



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

Nota prima di leggere

Questa mini guida su Google e sulle penalizzazioni nasce da un'esigenza concreta: documentare le penalizzazioni, visti i casi sempre più frequenti nella sezione Consigli SEO e Penalizzazioni del Forum GT, e fornire un vademecum 'fai-da-te' al SEO e al webmaster.

Troverai qui:

- un breve introduzione a Google
- gli algoritmi di Google;
- riconoscere ban e penalizzazioni;
- le penalizzazioni più note di Google.

Introduzione

Google ha festeggiato nel 2008 il suo decimo anno di attività. In 10 anni il web è cambiato parecchio e le stesse definizioni, anche se lasciano il tempo che trovano lo fanno capire: si lavora nel web 2.0, si parla di web 3.0.

In 10 anni sono cambiati anche le ricerche, il modo di ricercare e i risultati forniti dai motori. E chi meglio di Google, l'"azienda delle ricerche" può saperlo? Perché Google ha sempre avuto un unico obiettivo ben preciso: dare all'utente la risposta più soddisfacente rispetto alla ricerca fatta (*query*) nel minimo tempo possibile.

Per questo Google ha rivoluzionato i motori di ricerca. Google sa che deve dare risultati pertinenti di elevata qualità ai suoi utenti. E se i risultati non sono di qualità perderà utenti. Non c'è oggi Altavista, Yahoo!, o MSN Live Search che tengano. La conferma? Il 79% dello share di Google in Italia e Europa.

Merito della qualità dei risultati forniti e dell'attenzione ai bisogni dell'utente. Infatti in 10 anni sono cambiati gli utenti e il modo di fare ricerca. E Google si è evoluto di pari passo.



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

Ad esempio l'algoritmo originario per misurare la popolarità di una pagina web, il PageRank, è oggi uno dei 200 fattori che Google utilizza per pesare l'importanza e la rilevanza di una pagina.

Gli algoritmi di Google

Google ci ha ormai abituato a variazioni nelle parti dell'algoritmo praticamente ad ogni export del PageRank nella Google Toolbar. L'algoritmo del PageRank è sempre attivo, in versione modificata e calmierata, abbastanza al sicuro dai difetti di "Google bombing" di qualche anno fa.

Come detto sopra il PageRank è importante ma è uno dei 200 fattori che influenzano il posizionamento. Ma sono stati introdotti nel corso degli ultimi anni altri algoritmi determinanti per il posizionamento nelle SERP.

E' il caso dell'algoritmo del TrustRank il cui principio è semplice quanto efficace: un sito buono non linkerà mai un sito spam. L'algoritmo è stato sviluppato all'inizio da Yahoo, ma è noto che Google, avendo acquisito la risorsa del progetto di Yahoo! nel proprio staff, abbia poi sviluppato qualcosa di analogo. Più di recente Matt Cutts ha dichiarato che nel 2005 con TrustRank Google circa indicava un filtro antiphishing.

L'ultimo algoritmo noto di Google è il PhraseRank con il quale è cominciata prima l'indicizzazione per frasi delle pagine web e in seguito il riconoscimento dei concetti espressi nelle pagine e la costruzione in automatico di vere e proprie tassonomie di argomenti trovati nelle SERP.

Infine, dopo Universal Search, Google ha messo l'utente al centro del web, introducendo le ricerche personalizzate e la possibilità di editing sociale delle SERP con gli esperimenti di SearchWiki.

Come vedi dall'interesse per la popolarità di una pagina, Google negli anni si è sempre più spostato a considerare altri parametri per fornire risultati di qualità nelle sue SERP come l'autorevolezza di un sito, il trust e poi, attraverso il PhraseRank, Google si è sempre più avvicinato a quello che le pagine raccontano, ai concetti espressi, alla semantica.



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

Perché Google banna o penalizza ?

Google banna un sito quando viola gravemente le sue linee guida sulla qualità dei siti web.

Cloacking e altre “pratiche spinte” black hat portano rapidamente al ban.

