

7 previsioni SEO per il 2011

Di **Rand Fishkin**



23 Dicembre 2010

Articolo originale:

7 Predictions for SEO in 2011

www.seomoz.org/blog/7-predictions-for-seo-in-2011



E' quel periodo magico dell'anno in cui tutti noi, che lo scorso dicembre abbiamo scioccamente indossato il mantello dei chiaroveggenti, verifichiamo la nostra bravura e riproponiamo le nostre arroganti congetture. Non mi sorprende che qualcosa mi spinga a riprovare, sfidando le probabilità; ma stasera mi sento un po' capriccioso, così vi propongo un gioco basato sull'esercizio della previsione.

Per ogni pronostico (mio e di altri), assegniamo un punteggio utilizzando il seguente criterio di valutazione:

- **Centrato (+2):** quando una previsione ha fatto pieno centro ed i criteri principali risultano soddisfatti
- **Parzialmente esatto (+1):** previsioni che hanno colpito in zona, ma sono un po' diverse dalla realtà attuale
- **Non del tutto sbagliato (-1):** quelle arrivate vicino alla verità, ma non si possono dire "corrette" nel vero senso del termine
- **Sbagliato (-2):** ipotesi che non si sono avvicinate alla realtà

La regola è: se il punteggio è inferiore a +1, al leader del settore o al blogger o all'autore, non sarà permesso di fare previsioni per il prossimo anno.

Quindi cerchiamo di dare un voto alle mie [8 previsioni dello scorso anno](#)

[<http://www.ideawebitalia.it/seo/1604/>] e vediamo se mi è permesso fare nuove previsioni:

1. **La faccenda della ricerca Real-Time rimane fuori (+1):** tecnicamente, c'è ancora da qualche parte, anche se molto meno diffusa. Avevo detto: *"Nel 2010, credo che tutto questo scomparirà. Forse non del tutto, ma non lo vedremo certamente nelle interrogazioni, con la prevalenza che ha oggi."*, che, sulla scala di punteggio, merita probabilmente un "parzialmente accurata".
2. **La rete di link di Twitter è la vera questione (+2):** la mia ipotesi sembra stranamente preveggenza rispetto a [l'intervista a Google e Bing](#) [<http://searchengineland.com/what-social-signals-do-google-bing-really-count-55389>] di poche settimane fa. *"Google non prenderà solo il numero grezzo di tweets o re-tweets, Credo che stiamo già vedendo il calcolo della pertinenza e della reputazione, nella loro decisione di quali tweets e fonti mostrare nei risultati real-time e mi aspetto che gli algoritmi / metriche come PageRank, TrustRank, ecc troveranno la loro strada nel modo in cui Google utilizzerà i dati in tempo reale"*. Mi chiedo quanto durerà la mia fortuna.
3. **La ricerca personalizzata è qui per rimanerci (-1):** Il titolo di questa ipotesi potrebbe farvi pensare che avevo capito bene, ma la sostanza è carente. *"Se è dimostrato che è possibile ottenere benefici nei risultati naturali attirando clic dai PPC, questa potrebbe essere la nuova 'inclusione a pagamento' del 2010 e può spingere in alto i prezzi delle offerte, perché le aziende competeranno, non solo per i posizionamento negli annunci a pagamento, ma anche per la possibilità di guadagnare posizioni nel posizionamento naturale"*. L'influenza della personalizzazione non è andata verso l'esposizione del marchio, e in realtà non si è fatta molto più forte (a parte l'elemento di localizzazione, che non avevo previsto). Tecnicamente c'è ancora, ma non è diventata quel colosso che avevo pensato.
4. **Sarà un mondo a due motori, 80 / 20 (+2):** la quota di mercato di Google delle ricerche web che inviano traffico esterno è probabilmente molto vicina a questa proporzione (anche se [Comscore riporta](#) [http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/comScore_Releases_November_2010_U.S._Search_Engine_Rankings] solo il 66%, i numeri sono [pesantemente sbilanciati](#) [<http://searchengineland.com/time-to-end-the-bullshit-search-engine-share-figures-44100>] a causa della attività da 'ricerca non web' conteggiata nelle cifre [*Sia Yahoo che Bing offrono delle "slideshow" come risultato di una ricerca; cliccando su una delle immagini per approfondire i dettagli di una notizia, si esegue in modo inconsapevole un'altra ricerca n.d.t.*]). Una fonte di gran lunga più attendibile potrebbe essere qualcosa come i dati dei referral di [StatCounter](#) [http://gs.statcounter.com/#search_engine-US-monthly-201009-201011-bar], ricavate da 15 miliardi di page views al mese su oltre 3 milioni di siti web, che riportano 81,88% per Google, e ~ 18% per Bing / Yahoo! Dato che Ask.com, Cuil e Yahoo! hanno tutti passato la mano quest'anno riguardo alle innovazioni sulla ricerca e né Facebook, né Twitter, né nessun altro grande soggetto del mercato è entrato in campo, a questa previsione do un "centrata".
5. **Site Explorer & "linkdomain" spariranno (1):** linkdomain è andato (almeno negli Stati Uniti e presto in molti altri paesi), ma [sembra](#) [<http://searchengineland.com/yahoo-site-explorer-whats-the-status-of-the-link-data-53551>] che ci sarà ancora tempo più o meno fino al 2012 per Site Explorer, quindi darò a questa previsione un giudizio (forse un po' generoso) di "parzialmente accurata."

