

Sono stato superato da uno spammer - Whiteboard Friday

Di **Rand Fishkin**



8 dicembre 2011

Trascrizione del video originale:

I'm Being Outranked by a Spammer - Whiteboard Friday

<http://www.seomoz.org/blog/im-being-outranked-by-a-spammer-whiteboard-friday>

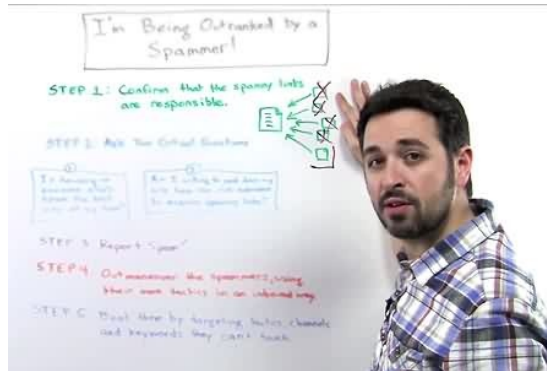


Salve SEOMoz fan! Benvenuti a un'altra edizione del Whiteboard Friday. Questa settimana parliamo di un problema molto complesso: essere superati di siti che fanno spamming.

Qui parlo specificamente di chi fa link spamming (acquisizione massiva di link di bassa qualità n.d.t.), perché è raro che oggi, nel mondo SEO, si vedano altri tipi di spam: cloaking, reindirizzamento manipolativo, pagine doorway; qualche caso si vede, ma sono molto meno comuni. La forma più comune di spam, il problema per cui sento la gente lamentarsi di continuo, il problema per cui ricevo e-mail, ricevo tweet e per cui riceviamo domande su Q & A, è: "ehi, Rand, sono stato superato sui motori di ricerca, da questi spammer, potete inviare una segnalazione al team webspam di Google? Puoi dirlo al team webspam di Bing? A chi devo scrivere una email laggiù?"

Ho registrato i report che testimoniano il webspam, pensi che dovrei provare a farli pubblicare su YOUmoz? Dovrei provare a scrivere al New York Times per vedere se ci fanno un articolo sopra? Perché pare che Google butti fuori la gente a calci, quando viene denunciata sul The New York Times, almeno per un po'!.. "

Purtroppo, tutte queste non sono sempre delle grandi tattiche. Pertanto voglio fare una panoramica di alcune cose che dovrete fare quando pensate di essere stati superati dagli spammer

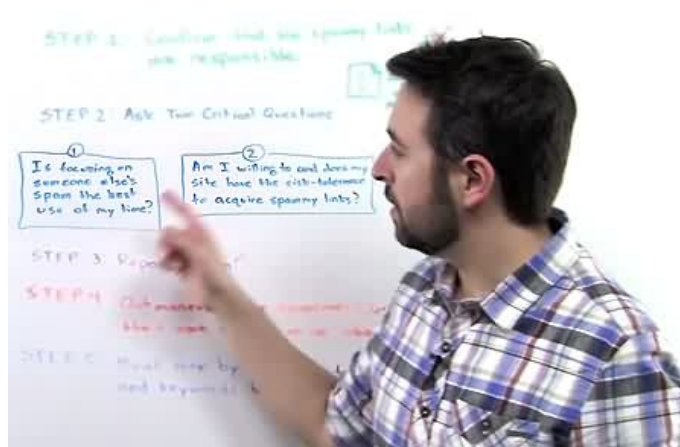


La prima parte è assicurarvi (dovete essere sicuri al 100%), che quello che state guardando sia davvero una posizione guadagnata facendo link spamming. Quello che sto per dirvi vi porta indietro nel tempo; vi racconto una storia di diversi anni fa: è stato probabilmente, sto per dire 2007, ed io ero tra il pubblico (non mi ricordo se ero nel gruppo di discussione o tra il

pubblico) e c'era il responsabile del webspam di Google (che negli ultimi dieci anni o giù di lì, è stato Matt Cutts), nel gruppo di discussione. Matt stava guardando alcuni link utilizzando il suo speciale software di Google, ed indagava su un grafo di link, proprio sul suo portatile, e qualcuno del pubblico disse: "ehi, Matt, io sono stato sorpassato da questo particolare spammer". Matt guardò e disse: "No, sai, abbiamo visto qualche migliaio di link che puntano verso quel sito, ma in realtà gliene stiamo contando solo alcune centinaia, e sono quelli che lo portano in quella posizione".

