

# Far funzionare la Authorship: un caso di studio su Moz.com

Di **Ruth Burr**

[Articolo originale:](#)

**Getting Authorship to Work: A Moz.com Case Study**

<http://moz.com/blog/getting-authorship-to-work>



21 Gennaio 2014



© Juulijis – Fotolia.com

Avere il markup della 'Authorship' impostato correttamente è importante, specialmente se producite quotidianamente nuovo contenuto per il blog, come fa MOZ). Avere una piccola immagine dell'autore nei risultati di Google, non solo [aiuta ad aumentare i clic](#) [<http://www.swellpath.com/2013/09/author-rich-snippets-tutorial-2013/>], ma rafforza anche la fiducia degli utenti, quando vedono che un autore che già conoscono e rispettano, ha scritto del contenuto.

Il markup 'Author' può anche aiutare i siti ad ottenere un formato speciale nei risultati, come ['In-Depth Article'](#)

[<http://searchengineland.com/google-introducing-in-depth-articles-to-search-results-168909>].

Tutto sommato, Google sembra fare molto per incoraggiare i proprietari di blog e gli scrittori, ad adottare il markup Authorship sui loro siti.

Allora perché è così \$ @% #! difficile farlo funzionare correttamente?

Ecco l'epopea della ricerca di Moz.com, della maniera di far funzionare l'Authorship. Sono passati quasi due anni e siamo finalmente riusciti a farlo funzionare (quasi) correttamente. Volevo condividere il nostro cammino con voi, nella speranza che vi ci vorrà meno tempo per capire cosa sta succedendo sul vostro sito.

## Parte I, nella quale abbiamo avuto un breve intoppo, seguito dal successo

Quando nel 2012 ho iniziato a lavorare a Moz (nei tempi antichi, molto tempo fa, era SEOmoz), la Authorship non funzionava correttamente su Moz.com, perché ...

insomma ... non era stato messo in pratica. Nei pulsanti "Join the Moz community" che vedete a destra di ogni post del blog, il link alla nostra pagina di Google+ prevaricava il markup Authorship sui singoli post. Ciò significa che Google pensava che la pagina Moz fosse l'autore di ogni post. Avevamo ottenuto un citazione dell'autore con l'immagine di [Roger](http://dribbble.com/shots/1091434-Roger-Redesign?list=users) (*il robot n.d.t.*), ma i singoli autori avevano altrettanta fortuna.

Un amichevole membro della comunità Moz me lo fece notare appena arrivata, così siamo riusciti ad aggiustarlo abbastanza rapidamente. Risultato: SUCCESSO!

### [Rand's Restaurant & Bar Guide to Seattle | SEOmoz](http://www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle)

[www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle](http://www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle)



by Rand Fishkin - in 39,467 Google+ circles - More by Rand |  
Jun 4, 2012 – Many, many folks in the technology, startup and marketing fields come to visit **Seattle** each year for big events like SMX, Mozcon, SIC and ...

Iniziammo a vedere immagini dell'autore corrette quasi subito. Ed io mi sentivo così:



Ma poi, qualcosa è cambiato.

## Parte II: in cui tutto diventa terribile

Dopo diversi mesi in cui i riferimenti all'autore apparivano senza problemi sui contenuti di Moz.com, i nostri snippet di Authorship (citazione e immagine dell'autore – n.d.t.) scomparvero. Puf! Improvvisamente non riuscivamo più a trovare un solo esempio di snippet, apparire sui contenuti di Moz.

### [Rand's Restaurant & Bar Guide to Seattle | SEOmoz](http://www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle)

[www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle](http://www.seomoz.org/blog/rands-restaurant-bar-guide-to-seattle)

Jun 4, 2012 – Many, many folks in the technology, startup and marketing fields come to visit **Seattle** each year for big events like SMX, Mozcon, SIC and ...

