

# Google Panda Update

*"Misteri & Segnali"*  
dal nuovo algoritmo  
di Google

**GUARDA IL VIDEO - CLICCA QUI**

**Madri** 



# Panda – cos'è?!?



Da febbraio ad oggi **MOLTO** e' stato scritto & discusso...

<http://www.google.com/search?q=google+panda>

*Riassumendo...*

Gli elementi critici dell'algoritmo

- **Qualita' dei Contenuti** (come definirla?!? v. dopo)
  - **Usabilita' del sito** (layout, disposiz. contenuti e advert., etc.)
  - **Sovra-ottimizzazione SEO** (backlinks, anchor-text, ottimizzaz. on-page, etc.)
  - **Altri fattori minori** (velocita' sito, bouncing rate, tempo di perm., link est., etc.)
- n.b.** Ma **QUALITA' contenuti** → variabile principale di qs. algoritmo (v. dopo)

**Tempistica** (n.b. Non avviene in tempo reale, ma occasionale)

- Febbraio – attivazione Algoritmo
- Aprile – Panda 2.0
- Maggio – Panda 2.1
- Giugno – Panda 2.2. o 3.0 ?

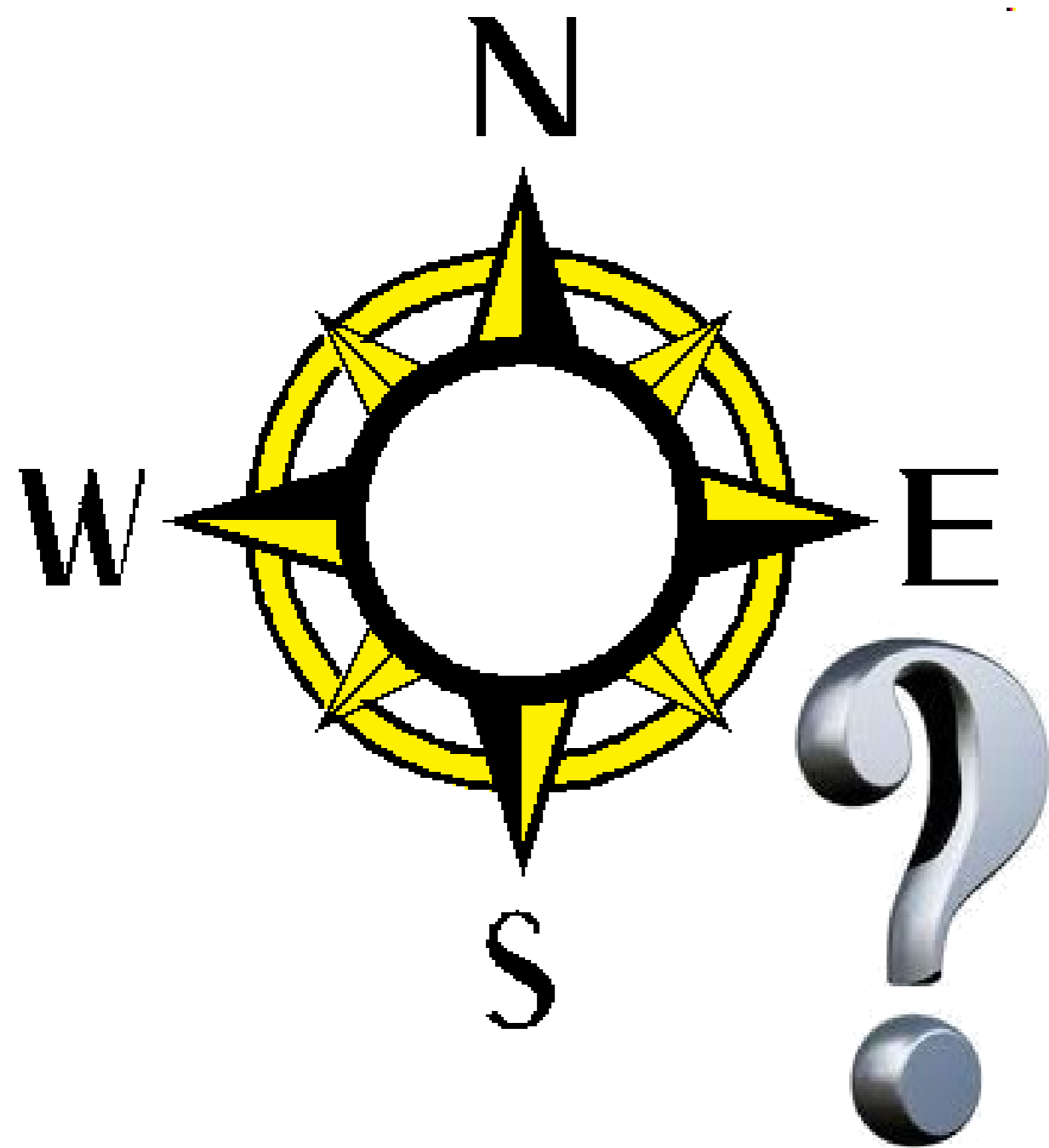
→ **N.B.** qui **NON** ripeto le solite "**cose note**" ma mi **concentro** su quelli che considero i **3 SEGNALI piu' importanti trasmessi** da qs. nuovo algoritmo e a cui bisogna **prestare la massima attenzione!**