Quindi, pensate a questo: stiamo parlando di migliaia di link che puntano ad un sito, pensate a tutti i link che potrebbero puntare a questo sito (vedi immagine a fianco n.d.t.); qui ci sono cinque diversi link che puntano a questa pagina. Quello che il team webspam di Google essenzialmente sta dicendo è: "ehi, guarda un po', sappiamo che questo, questo, questo e questo sono spam, ma la ragione per cui questa pagina occupa quella posizione è perché ha alcuni link buoni che contiamo". Ricordate che spesso il team webspam di Google ed il loro algoritmo, faranno in modo che questi link non vi penalizzino, perché altrimenti vi basterebbe farli puntare verso qualsiasi altro sito o pagina, per fargli perdere posizioni. Invece, ciò che faranno è togliere valore a questi link, in modo che in pratica, per quelle pagine sia come avere un link no-follow. Sì, è un link effettivo, ma in pratica diranno: "sai che facciamo? Il nostro algoritmo ha rilevato che questi sono link manipolativi, per cui annulleremo il valore che trasmettono".

Un sacco di volte scorrete un elenco di centinaia o migliaia di link, vedete un sacco di spam e vi dite: "ecco perché quel tipo è posizionato così bene, è perché fa link spamming". Potrebbe non essere il suo caso. Potrebbe anche essere che quella persona in realtà non abbia cercato quei link irrilevanti, sono arrivati da soli, sapete, schifezze, spazzatura del web. Non accade sempre e di solito la differenza si nota, ma è davvero da tenere a mente quando si fa quel genere di analisi. Quando lo fate, chiedetevi: "Ehi, come hanno fatto ad ottenere i loro migliori link? E potrebbero essere quelli che gli danno un ranking così alto?" Perché se questo è il caso, è necessario che rivediate la vostra ipotesi "sono stato superato da uno spammer" e pensiate invece di essere stati superati da un tipo che ha costruito qualche buon link e che gli è capitato di avere un sacco di link di bassa qualità che punta verso di lui. Questo è un problema completamente diverso a cui dovete dare una soluzione diversa.



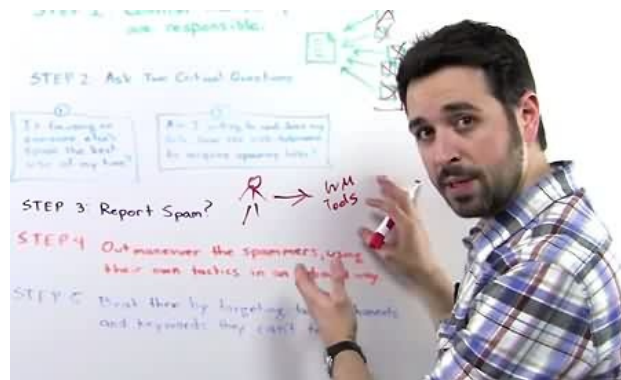
Se invece siete certi che sia solo spamming, allora diciamo che avete superato lo step numero uno; avete confermato che, anche quest'ultimo link è una schifezza a cui Google non dovrebbe passare valore, ma che invece, in qualche modo lo fa. Allora, voglio che vi facciate **due domande critiche**.

La prima domanda: concentrarsi sullo spam di qualcun altro che vi sta sorpassando, è il migliore uso possibile del tempo che potete dedicare al web marketing? C'è un sacco di roba di cui occuparsi sul piatto, non c'è solo la SEO di cui preoccuparsi,

giusto? Di questi tempi vi state occupando di SEO, della ricerca delle parole chiave, di link building, di content marketing, dei blog, dei commenti dei blog e degli RSS feed e della valutazione del traffico che viene da là. Vi preoccupate dei social media (Facebook, Twitter, Google+, e LinkedIn) e la longtail di tutti quegli altri siti (quorum e Pinterest, Reddit, StumbleUpon). Vi preoccupate della web analytics, di analizzare il vostro successo e di fare in modo le cose arrivino fino in fondo. Dovete preoccuparvi dei crawler e dell'XML del site map, dei file robots.txt, ecc... Assicuratevi che pensate e passare il tempo a cercare di segnalare qualcun altro per lo spam o cercare di farli penalizzare, sia assolutamente la cosa migliore che potete fare con la vostra giornata di lavoro. Se non lo è, cambiate le vostre priorità e mettete in cima qualcos'altro.