Il peggio è che lo 'Structured Data Validator tool' di Google affermava che il nostro markup di Authorship andava bene:


Structured Data Testing Tool

URL HTML

<http://www.seomoz.org/blog/announcing-mozs-2012-metrics-acquisition-of> **PREVIEW**

Google search results Google Custom Search

Preview

Announcing Moz's 2012 Metrics, Acquisition of AudienceWise, & ...  
[www.seomoz.org/blog/announcing-mozs-2012-metrics-acquisition-of](http://www.seomoz.org/blog/announcing-mozs-2012-metrics-acquisition-of)  
 by Rand Fishkin - More by Rand Fishkin  
 The excerpt from the page will show up here. The reason we can't show text from your webpage is because the text depends on the query the user types.

Author

**Verified**

Linked author profile: <https://plus.google.com/111294201325870406922>  
 Google profile: <https://plus.google.com/111294201325870406922>  
 Author name: Rand Fishkin

Ciò che succede in situazioni come questa, è che Google cambia i criteri con cui decide di far apparire uno snippet, ma aggiorna lo strumento validatore molto più tardi. In questo caso, ho il sospetto che Google fosse diventato più restrittivo su come potesse essere implementato il markup per continuare a funzionare, probabilmente a causa di troppi falsi positivi. Il nostro codice non era perfetto, ma era abbastanza vicino ai requisiti, per far sì che Google riuscisse a colmare le lacune, finché non hanno deciso di non farlo più.

Purtroppo, questo significava che non potevamo fare affidamento sullo strumento validatore, per dirci se avevamo risolto il problema. In assenza di ulteriori informazioni del tipo: "ha smesso di funzionare per un determinato motivo", decisi di provare a mettere a posto tutto quello che mi veniva in mente.

### Parte III: in cui le cose vengono messe alla prova

Per il markup di Authorship, usavamo il metodo a due link, in cui mettevamo un link sulla byline (*riga sotto il titolo in cui c'è l'attribuzione all'autore: n.d.t.*) verso il suo profilo Moz con "rel = author" e poi dalla pagina del profilo dell'autore mettevamo un link alla loro pagina di Google+, con "rel = me." Come ho detto, questo funzionava bene fino a che non cessò di punto in bianco.

Ecco le cose che abbiamo provato per cercare di far funzionare di nuovo la Authorship:

**Link nofollow dai pulsanti di condivisione sociale di Google+.** Ricordando un nostro fiasco precedente, abbiamo provato a impostare i link a Google+ con 'nofollow', dai nostri pulsanti di condivisione sociale. Mi ricordo di aver pensato "se questo è il problema, è veramente una stupidata". Ma non lo era.

---

**Risultato:** Nessun cambiamento.

**Mettere un link dalla 'byline' dell'autore verso il suo profilo di Google+.**

Storicamente sul blog Moz, i link sul testo di attribuzione puntavano alla pagina del suo profilo, della nostra sezione community. Temendo che questo per Google comportasse troppi link da analizzare, abbiamo testato il link diretto verso i profili Google+ degli autori, dalle loro bylines.

**Risultato:** Nessun cambiamento. Inoltre, voi quei link li odiavate. Venne fuori che la possibilità di fare clic sul nome dell'autore, per leggere gli altri post di quell'autore è una funzionalità che i nostri lettori amano.

**Aggiunta di nickname (soprannomi) in Google+.** Molti dei nostri autori non scrivono sul blog con i loro veri nomi. Ad esempio, il nome di 'Dr. Pete' non è davvero 'Dr.' . Per vedere se la questione nickname mandasse Google fuori strada, abbiamo fatto in modo che alcuni dei nostri autori aggiungessero i loro nickname in Google+.

**Risultato:** Nessun cambiamento.

**Iniziare a utilizzare i nomi reali degli autori.** Nelle vostre impostazioni del profilo della comunità Moz, avete la possibilità di dirci se vi sentite o meno a vostro agio, visualizzando il vostro vero nome e cognome, invece della username. Siccome non tutti avevano scelto questa opzione, la nostra politica era stata quella di mostrare lo username per tutti. Dal momento che Google è un accanito sostenitore del fatto che le persone usino i loro volti e nomi reali, abbiamo aggiornato le nostre impostazioni in modo che sulle loro bylines ci fossero i nomi ed i cognomi degli utenti, invece dei loro username.