# Panda – Perché ?!?



1° = Importantissimo "**capire il PERCHE'** " hanno creato questo algoritmo, infatti....

Panda Update, considerata la sua **IMPORTANZA** e il suo effetto ad ampio raggio su "siti importanti" e' un **cambiamento storico** che CI segnala...



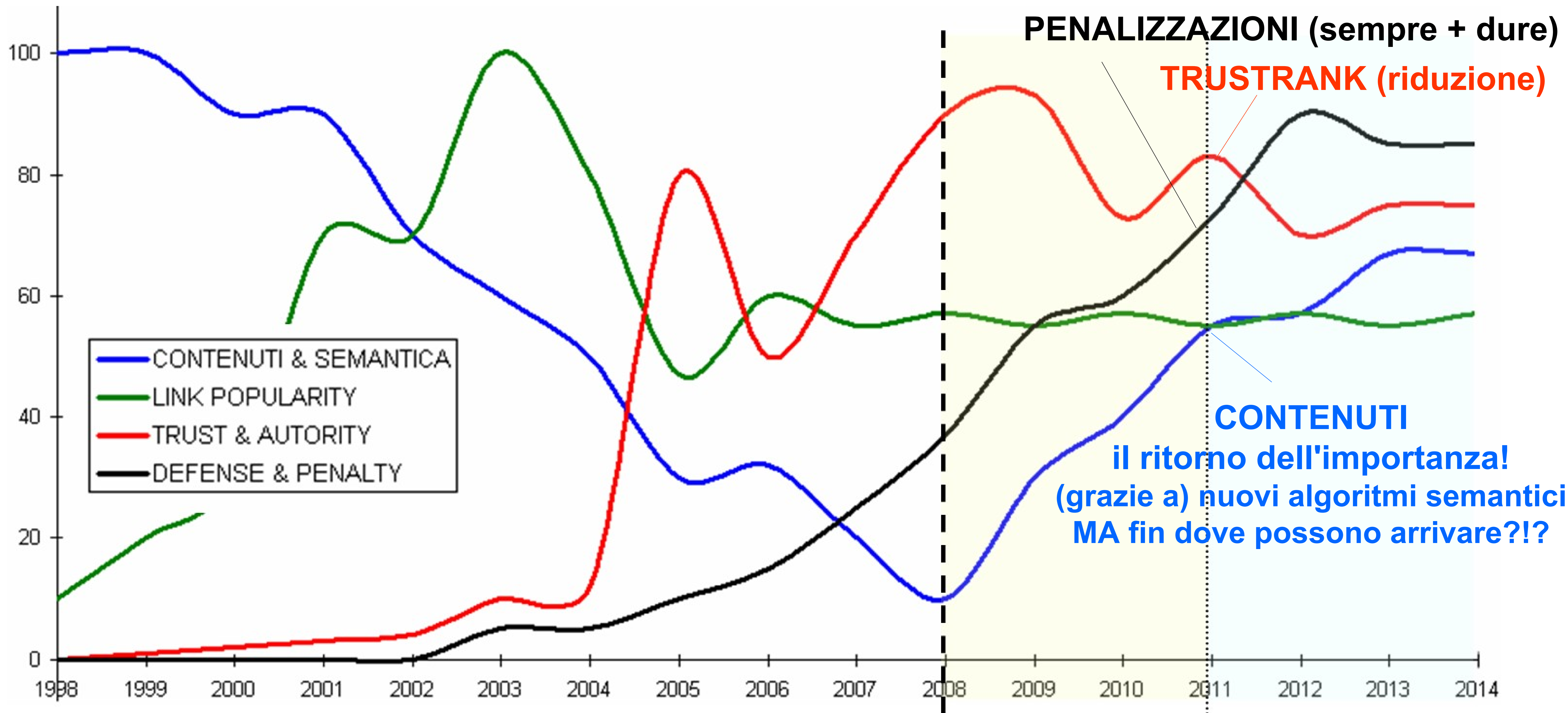
la **DIREZIONE** → ci fa capire "dove sta andando" e **DOVE VUOLE ANDARE GOOGLE** nel prossimo **FUTURO !!!**