Google penalizza invece un sito web quando questo non rispetta una o più norme delle linee guida per webmaster e della qualità dei siti web ma non è così grave da determinare il ban.

Google banna e penalizza siti web che possono danneggiare la qualità delle SERP fornite dal sistema di Mountain View all'utente. Nei brevetti pubblicati Google parla sempre e soltanto di lotta allo spam e, com'è facile immaginare, non c'è il minimo accenno alle penalizzazioni. Qualcosa si può dedurre, ma l'ipotesi va sempre verificata in maniera empirica guardando di caso in caso il sito penalizzato nelle SERP.

Ban da Google

Essere bannati da Google vuol dire che le pagine del tuo sito web non compaiono nei risultati di ricerca di Google e non sono presenti nel suo indice dei siti web. In altre parole cercando per nomesito.it o www.nomesito.it il tuo sito web non viene mostrato tra i risultati della ricerca.

Il ban viene notificato nel Google Webmaster Tools attraverso l'indicazione che le pagine del sito non sono presenti nell'indice di Google.

Un sito bannato può rientrare in SERP? So, dopo averlo ripulito accuratamente.

Bisogna innanzi tutto individuare che cosa ha provocato il ban e provvedere a rimuoverlo del tutto.

Ad esempio se hai usato tecniche black hat nel tuo sito e magari hai fatto cloacking la prima cosa da fare è interrompere questa pratica vietata dalle linee guida di Google, “ripulire” il sito e fare una richiesta di reinclusione nel Google Webmaster Tools.

Se invece il tuo sito è stato hackerato devi ripulire tutte le pagine, controllare tutti gli script presenti nel sito e assicurarti che non ci siano più elementi dannosi. Poi anche in questo caso fai richiesta di riconsiderazione attraverso il Google Webmaster Tools.

Riguardo ai i temi che scarichi dalla rete per diversi tipi di CMS e di piattaforme di blogging sono



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

sempre più frequenti i casi di template con script poco gradevoli già inclusi nelle versioni iniziali oppure versioni appositamente modificate e hackerate. Verifica sempre cosa scarichi.

Penalizzazione da Google

A differenza del ban se il tuo sito è penalizzato compare nell'indice di Google ma occupa in SERP posizioni più alte rispetto a quelle che dovrebbe occupare. Ad esempio un sito che è sempre stato nella prima pagina delle SERP di Google si ritrova “magicamente” retrocesso in posizioni più elevate a seconda del tipo di penalizzazione che gli è stata inflitta.

Come puoi scoprire che il tuo sito web è penalizzato ? In modo pratico verifica se il tuo sito non compare entro le prime 5 posizioni delle SERP di Google ricercandolo per:

- nomesito.it
- www.nomesito.it
- nomesito.it keyword

Molto spesso ci si accorge che il proprio sito è penalizzato dal calo improvviso di utenti perché Google non documenta, né segnala, penalizzazioni. La prima cosa da fare è quindi accertare la penalizzazione.

Poi per uscirne è necessario “fare esperimenti” come in un laboratorio scientifico:

- analizzi il tuo sito web;
- guardi i dati del tuo sito dagli strumenti che Google ti mette a disposizione;
- monitori le tue SERP (e quelle dei tuoi concorrenti);
- fai un cambiamento alla volta;
- analizzi il risultato;
- trai le necessarie conclusioni.

Altra cosa a cui fare attenzione sono i cambi di algoritmi di Google. E' abbastanza frequente dire “il mio sito è penalizzato” quando invece gli algoritmi di Google sono stati cambiati in modo che



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

valutino certi aspetti in maniera diversa rispetto a prima. Si parte quindi agli strumenti che Google ti mette a disposizione per accertare se il tuo sito è effettivamente penalizzato.

Strumenti di Google per controllare ban e penalizzazioni

Ecco gli strumenti che puoi controllare per capire se il tuo sito è bannato o penalizzato:

- [Google Webmaster Tools](#)
- [Google Analytics](#)
- [Google Trends](#) e [Google Insights for Search](#)

Il Google Webmaster Tools ti dice cosa Google vede del tuo sito e come lo vede.

