

Che cosa sono le penalizzazioni e come uscirne

Certo che Google in questo periodo ci sta mettendo a dura prova: i SEO di tutto il mondo sono ormai in un continuo stato di allerta vista la sua inarrestabile scrematura dei risultati in SERP. È ovvio che aspiri alla perfezione! Conquista il mondo con i suoi servizi sempre di ottima qualità e ci stupisce con aggiornamenti e innovazioni che ci legano a lui come un amico fidato. Ci offre solo il meglio del meglio così da rendere gradevole e rilassante la permanenza (e il ritorno) sulle sue pagine. Per fare questo, ahimè, spesso è costretto a indossare i panni del cattivo, togliendoci di fatto quello che, con fatica — anche se attraverso sporchi trucchi — avevamo conquistato, ovvero le prime posizioni in SERP. L'eterna lotta tra fare SEO ed essere presenti su Google. Una lotta fra bug all'interno dell'algoritmo e sotterfugi per non rivelare le nostre amate tecniche di link building.

Che cosa succede quando per Google un sito non va più bene?

Google corre ai ripari e nell'ottica di donare all'utente una SERP perfetta, elimina il tuo sito dai suoi risultati, regalandoti una bella penalizzazione. Le penalizzazioni, sono delle ammonizioni da parte di papà Google in merito a un comportamento malsano che viola le sue linee guida. Fondamentalmente possono essere di due tipi:

Penalizzazione manuale

Un *quality rater* (collaboratore Google che secondo delle specifiche tecniche valuta il tuo sito) vede il tuo sito e lo manda in penalizzazione; semplice no? In questo caso ricevi un messaggio sul webmaster tool con due tipi di intensità differente:

- a. Partial matches (solo alcune pagine verranno penalizzate)
- b. Site-wide matches (tutto il sito verrà penalizzato)

Il messaggio ti avvisa della penalizzazione, qui ti basterà eseguire qualche modifica e inviare la richiesta di riconsiderazione

Penalizzazione algoritmica

Questo tipo di penalizzazione è assolutamente automatico quindi, una volta capito il problema, necessita solo ed esclusivamente di attendere che passi lo spider e riconsideri il tuo sito. Ti consiglio di tenerti aggiornato sulle variazioni degli algoritmi e dei fattori che determinano la retrocessione in SERP. Per far questo, [puoi visitare la sezione di Moz](#). Lo step successivo alle penalizzazioni "gravi" è il ban: in questo caso il tuo sito sarà rimosso dal database di Google in modo permanente e definitivo; in pratica Google ci mette una croce sopra con su scritto R.I.P. Quindi potremmo anche dire che le penalizzazioni possono essere di tre tipi:

1. Penalizzazione leggera
2. Penalizzazione pesante
3. Ban

Nel primo caso, la penalizzazione deriva da piccoli errori, come la scelta di un hosting piuttosto che un altro, la risoluzione dei DNS, la mancata cura dei fattori On-Page, etc. È facilmente recuperabile in tempi relativamente brevi. Nel secondo caso, dobbiamo spendere un po' più di tempo nei processi di ripristino. Il sito potrebbe anche essere penalizzato per via di qualcosa che non è andato per il verso giusto durante l'attività di sviluppo e promozione del sito, quindi per correre ai ripari necessiti di diverse azioni di cui adesso ti parlerò. Nel terzo caso invece, il ban totale, Google ti rimuove dal suo archivio, quindi non solo elimina tutti i posizionamenti, ma deindicizza qualsivoglia risultato appartenente al tuo sito eliminandoti dal suo database. Come dicevo all'inizio, Google in questo periodo ci sta mettendo a dura prova perché ha messo *tutti contro tutti*, generando una sorta di guerra apocalittica che si combatte a forza di link negativi. Nei [post precedenti](#) abbiamo parlato di fattori di ranking e link che regalano un po' del loro succo, oggi parleremo invece dei link che ci danneggiano regalandoci un po' della loro malvagità. In questo momento immagino Google come un grandissimo galeone dove ognuno, con diversi stratagemmi, può conquistare un posto a prua per godersi il panorama e la brezza marina, ma allo stesso tempo può essere buttato in mare da chi vuole prendere il suo posto. In pratica per avere delle SERP pulite, Google deve punire il comportamento scorretto di alcuni SEO (*ihihihihih*) che utilizzano tecniche massive per apparire agli occhi dello stesso, come sito in trust. Per fare questo ha inserito delle regole che, se utilizzate a sfavore del mal capitato, lo possono danneggiare pesantemente.

Che cosa è la SEO negativa e com'è possibile metterla in pratica?