6. **La spesa SEO salirà in modo drastico (-1):** questa valutazione è dovuta al significato che si dà all'espressione "drastico". I dati di [SEMPO](http://blog.searchenginewatch.com/100325-170023) [http://blog.searchenginewatch.com/100325-170023] suggeriscono che il 43% degli addetti al marketing "si aspettavano" di spendere di più per la SEO, ma risulta in calo del 2% rispetto al sondaggio del 2009. [L'indagine di SEOmoz](http://www.seomoz.org/seo-industry-survey) [http://www.seomoz.org/seo-industry-survey] purtroppo non confronta le mele con le mele (noi non abbiamo posto la stessa domanda per più anni consecutivi e quindi non si riesce a confrontare bene i dati). Al momento, nessuna nuova sorgente di cui siamo a conoscenza, presenta dati in proposito (essendo Forrester e eMarketer come al solito sospetti). Quindi, mi assegnerò il voto "non completamente sbagliato", visto che in realtà non lo so.
7. **Il 2010 è l'anno dell'ottimizzazione del tasso di conversione (-1):** ancora una volta, dirò che ciò non era "completamente sbagliato", ma è anche molto difficile da misurare. Ci sono stati più oratori sul CRO [*Conversion Rate Optimization n.d.t.*] in occasione degli eventi relativi alla ricerca web e al marketing di tutti i generi. Ci sono voci che indicherebbero che il CRO stia diventando una pratica più comune e popolare fra gli addetti del marketing nella 'ricerca naturale', ma senza numeri concreti è difficile dirlo. Si può supporre, però, che non essendoci un sacco di studi e relazioni sui dati che pubblicizzano questo fatto, allora probabilmente il 2010 non è stato "l'anno dell'ottimizzazione del tasso di conversione".
8. **Più interrogazioni invieranno meno traffico (-1):** dato il lancio di Google instant, la personalizzazione e la localizzazione dei risultati, una maggiore incoerenza nei posizionamenti e più risultati dalla universal search e vertical search nella SERP, direi che questa previsione forse è vicina al bersaglio, ma in definitiva, inesatta. [Google instant](http://www.seomoz.org/blog/google-instant-fewer-changes-to-seo-than-the-average-algo-update) [http://www.seomoz.org/blog/google-instant-fewer-changes-to-seo-than-the-average-algo-update], in particolare, non sembra aver incrementato la domanda di ricerca, né le query che inviano traffico. In realtà, l'unica ragione per cui questa previsione "non è completamente sbagliata" è dovuta alla mia intelligente non-previsione del numero di query che avrebbero inviato meno traffico e di quanto meno traffico si sarebbe trattato. :-)