**Il futuro degli algoritmi?**

**Ne ho parlato** a lungo durante l'ultimo Seo Web Marketing Experience, con queste pre-"visioni"...

# Panda – Futuro

Guarda il Video: [clicca qui](#)



# Panda → Mistero & Segnale n° 1

**QUALITA' DEI CONTENUTI ?** Cosa intende Google per "qualità"?!?

21 domande - Amit Shingal di Google ha dato una "risposta ufficiale"...

<http://blog.tagliaerbe.com/2011/05/panda-update-domande.html>

Ridicolo? e c'e' chi si e' spinto oltre...

[http](http://www.giorgiotave.it/forum/google/166284-panda-e-le-23-domande-continuiamo-n)

[://www.giorgiotave.it/forum/google/166284-panda-e-le-23-domande-continuiamo-n](http://www.giorgiotave.it/forum/google/166284-panda-e-le-23-domande-continuiamo-n)

A parte i **soliti** problemi di **semantica**, di **duplicazione**, di contenuti **brevi** o **rindondanti** (es. tag-excess), che causavano penalizzaz. già in passato (anche se meno su siti "trust") oggi e' **molto difficile** dare una valutazione obiettiva della vera QUALITA' di un testo - *esempio* - quindi...

**Punto chiave:** dove puo' arrivare un **algoritmo** a capire la qualita' di un sito?!? E l'usabilita' / navigabilita' di un sito? Con i **nuovi algoritmi semantici** si puo' arrivare solo fino a un certo punto ma dopo...

**Molto difficile / Differenze troppo sottili:** serve qualcosa di molto piu' avanzato...

**SEGNALE n° 1 → L'ESSERE UMANO !**

A mio parere c'e' stata un'integrazione dell'algoritmo con i dati raccolti dai **Quality Raters** + (forse) di **Quality raters "speciali"** focalizzati ad analizzare "certi siti" (in particolare) su differenti fattori (anche usabilità del sito, layout, quantita'/qualita' dei messaggi pubblicitari, etc.) => **Panda NON puo'** essere catalogato come "puro"

Algoritmo software MA un mix uomo/macchina

→ e' la nascita di una **NUOVA ERA** di algoritmi?!?





## CHI colpisce l'algoritmo !?!

Fondamentale capire e studiare "CHI" e' stato (finora) vittima dell'algoritmo...

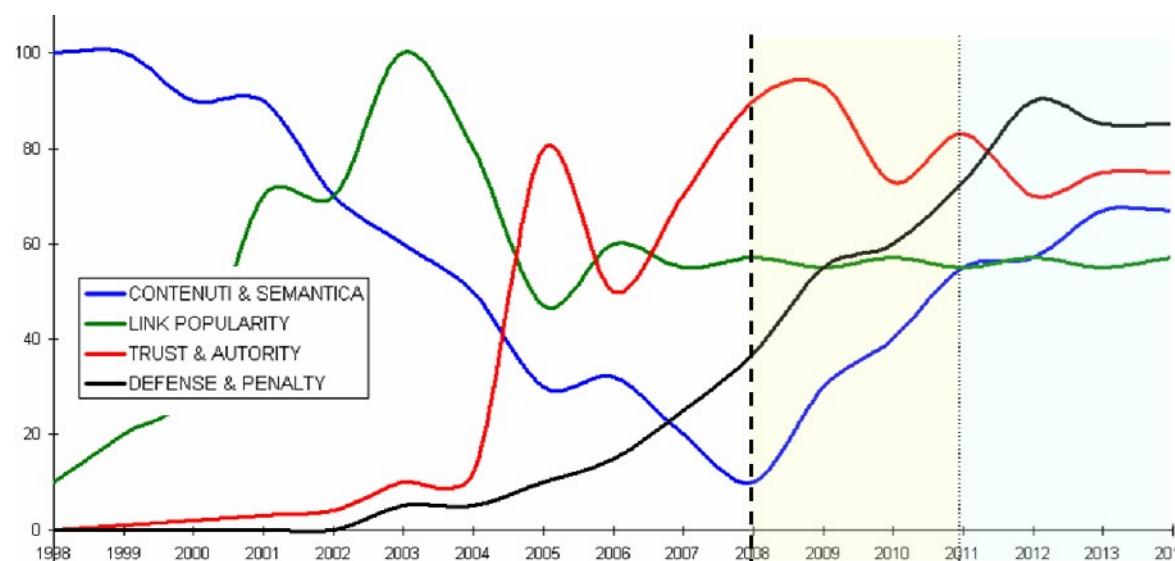
Dall'osservazione dei fatti sembra colpire principalmente **solo una CERTA CATEGORIA** di siti web, ovvero siti web...