Presta particolare attenzione alle schermate relative a:

- errori di scansione da parte di Googlebot nel tuo sito (pagine non trovate, errori sitemap);
- link in entrata verso il tuo sito web da cui puoi scoprire se il tuo sito è linkato da siti spam o near-to-spam;
- grafici dell'attività di scansione di Googlebot. Presta attenzione sia alla frequenza di scansione e alle pagine scansionate nei primi 2 grafici, sia alle prestazioni del server che ospita il tuo sito web nel 3° grafico.

Con Google Analytics puoi monitorare l'andamento del tuo sito web e il traffico generato.

Puoi scoprire diversi dati interessanti con questo strumento e ti rimando per una analisi approfondita alla guida e alla [sezione apposita](#) sul Forum GT oltre che a [GoAnalytics](#) di Marco "Tambu" Cilia.

Google Analytics ad esempio è molto utile quando devi capire se il tuo sito è colpito dalle fluttuazioni sinusoidali.

Google Trends e **Google Insights for Search** non sono strumenti diretti per l'analisi di penalizzazioni sul tuo sito web ma ti aiutano a capire:

- 1) l'andamento e stagionalità delle ricerche;
- 2) il traffico del tuo sito attraverso Google Trends for Websites rispetto a quello di altri siti web



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

nel tuo stesso settore.

Analizza il tuo sito web

Dopo aver usato gli strumenti che abbiamo visto, apri il tuo sito web su browser diversi e controlla gli aspetti che ti descrivo di seguito. Sono gli stessi passaggi che eseguo ad ogni nuova richiesta di aiuto in Consigli SEO e Penalizzazioni nel Forum GT:

- Assicurati che nelle pagine web del tuo sito non ci siano né testo nascosto né parole chiave ripetute troppo (*keyword stuffing*);
- Controlla che la struttura di navigazione del tuo sito sia pensata prima per gli utenti e poi per i motori di ricerca;
- Verifica che non ci siano link rotti né verso le tue pagine interne né verso l'esterno;
- Controlla la qualità delle risorse che linki al di fuori del tuo sito: è tua responsabilità non spedire gli utenti verso siti spam o near-to-spam;
- Controlla le istruzioni del file robots.txt;
- Utilizza pagine di errore 404 personalizzate;
- Se usi una o più sitemap verifica che non contengano pagine inesistenti, indica livelli di priorità diverse per pagine diverse;
- Naviga sul tuo sito web disattivando javascript, cookies e fogli di stile CSS.

Le penalizzazioni più diffuse

Se il tuo sito è penalizzato la prima cosa da capire è da quale tipo (o da quali tipi) di penalizzazione è colpito.

Over Optimization Penalty -950

Keyword stuffing e testo nascosto nelle pagine del tuo sito web potrebbero portarti alla nota penalizzazione -950 nota anche come “over optimization penalty” (penalizzazione da sovraottimizzazione).

Con questa penalizzazione il tuo finisce intorno agli ultimi 50 risultati mostrati da Google. In pratica intorno la 950° posizione.

In passato era più facile recuperare da questa penalizzazione: bastava ripulire tutte le pagine del sito



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

web per riprendere in SERP la posizione occupata in origine dal sito.

Invece negli ultimi mesi ho notato personalmente che la -950 diventa quasi sempre in una penalizzazione -50. E' come se i siti penalizzati dalla -950 siano tenuti d'occhio da Google prima di essere riammessi in testa alle SERP. In altre parole il recupero è graduale ed è come se Google mettesse in prova la nostra volontà di scalare le SERP.

Boilerplate

Boilerplate è una penalizzazione algoritmica con possibilità di recupero pressoché immediate (24/48 ore, visto e testato il recupero personalmente in un paio di casi).

Boilerplate scatta quando ci sono elementi ripetuti e superflui tra le pagine web del tuo sito come ad esempio testi troppo concentrati pesanti (o un eccesso di link ottimizzati) nel footer.

