

I criteri di Google



"Google utilizza oltre 200 fattori per decidere quali siti selezionare e in che ordine presentarli."

Matt Cutts

Google engineer

Come fa Google a decidere quali informazioni ci interessano? Google è una macchina, non una persona, e per generare i risultati delle nostre ricerche usa un *algoritmo*, cioè una procedura che prevede una sequenza di operazioni ben definite.

Quali criteri usa per selezionare le pagine che presenterà come risultato della nostra ricerca? In realtà nessuno lo sa: è la formula segreta di Google! Però alcuni criteri sono noti.

Attenzione! Tra i criteri non rientra "le informazioni sono vere" e nemmeno "le informazioni sono importanti". Google è uno strumento, e come tale non si arroga il diritto di fare tali valutazioni.

Scorrendo questi criteri (che sono solo alcuni!), ci si può meravigliare di quante cose Google sa dei siti web e anche di noi...

Dominio (il "nome" del sito, come www.supsi.ch)

Il nome di dominio (il "nome del sito") corrisponde alle parole-chiave

Il nome di dominio è registrato pubblicamente (cioè si sa chi è il proprietario del sito)

Il nome di dominio è stato dello stesso proprietario in maniera continuativa per più tempo

Siti con un'estensione nazionale saranno più visibili in quella nazione (In Svizzera .ch)

Pagina

Il titolo della pagina corrisponde alle parole-chiave

La descrizione della pagina (invisibile agli utenti) corrisponde alle parole-chiave

Un documento più lungo è considerato più accurato

Quante volte compaiono le parole chiave, e se appaiono vicine

Velocità di caricamento della pagina

I nomi delle immagini corrispondono alle parole-chiave

Pagine più recenti sono considerate di maggior qualità

Pagine aggiornate più di frequente sono considerate di maggior qualità

La pagina contiene tabelle e liste e paragrafi (cioè il contenuto è strutturato)

I video di YouTube escono sempre piuttosto in alto nella lista (!!)

ATTENZIONE! Google usa algoritmi di intelligenza artificiale per indovinare cosa un utente cerca, in particolare quando non conosce le parole-chiave utilizzate (si chiama RankBrain).

ATTENZIONE! Google usa algoritmi di intelligenza artificiale per identificare pagine con contenuto fittizio (cioè parole scritte a caso come aisduhfangangdahkj) o copiato da altri siti.*

Links

La pagina ha link ad altre pagine di qualità, soprattutto se li ha dentro il testo

La pagina è visibile anche sui dispositivi mobili

Altre pagine del sito puntano alla pagina

Altre pagine di altri siti puntano alla pagina, soprattutto siti che Google ritiene affidabili

Sito web

Il sito è sicuro (https)

Il sito è ben strutturato

Il sito ha pagine di contatto, di termini di servizio e di indicazioni sulla privacy

Il sito appartiene a una marca conosciuta (*brand*)

Il sito non ha pop-up o altre pubblicità invadenti

Utenti

Quanti utenti hanno già cliccato su quel sito tramite una pagina dei risultati di Google.

Quanti utenti hanno visitato il sito direttamente (senza passare da una ricerca)

Quanti utenti hanno visitato il sito più di una volta (su Chrome)

Quanti utenti hanno messo quel sito nei loro preferiti (su Chrome)

Numero di commenti lasciati dagli utenti

Quanto tempo gli utenti stanno su una certa pagina

Il tuo profilo

Siti che hai già visitato e sono nella tua cronologia

Siti che hai già trovato con altre ricerche (quindi che in generale “ti potrebbero interessare”)

Siti geograficamente vicini a te

Siti adatti alla tua età (se hai attivato *Safe Search*)

Siti che hanno profili sui social che anche tu usi