Se è vero che inserire il proprio link su siti di scarso valore può produrre effetti negativi sul nostro andamento in SERP, è pur vero che la concorrenza ha un'arma infallibile che può utilizzare a suo vantaggio facendo, di fatto, sparire dalle SERP i siti in un battibaleno. Quindi in soldoni, se volessi fare sparire dalle SERP un mio sito concorrente che vende prodotti dolciari e che sta rubandomi tutti i clienti, potrei mettermi in contatto con un SEO che conosce bene il suo mestiere e assumerlo da sicario. Chi fa SEO ad alti livelli sa da quali link tenersi lontano e quindi sa perfettamente quali sono i link che lo potrebbero danneggiare. Se quella porzione di link in ingresso venisse magicamente offerta al nostro competitor, con molte probabilità potrebbe cadere in penalizzazione. Questo non ci assicura di certo la prima pagina e non ci assicura nemmeno un posto in paradiso (io per natura mi tengo molto lontano dall'assumere quest'atteggiamento, ma non sono lontano dal riceverlo). Per fare ciò si possono utilizzare dei software ad hoc per sparare link a raffica, utilizzando per esempio piattaforme pseudo usabili, che grazie ad auto installazioni di CMS generano una quantità industriale di link spam. Oppure, più semplicemente, basta affidarsi a esperti smanettoni che lo fanno al posto tuo come in questo caso:

- | | | | |
|--------------------------|--|---------|-------|
| <input type="checkbox"/> | I will create unique account special for your 600 submission. Login Details will be given | +1 day | +\$5 |
| <input type="checkbox"/> | I will provide additional 400 social bookmarking with unique account. Login Details will be given | +2 days | +\$10 |
| <input type="checkbox"/> | I will provide 25 web 2.0 x 5 pages submission with 6X articles & 500 social bookmarks & 500 Wiki as T-2 | +5 days | +\$40 |
| <input type="checkbox"/> | EXTRA FAST I will deliver this order in just 1 day | | +\$5 |

ORDER NOW (\$5)

Avevi mai pensato di comprare 600 link per un tuo avversario in SERP e regalarglieli in un solo giorno? In più, è possibile mettere in crisi il server del malcapitato con un attacco DDos, ovvero *Distributed Denial of Services attack*: in pratica si fanno mille richieste simultanee ad uno specifico IP, cosicché la macchina entri in sovraccarico non riuscendo di fatto a erogare più alcun servizio. Se il sito rimane offline per diverso tempo, Google se ne accorge e il gioco è fatto. Sul web si trovano [diverse guide in merito](#), io personalmente non ho mai voluto sperimentare la SEO negativa, né tantomeno ho mai voluto buttare a terra dei siti attraverso queste tecniche, però purtroppo ho ricevuto sia la SEO negativa, sia attacchi da spammer, dossari, lamer, hacker e altre categorie di nerd malvagi. :)

Com'è possibile mettersi al riparo da un attacco di SEO negativa o risalire nei risultati da una penalizzazione?

Se la penalizzazione è algoritmica, ti basterà riportare il tuo sito allo stato precedente della penalizzazione, in modo da risalire nel più breve tempo possibile. In genere Google è abbastanza reattivo nel farti risalire in SERP, a meno che non si apportino le modifiche necessarie e, quindi, lo spider si impigrisca. La cosa incredibile è che anche un solo link in uscita potrebbe farti cadere in penalizzazione, perché associato da Google come una vendita di link, ma questo dipende solo ed esclusivamente da come hai educato Google e quindi dall'atteggiamento che il tuo sito ha seguito nel tempo. Se sul tuo sito hai da sempre linkato risorse esterne, sarà molto difficile che una penalizzazione del genere possa incomberci, ma se il tuo sito ha pochi link in uscita e, da un momento all'altro, presenta dei link "strategici" — quindi con chiavi esatte e magari anche chiavi commerciali non presentando l'attributo "nofollow" — allora la penalizzazione potrebbe essere alle porte. Per fare questo tipo di analisi ci potrebbe venire incontro "screaming frog", un programmino gratuito che, anche nella sua versione base, compie delle azioni utili che ci faranno risparmiare un

sacco di tempo. Per esempio, individuare i link che puntano all'esterno, o capire in un batter d'occhio quali e quante pagine puntano a un errore 404. Da un po' di tempo a questa parte, Google ha messo online un tool per segnalare i link che non gradiamo vengano attribuiti al nostro sito. La prima mossa da mettere in pratica è sicuramente quella di guardare il webmaster tool e alla voce "link che rimandano al tuo sito" fare un check di tutti gli URL che non ci piacciono per poi darli in pasto a Google attraverso il [Disavow Links Tool](#). Purtroppo Il web master tool non ci indica quali link sono buoni; per farlo ti potrebbe tornare utile l'articolo sul link building che spiega [dove e come fare link building](#). In compenso segnala:

- Link totali
- Chi utilizza più link
- I tuoi contenuti con più link
- Come sono collegati i tuoi dati

Su ogni sezione è possibile recuperare delle informazioni utili alla nostra analisi, così da poterle esportare in formato CSV donandole in pasto ai soliti tool per capire se sono "malevoli o gradevoli". Su ogni link ricevuto abbiamo bisogno di capire:

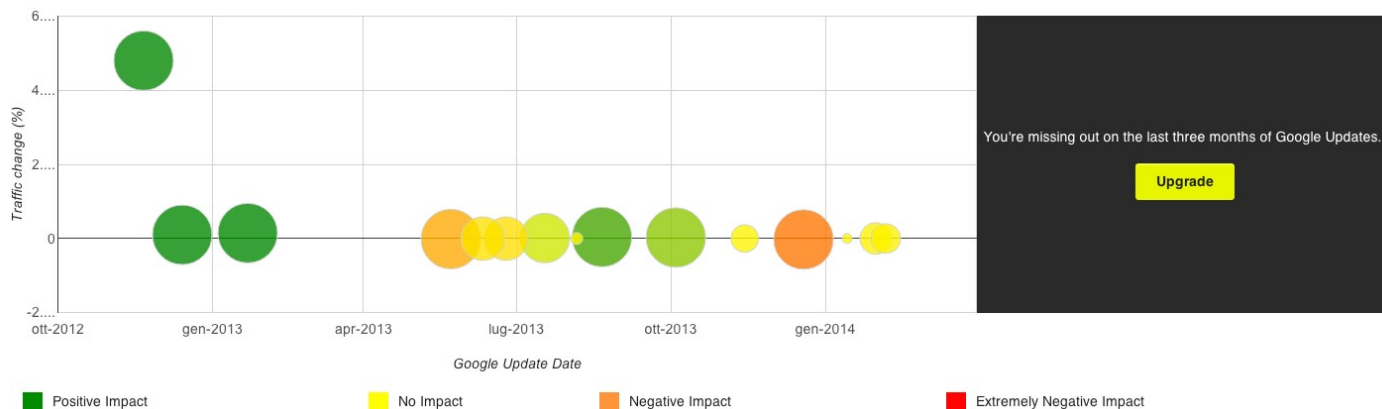
1. Se è stato penalizzato;
2. Se ha un ranking basso;
3. Se ha un pagerank fake;
4. Se contiene malware;
5. Se è stato bannato;
6. Se il link è ripetuto su più pagine;
7. Se contiene spam (un esempio classico sono i siti con milioni di commenti generati da software automatici);
8. Se il sito fa parte di una catena o network a basso profilo.

A proposito di network, è possibile fare delle ricerche incrociate sfruttando porzioni di testo presenti all'interno delle pagine dei siti che ci linkano per captare la malvagità o la poca attendibilità delle stesse. Per esempio è possibile cercare per codice Analytics *UA-111111111*, oppure per codice Adsense, o ancora per Whois, o per numero IP. Per far ciò, potreste aiutarvi con tool come [Reverseinternet.com](#). Di certo fare un'analisi del genere non è né semplice né motivante, però è sicuramente un ottimo punto di partenza. Quando capiamo che la penalizzazione è arrivata dall'esterno, e quindi da una link building aggressiva a nostro sfavore, possiamo mettere in pratica questi *best practice*. Durante il processo di analisi dei link è bene capire quanti di questi siano stati inseriti con una sola anchor text. Nella maggior parte dei casi gli attacchi di "SEO Bombing" vengono effettuati con chiavi specifiche da link inseriti in Homepage, cercando di farci cadere in penalizzazione da "Penguin update", ovvero da penalizzazioni basate su una sola chiave specifica che nella maggior parte dei casi coincide con la chiave che porta più traffico al sito.