1. di grandi **DIMENSIONI** (solitam. con migliaia pagine web)
2. in forte **TRUST**
3. che raccolgono **MOLTO TRAFFICO** (in particolare sulla long-tail)
4. tendenzialmente **GENERALISTI** (molti argomenti diff. e poco nicchiati)

Dalla mia personale esperienza **NON** colpisce (per ora) siti web di piccole dimensioni e molto nicchiati, anche se con contenuti di BASSA qualita'!

Questa ipotesi e'...

- 1) **Coerente** con la mia **previsione FUTURA sul TrustRank** (v. grafico precedente - linea rossa) = ovvero tentativo di ridimensionare il valore del trustrank e ridurre la "saturazione" della **long-tail** dei "soliti siti" che non meritano al 100% tutto quel traffico, a favore di una maggiore "differenziazione" dei risultati a favore di **siti minori e meno importanti MA + nicchiati !**



# Panda → Mistero & Segnale n° 2



2) **Coerente con il LIMITE STRUTTURALE** dell'algoritmo = hai idea di quanta potenza di calcolo serve per valutare contenuti, semantica, links, struttura, codice, etc.?!!? Immagina se lo facessero girare su 100 milioni di siti web !

3) **Coerente con la sua "TEMPISTICA"** = perche' non "funziona in tempo reale" ma solo a specifici updates occasionali?!? Devono ulteriormente limitare le risorse macchina per un calcolo cosi' ampio e complesso !

4) **Coerente con il fattore UMANO** (v. Visione n° 1) = perche' i siti web con molte pagine hanno **molte + valutazioni di Quality raters rispetto a siti piccoli** (es. migliaia di pagine interne valutate in passato) e quindi l'analisi sulla qualita' e l'usabilita' del sito puo' essere molto piu' **attendibile ed efficace** !

## SEGNALE n° 2 → TARGET SELEZIONATO !

il Panda Update colpisce (per ora) principalmente siti web di **GRANDI DIMENSIONI** (con tante pagine), in **FORTE TRUST** e ad **ALTO TRAFFICO** di cui esistono **NUMEROSI REPORT MANUALI** (per differenti pagine dello stesso sito) realizzati da differenti **QUALITY RATERS**.

**MORALE:** se in passato quasi TUTTE le pagine interne dei **SITI TRUST** se la cavavano **bene** anche in condizioni **"ambigue"** (pagine con duplicazioni, scarso contenuto, tag-excess, thin-affiliate, etc.) **ORA la festa e' finita!** O il tuo sito "grande, forte e trust" e' in "perfetto" stato, oppure... preparati al Panda Update !

**Party's over!**

# Panda → Mistero & Segnale n° 3



**ADVERTISING** = quanto puo' influire la presenza di annunci pubblicitari nella penalizzazione Panda?!? in alcune circostanze... **MOLTO !**

Dall'analisi di numerosi siti web penalizzati da Google Panda, ci sono dei **pattern comuni**, in particolare nei siti di qualita' che ho visto penalizzare (e che realmente NON meritavano nessuna penalizzazione), erano **presenti una o piu' di queste 4 variabili**:

[Guarda il Video: clicca qui](#)

1. PUBBLICITA' **quantitativamente eccessiva** rispetto ai contenuti e/o...
2. PUBBLICITA' **posizionata in modo predominante** rispetto al contenuto e/o...
3. PUBBLICITA' **con Link di affiliazione e poco contenuto utile** (thin affiliate) e/o...
4. PUBBLICITA' a **siti e offerte spammose / scam / illegali molto "note"**