Ma boilerplate analizza anche altri elementi, come ad esempio la presenza di testi duplicati tra pagine web, il click through che le pagine ricevono nelle SERP.

Penalizzazioni da -30 a -80

All'inizio c'era la penalizzazione -30, inflitta manualmente e non attraverso un sistema algoritmico. Invece sembra che questo tipo di penalizzazione sia oggi completamente automatica e che le posizioni di arretramento possano variare da -30 a -80, di 10 posizioni in 10 posizioni, a seconda della gravità.

Da Settembre a Ottobre 2008 ho osservato siti che aveano ricevuto questa penalizzazione per problemi di ancore dei link interni troppo ottimizzati e per eccesso di link concentrati nelle home page e nelle pagine di blog.

Megamenu

Era all'inizio un effetto particolare visibile in SERP per siti con menu organizzato a listone di voci in verticale, il "classico" menu di molti blog. L'effetto faceva sì che per una determinata *query* in SERP fosse presente la pagina giusta ma lo snippet della description era relativa a un'altra pagina del tuo sito web.

Da Settembre 2008 megamenu si è trasformato da semplice effetto in penalizzazione simile alla



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

-30/-80. Scatta quando la struttura di navigazione di un sito web è poco chiara e poco organizzata dal punto di vista logico e/o semantico o quando è utilizzato un menu AJAX con moltissime voci.

Se sei costretto utilizzare un menu verticale lungo (o un menu nelle vicinanze del footer) cerca di organizzarlo in maniera razionale ad esempio:

- raggruppando possibilmente le voci “a grappolo” per tema
- presentando le voci in ordine alfabetico dalla A alla Z
- organizzando per anno/mese/giorno i tuoi post.

#6 penalty

Si è parlato di questa penalizzazione da inizio Dicembre 2007 ai primi mesi del 2008 e si è concluso che fosse un bug di Google. In pratica i siti web che erano nelle prime posizioni scendevano in 6° posizione per chiavi specifiche. Dopo un commento sul tema di Matt Cutts non ne abbiamo più sentito parlare per un po'. Di recente è riapparsa in un paio di casi sporadici ea ancora la stiamo monitorando.

Penalizzazione da eccesso di backlink

Sotto questo nome generico raccolgo due diversi tipi di penalizzazione.

Un primo tipo riguarda i backlink da pagine interne del tuo sito web verso la homepage. Il comportamento penalizzante è stato segnalato di recente anche [qui](#) su SEOMoz.

Un secondo tipo di penalizzazione riguarda i backlink provenienti da risorse esterne al tuo sito web tutti con anchor text identico e acquisiti troppo rapidamente. Trovi [qui](#) una case history tutta italiana.

Tieni anche presente che Google è in grado di individuare (e penalizzare a quanto sembra) pagine e siti web che ricevono backlink poco dissimili tra loro. Ad esempio se il tuo sito web parla di giochi online e i backlink che ricevi da risorse esterne riportano come anchor text:

1. “giochi online”



Il tuo è ultimo nelle SERP di Google ?

Scopri con questo report gratuito se il tuo sito è colpito da penalizzazioni.

2. “giochi online flash”
3. “giochi online di carte”

cerca di variare, se possibile, i backlink in questo modo:

1. “i migliori giochi online”
2. “giochi online flash”
3. “giochi di carte online”

Fluttuazioni sinusoidali

Studiate specificamente da Michele De Capitani ([dechigno](#) sul Forum GT) che ha relazionato su di esse al convegno GT 2008 è da appurare se si tratti di una penalizzazione o di un altro fenomeno voluto o controllato da Google.

Una cosa è certa: gli effetti delle fluttuazioni sono devastanti e determinano fino al 90% di calo di traffico verso il tuo sito web per *keyword* specifiche.

Inoltre il posizionamento del tuo sito web è instabile e oscilla nell'entrata e nell'uscita dalle fasi di up e down.

Un modo pratico per accorgersi se il tuo sito è in fluttuazione è usare Google Analytics, espandere il periodo di analisi all'ultimo anno e controllare l'andamento del traffico parola chiave per parola chiave.