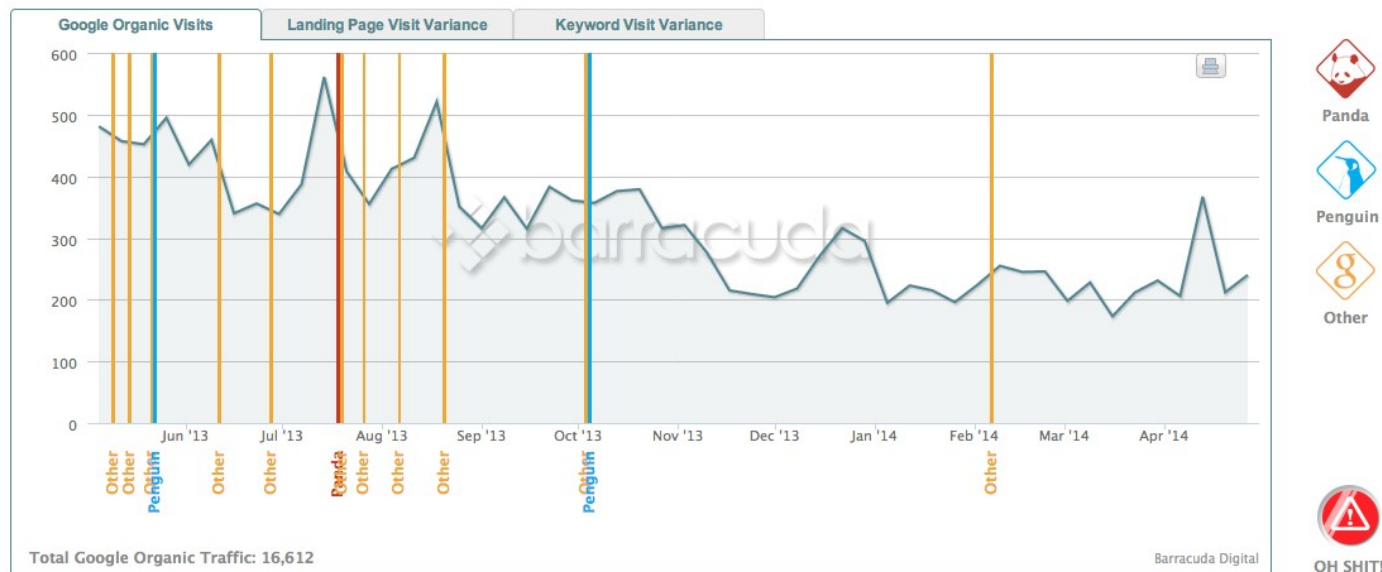
Esiste un tool in grado di farci capire se il nostro sito è affetto da

penalizzazione?

Oramai hanno creato di tutto, anche il magico tool per capire che tipo di penalizzazione è in atto sul tuo sito. Solo dopo aver interrogato il WMT e Analytics potresti usare i seguenti. Fruition.net Un tool che si interfaccia con il tuo account Analytics per capire quali sono le probabilità di penalizzazione sul tuo sito. La visione è molto creativa e intuitiva.



[Penguin tool](#) Anche in questo caso la visione è abbastanza intuitiva, ma forse un po' più ordinata. Attenzione: i due screen qui presenti riguardano 2 siti differenti.



Considerazioni

Pensa e rifletti anche solo per un momento.

Google penalizza il tuo sito se assumi un comportamento errato e non conforme alla netiquette, ma se segui il suo "galateo" rientri immediatamente in SERP.

In pratica ti dice che a casa sua si fa come dice lui e, se farai il maleducato, ne subirai le conseguenze. In realtà non ha alcun motivo di preferire un tuo concorrente a te, o viceversa, lui ha tutte le buone intenzioni di farti stare in SERP anche al primo posto, ma se fai il furbetto, o presti poca attenzione alle linee guida da lui elencate, tutto si tradurrà in una semplice frase: te la sei cercata. Per quanto riguarda la SEO negativa: spera, incrocia le dita e non ti stancare mai di controllare! Nel caso tu sia interessato ad approfondire l'argomento sulle penalizzazioni di Google, ho realizzato per te questi quattro video che puoi scaricare da subito in maniera completamente GRATUITA. Ecco a te il [Corso SEO Avanzato!](#)

07 _____ CORSO SEO AVANZATO

Google

-  **PENSA AI TUOI UTENTI**
Esperienza utente
Chi naviga il tuo sito dovrà trovarsi bene. Dovrà sentirsi come a casa sua. Un ambiente comodo e confortevole favorirà la sua permanenza ed il suo ritorno
-  **ARRICCHISCI IL TUO SITO**
Inserisci informazioni utili
Inserisci tra le pagine del tuo sito solo informazioni utili e di estremo interesse per la nicchia alla quale ti rivolgi
-  **TITLE E DESCRIPTION**
Assicurati che siano i migliori
Il title e la description sono di fondamentale importanza perchè dicono espressamente a google a chi si rivolge la tua pagina

11:10

HD