**Risultato:** Nessun cambiamento, ma ...

**Link a Google+ con i nomi reali.** Sentendoci sicuri di aver toccato qualcosa di importante con l'argomento dei "nomi reali" nel suo complesso, abbiamo provato a far puntare i nomi reali ai profili di Google+. Ora, invece di dire ad esempio "randfish su Google+", i link alle pagine dei profilo Google+ da Moz avrebbero detto "Rand Fishkin su Google+".

**Risultato:** successo ...?

La nostra iniziativa "usare i nomi veri" fece sì che gli snippet dell'autore apparissero nelle SERP di nuovo: evviva! Tuttavia, in molti casi, ci sono stati risultati errati:



---

Questo è un post di Rand.

### **Goodbye SEOMoz. Hello Moz! - Moz**



[moz.com/blog/goodbye-seomoz-hello-moz](http://moz.com/blog/goodbye-seomoz-hello-moz)

by Erica McGillivray - in 1,200 Google+ circles

May 29, 2013 – For the last two years, the 130+ Mozzers across product, engineering, marketing, and operations have been working to transform this company ...

Questa è una foto di Erica.

## **Parte IV: in cui tutto (OK, la maggior parte) si spiega**

Si scopre che Google è davvero molto sensibile all'informazione 'byline'; è sensibile ad ogni istanza della parola "by" (*in italiano "di" - n.d.t.*) seguita dal nome di qualcuno, specialmente se quella persona ha anche stabilito la paternità del sito. Sul blog Moz, ogni commento che veniva inserito sotto il post aveva una riga che diceva "by (utente) on (data)." Tale istanza extra di "by", seguita da un nome, portava fuori strada Google. Abbiamo cambiato la formulazione dei commenti editati, e la Authorship si è aggiustata! Parzialmente!

Di tanto in tanto, vediamo ancora emergere questo problema, quando nel corpo del post scriviamo "by (nome della persona)" e poi quella persona scrive un commento sotto il post. Non è un evento frequentissimo, ma succede; soprattutto perché le persone tendono a commentare i post in cui sono menzionati. Al di là del rimuovere l'istanza di "by" e cambiando la formulazione dei post, non ho ancora trovato una soluzione sistematica a questo problema. Seguiranno altri bollettini con lo svolgersi degli eventi!

## **Per farla breve**

Al fine di far funzionare l'Authorship, ecco alcune cose da tenere a mente:

- Non vi potete sempre fidare dello strumento di validazione. Per essere sicuri controllate le vostre SERP (in una finestra di navigazione in incognito o con la ['personalizzazione' disattivata](https://support.google.com/websearch/answer/54048?hl=it) <https://support.google.com/websearch/answer/54048?hl=it>).
- Google prende qualsiasi istanza di "by (nome della persona)" seriamente, quindi se viene fuori l'autore sbagliato, per prima cosa verificate quelle.
- Aggiungere i nickname in Google+ è molto meno efficace che usare il vostro vero nome. Laddove possibile, utilizzate i veri nomi e cognomi per ottenere l'Authorship.

- 
- Per ulteriori informazioni sulla risoluzione dei problemi di Authorship, leggete il [post scritto da Mark Traphagen l'anno scorso](http://moz.com/blog/google-authorship-troubleshooting-article-attributed-to-wrong-author) (notate che non ho scritto "il post di ..." insomma, avete capito).

---

### **Chi è Ruth Burr**

*Ruth Burr dirige l'Inbound Marketing di Moz. E' una sostenitrice delle robuste tattiche on-page, delle pratiche scalabili e dell'utilizzo dei test e del monitoraggio, per migliorare il ROI.*



**Ruth Burr**

traduzione di **Marco Dini**

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



Questo articolo si trova qui:  
[www.ideawebitalia.it/seo/5800/](http://www.ideawebitalia.it/seo/5800/)