La seconda domanda è (e non ne discutiamo qui a SEOmoz, perché odiamo davvero questo tipo di pratica): siete disposti acquisire link spam? Ed il vostro sito ha una adeguata tolleranza al rischio per farlo? Se vedete qualcuno che vi sorpassa e vi dite "beh, potrei acquisire anch'io questo tipo di link o magari quegli stessi link", avete la tolleranza al rischio per sostenere questa scelta? Se credete che sia un problema etico, avete la flessibilità morale per sostenerla? Se per voi non è una questione morale, avete il budget necessario? E' il miglior uso del vostro budget? E' il miglior uso del vostro tempo? Io credo che quasi sempre la risposta sia no, con la possibile eccezione di alcuni campi super-spam, PPC (porno, pillole, e casinò, in cui personalmente non ho mai operato e quindi non pretendo di capire quel mondo), ma praticamente per ogni altra forma di attività legittima sul Web, non posso consigliarvelo. Ma forse voi la pensate diversamente, forse volete. Decidete se questa è la rotta da prendere.

Una volta che avete risposto a queste due domande, potete passare alla



fase tre, che è: si deve segnalare lo spam? Il problema qui è, che lo segnalerete mediante, diciamo, la segnalazione dagli Strumenti per i webmaster di Google, dove ci saranno migliaia, probabilmente centinaia di migliaia di segnalazioni ogni giorno (probabilmente il numero esatto sarà da qualche parte tra decine e centinaia di migliaia di

report quotidiani). Google dice che gli strumenti per i Webmaster sono il posto migliore, quando si è connessi al proprio account, per segnalare lo spam di altre persone. Tali segnalazioni vanno ad un gruppo di ingegneri del software, che lavorano nel team webspam e qualità della ricerca, di Google. Potete anche vedere il loro video, dove si siedono in cerchio, decidono la priorità di tutti i progetti della giornata e determinano chi dovrà lavorarci su e quanta energia dovranno metterci.

Si può dire con una certa sicurezza che negli ultimi due anni, forse anche tre anni, non hanno speso moltissime energie per cercare di svalutare il link spam. In realtà, un sacco di link a pagamento funzionano tutt'ora ed è una dura verità. Molti ritengono che Google in realtà stia cercando di andare [oltre i segnali dati dai link](#) [http://www.ideawebitalia.it/seo/3129/], utilizzando segnali particolarmente social come

Google+, utilizzando i segnali degli utenti e dati di utilizzo, che stanno acquisendo attraverso la quota di mercato di Chrome, che credo ormai si arrivato a livello globale oltre 25% su tutti i browser (è un dato di StatCounter, davvero impressionante).

Quindi, direi che anche questa è una attività a basso valore aggiunto. Non è che non dovete farla, voglio dire, se volete cercare di aiutare Google a rendere il Web un posto migliore e credete nella loro sorta di missione e nella la qualità delle loro persone, allora in ogni modo, spendete due minuti, a segnalare il webspam. Non richiederà moltissimo tempo. Ma per favore, non crediate che sia una soluzione. Questo non risolverà nessuno dei problemi che state cercando di risolvere. Potrebbe aiutare Google nel lungo termine a migliorare nell'analisi di alcune forme di webspam e link spam, che altrimenti non avrebbero individuato, se non glielo aveste detto. Vi aiuterà ad avere un ranking migliore? Ragazzi, probabilmente no, e anche se fosse, non per molto tempo ancora, perché questi sviluppi algoritmici richiedono un enorme quantità di tempo ed energia per essere implementati. Panda ha richiesto anni di lavoro, la maggior parte delle svalutazioni del link spamming, che è avvenuto nel 2007 e 2008, hanno richiesto anni di lavoro. Potete andare a vedere: i brevetti sono stati depositati due anni, quattro anni prima che se ne manifestassero gli effetti; comunque, la segnalazione dello spam è una opzione percorribile.

Adesso voglio che passiate alla **fase quattro**: riuscite (penso che sia quasi sempre possibile) a superare in astuzia gli spammer, utilizzando le loro stesse tattiche? Quello che voglio dire è: siete in grado di vedere da dove tali link provengono, ma quali sono quelli vincenti? Provengono da pagine con alto PageRank o mozRank, tipo la home



page di un dominio?

Provengono dalle pagine interne? Vengono da directory? Da forum? Da blog? Da siti .edu? Da dove provengono quei link, cosa stanno puntando e che tipo di anchor text usano? Sono anchor text diversi? E' un testo a corrispondenza esatta? Dovete trovare, identificare tutti gli schemi.

Arriverete a dire: "Oh,

- questo è uno schema di testo sui link,
- questa è la diversità di queglii schemi da cui questi link provengono,
- questo è un certo tipo di sito di provenienza
- questa è la quantità o il numero di siti che osservo
- questa è la destinazione del link".

