

## Penalizzazione Google Checklist SEO

Dopo l'[aggiornamento Pinguino](#), Google ha mappato molti schemi innaturali di link building volti a spingere artificialmente il ranking; se il vostro sito ha usato (consciamente o via un'agenzia SEO) tecniche di acquisto dei link potrebbe subire una penalizzazione Google ed essere "cacciato/ rimosso" dall'indice nei casi più gravi. La seguente check list spiega in dettaglio cosa bisogna fare se avete perso visite e/o ranking da Google a seguito di una penalizzazione più o meno grave

### a) Definizioni:

---

- **Link in ingresso:** sono i link provenienti da domini esterni e direzionati verso il vostro dominio. Alcune delle considerazioni fatte sui link in ingresso Non si applicano ai link interni.
- **Anchor Text:** È il testo da cliccare per visitare un link; è un'etichetta interna al codice html
- Si definiscono link in ingresso di **bassa qualità** tutti i link provenienti da siti che hanno una autorità nel web bassa e/o contenuti non attinenti ai temi trattati nel dominio del cliente e/o sembrano appartenere ad una rete di siti fatti appositamente per il link building ([in aperta violazione delle linee guida Google](#)).
- Si definiscono "**link nofollow**": link contenenti nel codice la tag `rel="nofollow"` la quale comunica a Google di non considerare il sito linkato ai fini del ranking.
- Si definisce "**Scraping**" quell'attività automatizzata attraverso cui un programma copia in un dominio X dei contenuti pubblicati dal dominio Y che risulta la fonte originale. L'elevata automatizzazione dello scraping spesso copia anche i link esterni del dominio originale (che potrebbero essere i vostri).

### b) Strumenti per analizzare il profilo di linking del vostro sito

---

L'attività di recupero dalla penalizzazione su Google richiede di integrare diverse fonti / strumenti tra le quali

- SEOMoz: fonte primaria di analisi, strumento a pagamento indipendente che fornisce maggiori informazioni sui link ed include anche i domini penalizzati che potrebbero essere esclusi dall'indice di Google.
- Seotoolset: fonte secondaria di validazione di SEOMoz, attinge alla base dati dall' API di google.
- Google Webmastertools (GWMt): strumento di monitor gratuito che Google offre ai webmaster..

La verifica, la classificazione dei domini analizzati e la scelta di quale rimuovere è stata invece fatta manualmente da un [esperto SEO e marketing digitale](#). La gestione della richiesta di rimozione del link non è analizzata in questo documento

### c) Foto e analisi link in ingresso

---

Occorre analizzare manualmente tutti i link che puntano al vostro dominio, classificando ciascun dominio da cui arriva il link e dando una specifica raccomandazione per ogni link/dominio.

Per ogni URL che vi linka servono questi dati SEO :

**URL, Title della pagina, Anchor Text del link, Autorità della Pagina, Autorità del Dominio, # di Domini che Linkano a questa URL, # di Domini che Linkano a questo Dominio, Link Pieno / no Follow, presenza di redirect,**

**Target URL, Page Rank della Pagina/ Dominio.** Per ogni link/dominio dovete alla fine decidere se servono azioni correttive o meno. Tutti i link oggetto dell'analisi vanno tracciati in un file XLS che potrebbe servire per fare la richiesta di re-inclusione in caso di penalizzazione severa da parte di Google..

Se si tratta di un dominio che riceve molti link, attraverso i dati SEO è opportuno fare una classificazione per categoria dei domini che vi linkano. Ale Agostini consiglia queste categorie (ma variano in base al business):

- **Partner:** siti che conosco personalmente da cui sarà più facile attivare un'azione. Per tutti questi tipi, raccomandiamo un'analisi dettagliata prima della rimozione
- **Tematici:** siti che trattano il tema del vostro sito. Per tutti questi tipi, raccomandiamo un'analisi dettagliata prima della rimozione
- **Article Marketing e Web Directories:** Per tutti questi tipi, raccomandiamo un'analisi prima della rimozione.
- **Bassa qualità:** hanno link che *probabilmente* sono stati comprati e fatti appositamente per manipolare il ranking del vostro sito (ciò in aperta violazione delle linee guida Google). Per tutti questi siti, raccomandiamo la rimozione immediata del link.
- **Siti di scraping:** qui sono inseriti anche gli scraper dei partner che hanno mantenuto il link verso di voi. Per tutti questi siti, raccomandiamo la rimozione immediata del link.

Focalizzate la vostra attenzione sui domini che mandano più link. Spesso questi sono link che partono dal footer: questa configurazione genera tanti link quante sono le pagine del sito (il footer si ripete in tutte le pagine).

#### d) **Rimozione Link che generano la penalizzazione**

Una volta completata l'analisi, avete i dati per valutare quali link potrebbero danneggiarvi. La raccomandazione di rimuovere è fatta solo per i casi più gravi che richiedono subito un trattamento. Le richieste di rimozione dei link vanno tracciate attraverso il modello XLS che va debitamente compilato potrà servire in caso di penalizzazione e successiva richiesta di ammissione nell'indice.

Per eliminare un link in ingresso indesiderati sono disponibili almeno 3 modalità:

- ✓ Richiedere rimozione del link (alcuni dei proprietari di questi siti potrebbero non essere più raggiungibili)
- ✓ Richiedere link con tag 'nofollow' (alcuni dei proprietari di questi siti potrebbero non essere più raggiungibili, alcune directory potrebbero chiedere soldi per rimuovere)
- ✓ Taggare la pagina di destinazione con meta robots 'noindex' ( da fare se conoscete bene il SEO, altrimenti astenetevi)

Buon business a tutti

Ale Agostini – Amministratore Bruce Clay Europe ed Autore di [Trovare Clienti con Google](#)