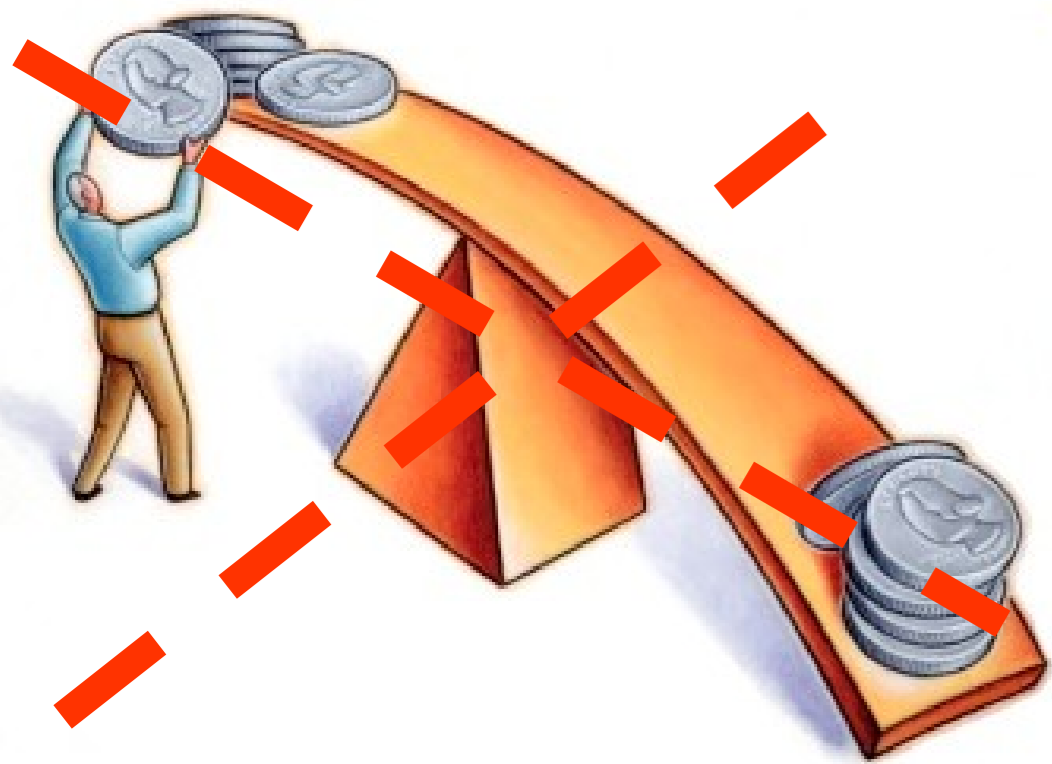


Queste **4 variabili** possono notevolmente **incidere sul concetto di QUALITA'** espresso da Google → v. recente dichiarazione del **Team Adwords** qui:  
<http://searchenginewatch.com/article/2076480/The-Panda-Enigma-An-Overview-of-Major-SEO-Factors>

**SEGNALE n° 3 → Ri-Equilibratura Contenuti / Advertising !**

I **siti di publishing** basati su modelli di revenue Pubblicitari ORA devono prestare **MOLTA +** attenzione a → **COME, DOVE & QUALI** annunci pubblicano !

**Google NON è più disposto a dare tutto quel traffico e visibilita'** di prima a quei siti web che **prediligono/spingono** eccessivamente le **Ads** rispetto al **contenuto** !





# Panda → Aspettative?



100%?!? → 75%



**COSA ASPETTARSI →** Rientro da una penalizzazione Panda - possibile? si, ma...

**Lungo e impegnativo →** bisogna capire qual e' il problema (non facile - es. qualita' contenuti, seo optimiz., backlinks, advertising, etc.) e aspettare gli update manuali

**Rientro mai (presumo) al 100% →** alla luce delle mie ipotesi precedenti (intenzione di GG di ridurre del valore del Trust, soprattutto nella long-tail) dubito fortemente che un sito possa tornare ai vecchi volumi di traffico (forse max. 70-75%) e c'e' gia' **qualche conferma**

**Altre lingue →** a breve (entro 1 o 2 mesi?) Panda colpira' siti in altre lingue = interessante analizzare i risultati **MA prevedo gia' duro colpo** a Siti **GROSSI** con **aggregatori / Rss feed** (es. Liquida?), **Shop/review comparaz.** (es. Ciao, Doyoo, etc.), **Siti di Article Marketing** (specie MFA) di **Press Release** (con pochi contenuti originali)

**Note →** attenzione alla "**febbre da Panda**" = sara' facile **confondere** una semplice e "tradizionale penalizzazione" (che ci son sempre state) con un Panda update (*specie se hai un sito di piccole dimensioni e nicchiato: difficilm. sara' Panda*)!