Osservate tutte queste cose e poi trovate il modo di farlo puntare a voi. Trovate il modo di farlo come white hat (secondo le regole). Vi garantisco, che è possibile. Pensate a una delle forme più comuni di spam, in cui qualcuno dirotta delle pagine web degli studenti, su domini edu, in modo da avere sostanzialmente, tutti questi link con testo, che puntano ad una specifica pagina sul loro sito, da un dominio .edu. Sono

pagine sepolte in profondità del sito .edu, ma siccome si tratta di un dominio .edu, risulta altamente affidabile. Di solito di questi ce ne sono solo 50 o 100, ma pare che passino molto link juice (Page Rank e affidabilità).

Allora, come si fa ad avere 20 o 30 buoni link da siti .edu? Vi darò alcuni esempi eccellenti, anzi, ve ne darò uno e da questo ne troverete da soli una miriade di altri, inoltre c'è una grande quantità di post sul link building che potete trovare sul SEOmoz. Ma questo è grandioso: andate a fare una ricerca del tipo: parola chiave + filetype:pdf o filetype:xls o qualcosa del genere e site:.edu or site:edu.

Il risultato sarà un gruppo di ricerche fatte su siti 'edu', di qualcosa che è stato pubblicata, e probabilmente sepolto. Ora, dovete creare alcuni post eccellenti, con dei contenuti notevoli, che fanno riferimento a questi documenti, che li trasformano in un grafico, che ne producono un video intelligente, e poi voglio che mandate una email a chiunque fosse responsabile della ricerca e vi garantisco che la metà delle volte, metteranno un link verso di voi da quel sito, dal sito .edu. Diranno: "Oh, questo è stupendo, qualcuno ha trasformato la mia ricerca in una infografica su un sito commerciale. Fortissimo. E' bello vedere che ha un'applicazione nel mondo reale. Grazie! Ecco un link. . ." da un .edu, che non è spamming, che è un link volontario in ingresso, secondo le migliori regole, perché rende il Web un posto migliore.

Ricapitolando, ci sono modi per venire a capo di tutte queste informazioni.

Infine, andiamo all'ultimo passo, lo step cinque: batterli prendendo di mira le tattiche, i canali, le persone, e le parole chiave su cui loro non investono. Fate mente locale a ciò che fa lo spam, guardate la curva della richiesta delle parole chiave, all'inizio ci sono le parole chiave popolari, è lì che stanno tutti gli spammer. E'



estremamente raro che gli spammer stiano nella long tail (la coda della curva, con bassa popolarità).

Quindi, se avete l'opportunità di sviluppare cose come i contenuti generati dagli utenti, costruire una comunità, costruire valanghe di contenuti di alta qualità per la long tail, avere un blog, avere un forum, un luogo dove le persone reali partecipano e creano una sorta di Q & A del sito, allora state

mirando tutto ciò che sta nella long tail. Ricordate che il 70% del volume delle parole chiavi sta lì. La 'testa' della curva raccoglie è solo il 30% del traffico. Grandioso. Fantastico modo di aggirare il problema. Oppure pensate ciò che non possono prendere di mira. I canali che gli spammer, specialmente i link spammer non prendono di mira: social media, forum e comunità. Raramente fanno mai dei blog. La gente non prende sul serio quei siti, non li sentono autentici. Pensate agli elementi di branding che potete costruire: un design del sito migliore, un tasso di conversione più alto, un funnel (percorso di vendita) migliore. La gente si iscrive alla vostra newsletter, vi segue, si iscrive al vostro RSS feed. Nessuno spammer è mai riuscito ad ottenere

questo. E quei clienti potete continuare a raccogliarli sempre, perché quando si fa [inbound marketing](http://www.asturi.it/blog/web-marketing/outbound-marketing-inbound-marketing/) [http://www.asturi.it/blog/web-marketing/outbound-marketing-inbound-marketing/], quando si fa marketing white hat (corretto), non c'è bisogno di spingere il sito in alto nelle posizioni. Potete inquadrare la visibilità in una prospettiva olistica e vincere su tutti i tipi di tattiche e tutti i tipi di canali. Questo è ciò che amo in questo campo.

Spero che questa edizione di Whiteboard Friday vi sia piaciuta e che forse vi sentirete un po' meno stressati dagli orribili spammer che stanno prima di voi. Mi auguro di rivedervi la prossima settimana per un'altra edizione di Whiteboard Friday.

**Rand Fishkin**Traduzione di **Marco Dini**

*SEOMoz non è affiliato con questo sito e non ha visionato questa traduzione.
SEOMoz fornisce i [migliori strumenti](http://www.seomoz.org/tools) [http://www.seomoz.org/tools] e [risorse](http://www.seomoz.org/blog) [http://www.seomoz.org/blog] SEO del Web.*

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

Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/seo/3653/