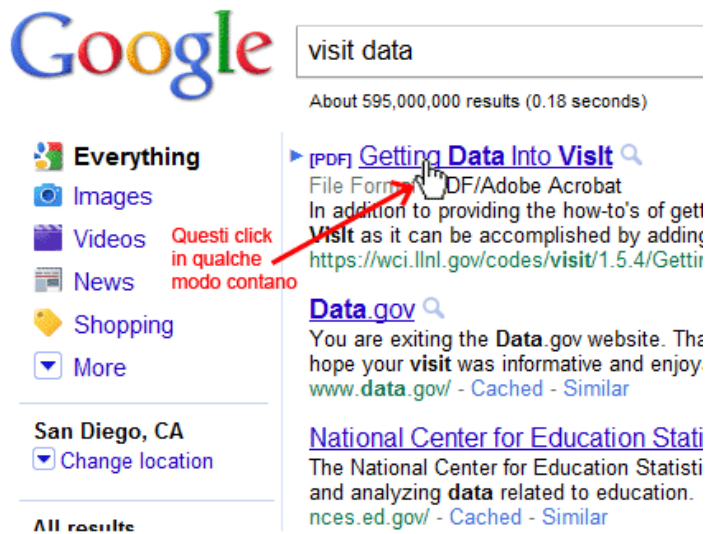
Verificando il punteggio, vedo +6 e -4, per un totale di +2, il che significa nuove previsioni per il 2011. Vi invito anche ad analizzare alcune delle molte previsioni per l'anno passato [qui](http://searchengineland.com/big-list-2010-marketing-predictions-resolutions-33200) [http://searchengineland.com/big-list-2010-marketing-predictions-resolutions-33200]. Se i miei calcoli sono esatti, [Mashable](http://mashable.com/2009/12/23/marketing-data/) [http://mashable.com/2009/12/23/marketing-data/] e [TechCrunch](http://techcrunch.com/2010/01/01/ten-technologies-2010/) [http://techcrunch.com/2010/01/01/ten-technologies-2010/] sono fuori dal business previsioni (quest'ultimo per poco), mentre il [Bits Blog](http://bits.blogs.nytimes.com/2010/01/01/five-web-predictions-for-2010/) [http://bits.blogs.nytimes.com/2010/01/01/five-web-predictions-for-2010/] del New York Times dovrebbe continuare (anche se come me, hanno fatto qualche previsione abbastanza fiacca).

Senza ulteriori indugi, ecco le mie previsioni per la SEO nel 2011:

1: Qualcuno proverà (o avremo una conferma dai motori di ricerca) che i clic e le visite influenzano il posizionamento

Su questo punto corro un rischio, ma ho sentito da un numero sempre maggiore di SEO, che c'è qualche correlazione tra guadagnare clic e risalire di posizione. Nel 2011 avremo la conferma, tramite prove, o l'ammissione da un motore di ricerca, che il click-through-rate dalle SERP, il conteggio delle visite non provenienti dalla ricerca

(o la diversità delle sorgenti), o altri dati di basati sull'utilizzo, sono elementi dell'algoritmo di ranking (o di un metodo utilizzato per individuare lo spam).



2: Google Local / Maps aggiunge filtri e ordinamento

Il vero motivo per cui [Yelp](http://yelp.com/) [http://yelp.com/] è molto meglio di [Google Maps / local](http://maps.google.com/) [http://maps.google.com/], per trovare un buon posto in zona, non sono solo le recensioni (che comunque Google prende in modo aggregato da Yelp), ma è piuttosto il filtro che mi permette di selezionare per servizi offerti, prezzo, prossimità, orario di apertura, ecc. Google ha fatto il gioco stupido di costringere gli utenti a lavorare sulle query di ricerca per riuscire ad innescare un filtraggio grossolano e imperfetto, ma il 2011 vedrà il passaggio del motore di ricerca ad un modello che mette disposizione almeno alcuni filtri e selezioni per caratteristiche del servizio.



3: La ricerca nei social media crescerà

C'è potenzialità nella ricerca dei social media e gli sforzi di Google / Bing fino ad oggi sono stati al meglio, poco brillanti. Ho il sospetto che nel 2011, vedremo l'inizio di una

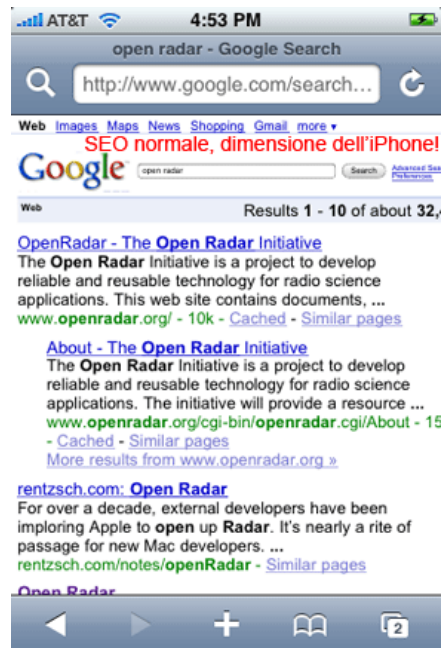
nuova ricerca che sfrutta Twitter, Facebook, contatti di LinkedIn, per trovare risultati dai vostri amici. E' possibile che la funzionalità cominci con una ricerca solo all'interno della nicchia (ricerca degli articoli che i vostri amici hanno condiviso, [Trunk.ly](http://trunk.ly/) [<http://trunk.ly/>]), ma poi potrebbe anche venire allargata; magari con contenuti provenienti dagli stessi Facebook o Twitter.