# Panda → Soluzioni & Idee



## Soluzioni !?!

Uscire da una Penalizzazione Panda **NON e' facile** → devi "fixare" tutto cio' che puoi = NON aspettarti che Google ti dica COSA devi cambiare!

Inizia gia' ora a **pulire le "AREE GRIGIE" del tuo sito** in particolare:

- pagine con **pochi contenuti**, duplicati o rindondandi (eliminare - 404 - no redir.)
- **pagine indice rindond.** o **pagine menu** di navigaz. eccessive (rel canonical o 301)
- **pagine tag** eccessive (max. 10-15% del sito - v. penalizzaz. da tag excess)
- **layout & contenuti** eccessivamente **Adv-oriented o Affiliate-oriented**

**n.b.** → considerato che il Panda update arrivera' presto anche in Italia = **accelera** la pulizia di queste aree grigie usando il **file robot** e/o il **Google Webmaster Tool** !

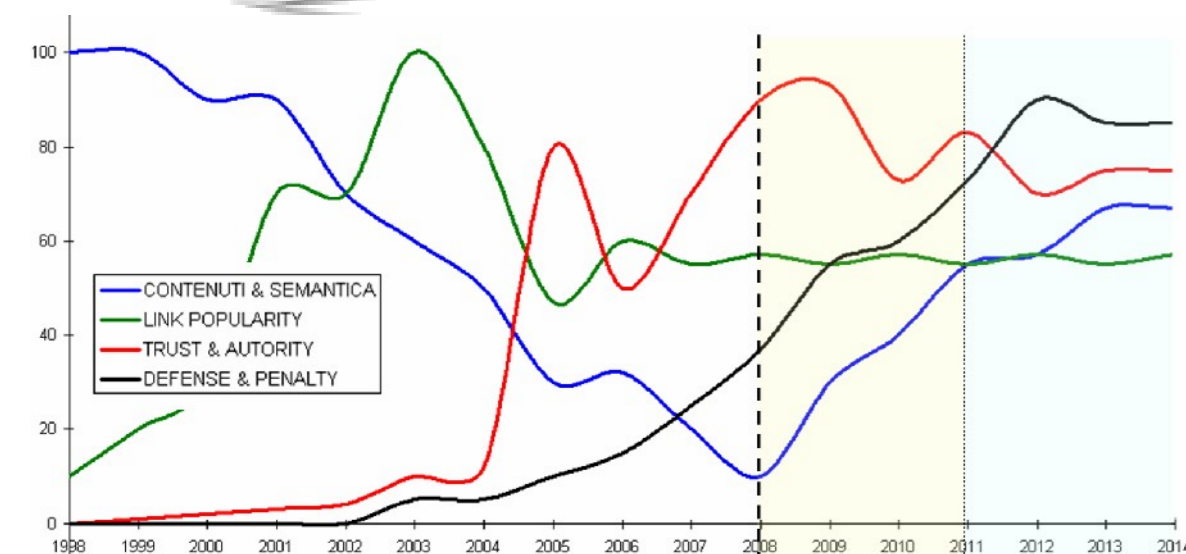
→ **SOLUZIONE OTTIMALE = PREVENIRE i danni presenti e... FUTURI !**

**PREVENIRE** sara' la vera arma efficace = Panda e' solo l' **inizio** di questo "percorso" verso la "qualità" e verso penalizzazioni sempre piu' dure, ovvero e' la "direzione principale" verso cui stanno andando gli algoritmi di Google!

→ **Panda & Algoritmi futuri - Come prevenire, "curare" ed essere "pronti"?**

Ne parliamo al **Seo Web Marketing Experience 2011** a Milano:

[www.SeoWm.com](http://www.SeoWm.com) - e di molto altro ancora...



# Seo Web Marketing Experience



**Madri**   
[www.madri.com](http://www.madri.com)

[www.SeoWm.com](http://www.SeoWm.com)