

Google's 200

Ranking Factors

FOR

DUMMIES

I 200 fattori
di ranking di Google
catalogati per paragrafi



BS
BESTSEO
ORGANIC SEO EVOLUTION

I 200 Parametri dell'algoritmo di Google™

Ecco eleganti i 200 parametri che google usa per valutare il ranking di un sito web.

DOMINIO

13 Parametri:

Età del Dominio;

-

Tempo di registrazione del Dominio;

-

Informazioni nascoste del Dominio;

-

Dominio di primo livello (concentrazione geografica, ad esempio .com vs co.uk);

-

Dominio di livello superiore (.com vs .info)

-

sotto domini o (terzo livello) o dominio principale?

-

quante volte ha cambiato IP in passato il dominio?

-

Proprietari del dominio in passato (e quale era lo scopo del sito legato al nome dominio)

Parole chiave nel dominio

-

IP del Dominio

-

Numero di utenti per IP del Dominio

-

Domini esterni citati (non linkati)

-

Targeting impostazioni in Google Webmaster Tools



UBICAZIONE

2 Parametri:

Ubicazione geografica del server;

-

Affidabilità Server / uptime



STRUTTURA

8 Parametri:

-

Struttura URL;

-

Struttura HTML;

Struttura Semantica;

-

Uso di CSS e JS;

-

Accessibilità struttura del sito web (l'uso della navigazione inaccessibili, JavaScript, etc);

-

Uso di Canonical URL;

-

Codice HTML Validato;

Utilizzo dei cookies;

CONTENUTI

14 Parametri:

Contenuti in lingua;

-

Unicità dei contenuti;

-

Quantità dei contenuti (Testo vs HTML);

-

Densità di testo non linkato (Link vs Testo);

-

Densità di puro testo (senza link, immagini, codice, ecc.);

Attualità dei contenuti / tempestività;

-

Contenuti segnalati per la categoria generale

-

Nicchia di mercato dei contenuti;

-

Parole chiave utilizzate;

-

Testo nelle immagini;

-

Contenuti dannosi (contenuti aggiunti da hacker= script malefici);

-

Contenuti sgrammaticati e senza la corretta
punteggiatura;

-

Nuove frasi;



CROSS LINKING INTERNO

5 Parametri:

% di link interni nella pagina;

-

% di link interni con lo stesso anchor text;

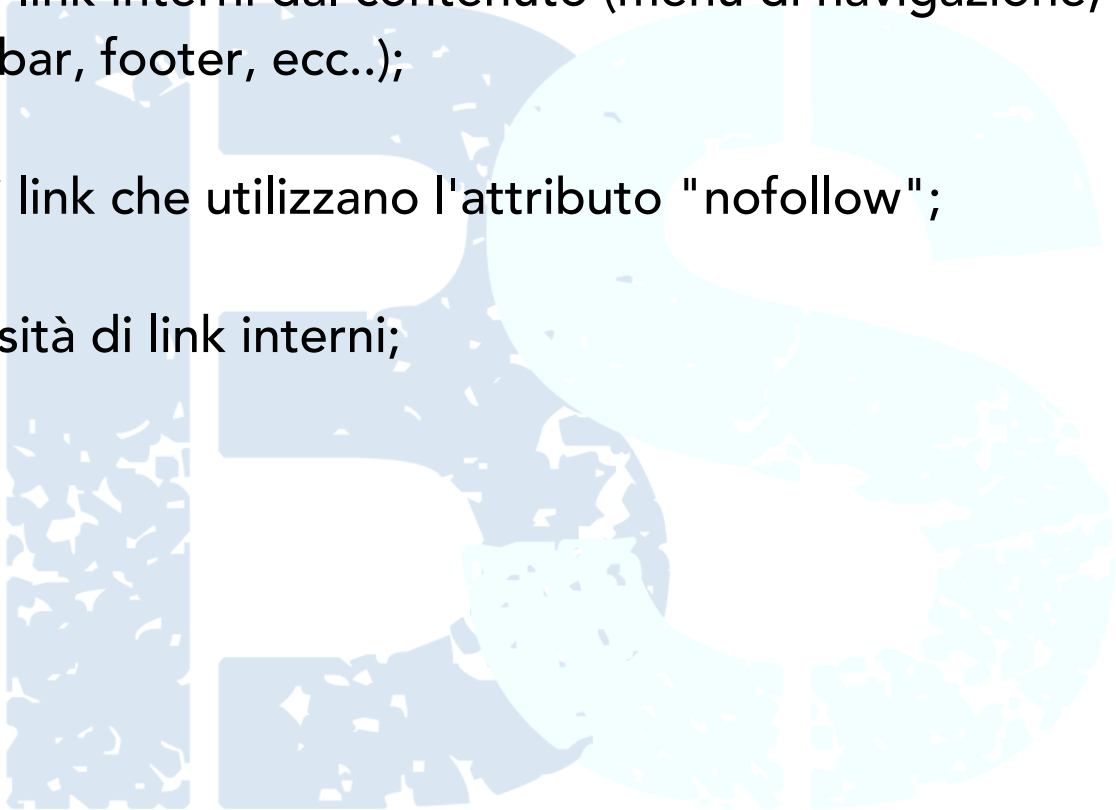
% di link interni dal contenuto (menu di navigazione, sidebar, footer, ecc.);