4: Il monitoraggio dei posizionamenti forse verrà fatto mediante la stringa del 'referral'

Su Google sta lentamente crescendo la percentuale di query che portano con se la posizione numerica del risultato nel referral. Tenuto conto di quanto significa questa informazione per il marketing (anche a quelli che si rendono conto che spesso non la dice tutta) e di quanto [scraping](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_scraping) [http://en.wikipedia.org/wiki/Web_scraping] e richieste automatiche e vengono consumate ogni giorno [*per verificare il ranking per parola chiave n.d.t.*], mi permetto di supporre che Google incrementerà ulteriormente questa funzione e forse aggiungerà anche qualche supporto in Google Analytics (perché forzare il motore a lavorare di più e penalizzare inutilmente il conteggio delle vostre impressioni?).

5: La ricerca 'mobile' avrà un effetto trascurabile sulla ricerca e la SEO

Per anni, ho sentito il pronostico che la SEO e la ricerca avrebbero subito uno stravolgimento, una volta che l'utilizzo delle query su piattaforme portatili fosse decollato. Io arditamente prevedo che non solo l'utilizzo della ricerca sui dispositivi portatili NON avrà un boom nel 2011, con la tanto attesa [J-curve](http://it.wikipedia.org/wiki/J-Curve) [<http://it.wikipedia.org/wiki/J-Curve>], ma che il 'mobile' e le normali esperienze di navigazione sul web continueranno a convergere verso un'unica esperienza, vanificando in tal modo gran parte del bisogno di siti 'mobile-specifici' e SEO specializzata. Ci saranno sempre opportunità di marketing 'mobile' legati ai giochi ed alle ricerche 'local' (anche se queste non sono affatto limitate ai dispositivi mobili), ma la SEO mobile sarà più o meno solo la "SEO".



6: il software diventerà uno standard della SEO

Per l'ultimo decennio sono stato nella SEO; software e strumenti sono sempre stati una "opzione utile" e non uno "strumento indispensabile" (forse con l'eccezione degli strumenti di web analytics). Nel 2011, in base alla richiesta del mercato, vedo diverse società di software SEO crescere fino a raggiungere la massa critica, incluse probabilmente: [Raven Tools](http://www.raven-seo-tools.com/), [Searchlight](http://www.conductor.com/searchlight) di Conductor, [Brightedge](http://www.brightedge.com/), [SearchMetrics](http://searchmetrics.com/), [RankAbove](http://www.rankabove.com/), [DIYSEO](http://diyseo.com/) e [GinzaMetrics](http://www.ginzametrics.com/). [HubSpot](http://www.hubspot.com/), anche se quest'ultimo è più uno strumento di CMS e marketing onnicomprensivo, può comunque rientrare in questo gruppo se la loro offerta di strumenti SEO si rafforzerà. Oh, e anche [SEOMoz's Web App](http://pro.seomoz.org/) potrebbe andare abbastanza bene :-)

7: inizieremo ad allontanarci dall'appellativo "SEO" verso a qualcosa di più globale

Per anni, sono stato orgoglioso di essere io stesso un SEO e ne ho sposato il titolo, la comunità, gli aspetti positivi e negativi che ne derivavano. Ma con i motori di ricerca che si stanno spingendo così lontano nella ricerca dei segnali da considerare, la verticalizzazione ed i tipi di media che comprendono, devo ammettere un dato di fatto: oggi la SEO richiede molto di più un talento a largo spettro, piuttosto che uno specialista puro. Abbiamo bisogno di essere esperti ed abili in così tante sfaccettature del web marketing 'naturale' che chiamarci 'SEO' adesso è riduttivo e più limitante rispetto al passato.



Ora mi piacerebbe sentire alcune delle vostre previsioni per il 2011 e vedere chi si è guadagnato un punteggio sulla previsione del 2010, sufficiente a dargli il diritto di fare pronostici per il 2011.

P.S.

Non ho fatto le ovvie previsioni scontate: "Google sta per reprimere in maggior misura il link spam" o "il social diventerà essere ancora più importante", perché credo che domattina non proverei rispetto per me stesso.



Rand Fishkin

Traduzione di **Marco Dini**

Questo articolo si trova a questo indirizzo: <http://www.ideawebitalia.it/seo/2646/>

Altri articoli di Rand Fishkin: <http://www.ideawebitalia.it/author/rand-fishkin/>

Foto in prima pagina

Autore: [baldheretic](#)

Originale: <http://www.flickr.com/photos/baldheretic/4853499035/>

Diritti di riproduzione: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.it>