Una buona soluzione per testare il servizio offerto è anche quella di farsi dare dei domini già registrati di varie società e testarne quindi la velocità (provando per una settimana con differenti connessioni e anche a differenti ore del giorno). Non guasterebbe comunque chiedere anche un servizio di prova. Non bisogna farsi influenzare inoltre solamente dallo spazio offerto. Statisticamente infatti, se il sito non prevede l'upload o la presenza di file particolari (filmati o molte immagini), html e flash o anche un piccolo database non occupano più di 5 megabyte per un sito dai contenuti medi. Anche le infinite caselle di posta sono spesso un falso indicatore. Molte volte infatti quelle offerte non sono veri e propri account POP3 (uno spazio dedicato sul server del servizio di hosting in cui vengono memorizzate le email di ogni account in attesa che vengano scaricate sul computer) ma semplici alias di posta (ovvero infiniti nomi legati allo stesso account del server).

Tra i costi per la registrazione bisogna inoltre tenere d'occhio (spesso scritto in piccolo o calcolato a parte) i costi di setup e di registrazione del Dominio presso l'ente competente e i costi o limitazioni di traffico Web.

Nel primo caso infatti si trascurava (caso classico le offerte promozionali) il costo di setup richiesto il primo anno o la tassa di registrazione del dominio (30 dollari l'anno in media). Lo si scopre di solito ricevendo la successiva fattura dall'ente proposto alla registrazione, non raro con minaccia di chiusura del dominio in caso di insoluto.

Anche l'eventuale limitazione di traffico è un elemento da valutare con cautela. Alcuni servizi di hosting consentono infatti una determinata soglia di trasferimento facendo pagare all'utente il traffico aggiuntivo o penalizzando il sito con rallentamenti o temporanee sospensioni. Il traffico del sito web è generato principalmente dagli utenti che si connettono per vederlo e quindi risulta uno degli elementi principali per la qualità del vostro prodotto. Non è raro trovare infine clausole che limitano la dimensione delle email, con allegati più grandi di una determinata soglia (due, dieci mega ad esempio). Queste email non arriveranno mai quindi alla vostra casella di posta. Stesso discorso fatto sulle limitazioni di traffico vale anche per i database. Non è raro infatti incontrare società di hosting che vincolano l'utente finale con un determinato livello di connessioni per database. Il risultato è di nuovo il rallentamento o la mancata visualizzazione del sito in determinate condizioni di afflusso di visitatori o incompatibilità con pacchetti già pronti per la gestione di siti (i CMS ad esempio). Registrazione di un sito (WHOIS)

Il servizio Whois disponibile per i vari tipi di dominio, restituisce informazioni circa la registrazione del proprio sito web. Registrant: i dati del proprietario del sito ovvero la persona o società che ha richiesto e pagato la registrazione (non ci deve assolutamente essere il nome del service provider) Administrative Contact: soggetto al quale se si volesse spostare il dominio su un altro Service Provider, arriverà una e-mail per richiedere la conferma dello spostamento (non c'è un regolamento preciso su questa questione, ma sarebbe meglio che l'administrative Contact sia il proprietario stesso del dominio, perché non sono stati rari i casi di comportamenti poco idonei di Service Provider, che essendosi registrati come Administrative Contact, hanno rifiutato lo spostamento) Technical Contact: responsabile tecnico, a cui possono arrivare notifiche tecniche sul dominio, come il malfunzionamento dei dns. E' ovvio che in questa voce è consigliabile che sia presente il nome del provider.

Stessa cosa accade se è il provider che paga per noi la tassa di registrazione del dominio: in questo caso ce lo ritroveremo anche come Billing Contact a cui arriva la richiesta, di solito annuale, di pagamento per la registrazione/rinnovo del dominio. Per ricercare queste informazioni digitare su un motore di ricerca whois con l'estensione del dominio su cui si intende investigare; i siti possono essere diversi infatti se si tratta di un .it o un .com. Inserire quindi successivamente il nome del dominio. Alcuni sistemi operativi (di derivazione unix ad esempio) dispongono inoltre di comandi eseguibili spesso da un'interfaccia testuale in grado di ritrovare queste informazioni (a patto di essere comunque connessi ad internet ovviamente). Indicizzazione di google

Concludiamo infine con alcuni consigli per migliorare la visibilità del vostro sito su Google. Google è un motore di ricerca che utilizza un software (chiamato spiders) per indicizzare le varie pagine internet, effettuando la scansione del web ad intervalli regolari. La scansione è effettuata seguendo i link delle varie pagine ad aggiornando un database

interno. Google imposta i suoi parametri di ricerca su un concetto che privilegia velocità ed efficienza ed il cui nucleo si basa sul principio di PageRank. I vari collegamenti sulla rete vengono analizzati ed associate alle singole pagine per determinarne il valore: un collegamento ad esempio dalla pagina A alla pagina B viene espresso come un voto della prima nei confronti della seconda. Google esamina inoltre la pagina che ha assegnato il voto prendendone in esame l'importanza: pagine con un rank alto daranno quindi un voto con un peso maggiore con i propri link, rendendo importanti anche le pagine collegate. Oltre a questo ovviamente il motore di ricerca tiene in considerazione anche i contenuti; le pagine devono infatti corrispondere ai termini ricercati fornendo quindi risultati rilevanti e rispondenti ai criteri. Google non si limita pertanto ad esaminare il numero di volte in cui la parola è presente nella pagina ma valuta inoltre tutti gli altri aspetti del contenuto di questa (e delle pagine correlate) per determinarne l'aderenza ai criteri di ricerca.