-

% di link che utilizzano l'attributo "nofollow";

-

Densità di link interni;



FATTORI DEL SITO WEB

7 Parametri:

Contenuto del file Robots.txt;

-

Frequenza di aggiornamento complessiva del sito;

-

Dimensione complessiva del sito (numero di pagine);

-

Età del sito (da quando è stato "scoperto" da Google);

-

Google XML Sitemap;

-

Fiducia e contatti del sito web (se esiste una pagina "Chi Siamo", "Dove Siamo", "Contatti", ecc);

-

Tipologia di sito web (se blog o sito informativo);

FATTORI SPECIFICI DELLE PAGINE

9 Parametri:

Mata Tag Robots;

-

Età della Pagina;

-

"Freschezza" della Pagina e % di modifiche effettuate nella Pagina;

-

Duplicazione dei contenuti delle pagine interne del sito;

-

Livello di lettura dei contenuti;

-

Tempo di caricamento della Pagina

-

Tipo di pagina ("Chi Siamo" vs Home Page);

-

Popolarità della Pagina (numero di link interni verso la quella pagina);

-

Popolarità della Pagina (numero di link esterni verso la quella pagina);

UTILIZZO DELLE PAROLE CHIAVE

13 Parametri:

Parole chiave nel titolo della pagina;

-

Parole chiave all'inizio del titolo della pagina;

-

Parole chiave nel tag "ALT";

-

Parole chiave nell' anchor text dei link interni;

-

Parole chiave nell' anchor text dei link in uscita;

-

Parole chiave in grassetto, corsivo, elenco;

-

Parole chiave all'inizio del corpo del Testo;

-

Parole chiave nel corpo del testo;

-

Sinonimi chiave utilizzati relativi alle chiavi del sito/url;

-

Parole chiave nel nome dei file e pagine;

-

Parole chiave nell'URL (URL "Parlanti": nome dominio, cartelle e pagine);

NO "Randomess Purpose" (parola chiave in dominio, nome file, prima parola del titolo, prima parola della prima riga di descrizione, prima parola dei tag "title", "keyword", "description", ecc..);

Uso (e abuso) di Parole chiave nei commenti del codice

-



LINK

8 Parametri:

Numero di link in uscita (per dominio);

-

Numero di link in uscita (per pagina);

-

Qualità delle pagine del sito linkato;

-

Qualità del sito linkato;

-

Link a siti "cattivi" (che contengono Trojan, ecc.);

-

Link a pagine inesistenti (errore 404);

-

Link di Agenzie SEO per i loro clienti;

-

Link con immagini;

BACKLINK

21 Parametri:

Rilevanza dei siti che linkano;

-

Rilevanza delle pagine che linkano;

-

Qualità dei siti che linkano;

-

Qualità delle pagine che linkano;

-

Backlink all'interno di un network di siti;

-

Diversità di link:

-

diversità dell' anchor Text;

-

diversi IP da siti diversi;

-

diversità geografica;

-

diversa attualità;

-

diversi tipi di link (directory, ecc.);

diversa posizione di link;

-

Link autorevoli (CNN, ecc.);

Assenza di link da siti finiti nelle black list di Google;

-

Link reciproci da siti a tema;

-

Link da Social Media;

-

Backlink Trend (picchi in senso positivo che in negativo di backlink);

-

Citazioni da Wikipedia e Dmoz;

-

Backlink storici (se un sito è stato bloccato per aver venduto link, ecc.);

-

Backlink da siti di Social Bookmarking;

BACKLINK

6 Parametri:

Autorità del TLD (.com vs .gov);

Autorità del dominio che linka;

-

Autorità delle pagine che linkano;

Posizione di un link (footer, navigazione corpo del testo);

-

Anchor Text di un link (ad esempio il tag "ALT" delle immagini);

-

Attributo "title" di un link;

VISITE E COMPORTAMENTO

6 Parametri:

Numero di visite;

-

demografia visitatori;

-

frequenza di rimbalzo;

-

abitudini dei navigatori (quali altri siti tendono a visitare);

-

trend delle visite (picchi o cali);

-

posizione nelle SERP (questo influenza altri motori di ricerca);

PENALIZZAZIONI FILTRI E MANIPOLAZIONI

12 Parametri:

parola di utilizzo / keyword stuffing;

-

Link acquistati;

-

Link in vendita;

-

Spamming record;

-

Cloacking;

-

Testo nascosto;

-

Contenuto uplicato;

-

Storico delle penalizzazioni legate al dominio;

-

Storico delle sanzioni legate al proprietario;

-

Storico delle sanzioni legate ad altri siti del proprietario;

-

Storico degli attacchi da parte di hacker;

-

Redirect 301 verso pagine inesistenti;



ALTRI FATTORI

6 Parametri:

Registrazione del dominio seguendo le linee guida di Google Webmaster Tools;

-

Presenza su Google News;

-

Presenza sul "Google Ricerca Blog";

-

L'uso del dominio in Google AdWords;

-

L'uso del dominio in Google Analytics;

-

Ragione sociale e marchi esterni citati.

Sperando che questa guida vi sia stata utile vi invitiamo a visitare il nostro sito per ricevere nuovi ebook ogni settimana.

Grazie BestSeo.it