



Stefano Torre

Specialista in ottimizzazione per motori di ricerca, ottimizzazione social network e web marketing per Infonet srl.

Piacenza, luglio 2013

Come ottimizzare un sito dopo panda e penguin

Panda e penguin sono i due nuovi algoritmi di generazione dei risultati delle ricerche introdotti da google negli ultimi anni.

In modo progressivo google ha cercato di penalizzare i siti sovra ottimizzati dal punto di vista seo e di premiare i siti ricchi di contenuti originali.

Il tutto per cercare di rendere le serp più soddisfacenti per l'utente, arrivando a personalizzarle in base al modo con il quale navighiamo ed alle preferenze che via via abbiamo indicato.

In questo gioco di personalizzazione una grande importanza è quella assunta da google+, anche se i parametri a disposizione di google, relativi alla nostra navigazione del web, sono realmente moltissimi.

Non è solamente utilizzando il motore di ricerca che lasciamo tracce, infatti se abbiamo una google toolbar installata, e sono moltissimi gli utenti che la hanno, ogni nostro click viene registrato e genera dati utili a capire le nostre preferenze di navigazione.

Un altro strumento a disposizione di google per rilevare le nostre abitudini di navigazione è google analytics, ovvero il tool gratuito per la rilevazione analitica dei dati di accesso ai siti web. Questo è uno strumento che, poiché gratuito e molto completo, viene utilizzato da moltissimi webmaster ed una volta inserito nel sito trasmette a google tutto quanto i navigatori fanno di esso.



Google analytics, secondo molti, violerebbe le leggi sulla privacy di moltissime nazioni, la Germania ha addirittura provato a bandirlo con una legge poi cassata, ma nonostante questo rimane il tool di analisi del traffico più utilizzato in rete.

Quindi poco per volta google sta compiendo un processo che lo porterà verso la capacità di intuire i nostri desideri in anticipo e, quindi, di soddisfarli.

In queste condizioni il lavoro dei seo diventa veramente difficilissimo.

Oggi viene data importanza alla bellezza degli articoli pubblicati, ma come fa google, un robot, a valutare la bellezza di uno scritto? L'intelligenza di un computer, per quanto potente sia, è troppo limitata per fare direttamente una simile valutazione. Ed allora come può riuscirci? Solamente utilizzando parametri indiretti, ovvero parametri rilevati durante la navigazione del nostro sito da parte degli utenti.

- Diventa di grande valore il tempo trascorso dagli utenti su una pagina: se l'articolo è interessante l'utente spenderà tempo per leggerlo.
- Diventa ancor più di valore il bounce rate (tasso di rimbalzo) ed ancor più di questo, il numero di pagine viste per visita.
- Diventa importantissimo il tasso di sharing ricevuto da una pagina sui vari social network e su google+ in particolare.

Per questo assume importanza determinante:

- il pubblicare tesi originali e lunghi, con un incipit particolarmente interessante che inviti il lettore a proseguire nella lettura.
- L'aver siti con elevata velocità di risposta al click, il che aumenta inevitabilmente il numero di pagine viste per visita.

La velocità di un sito pare sia diventata un criterio primario nella sua valutazione, tra l'altro teniamo presente che più un sito è veloce e più lo spider lo naviga velocemente con risparmi nei costi sostenuti da google.

L'ottimizzazione continua ad essere importante, quindi, soprattutto nel migliorare la velocità del sito. Comunque sia teniamo presente che un sito ricco di contenuti ma non ottimizzato dal punto di vista seo sarà destinato a non avere successo.