

I Fattori di ranking più importanti nel 2019

In questo articolo vedremo quali sono i fattori di ranking che permettono ad un sito web di prendere visibilità su Google

Premessa

Google, esiste grazie alle persone che ogni giorno effettuano delle ricerche tramite il suo motore di ricerca, quindi per rimanere in piedi è per lui necessario offrire un servizio fuori dal comune, come quello ormai siamo abituati ad ottenere da parte sua.

Dico questo perché ti farà ragionare su quanto sia importante per lui tenere i risultati che offre a seguito di una nostra domanda, puliti e performanti. Se così non fosse ogni singolo individuo si allontanerebbe dal fare ricerche su Google in un nano secondo e sono sicuro che anche tu sei assolutamente d'accordo su quanto appena affermato.

Fatto presente questo è facile capire che Google utilizza degli espedienti per fare "pulizia" che spesso vengono tradotti in calcoli complessi e che noi chiamiamo "[algoritmo di Google](#)"

L'algoritmo non fa altro che analizzare le risorse presenti all'interno del suo motore di ricerca valutando metriche, dati e quanto sia possibile valutare attraverso un software.

Tutto ciò che valuta l'algoritmo è possibile catalogarlo come fattore di ranking. Mi spiego meglio: se per comprendere quale sia il valore di una pagina, Google utilizza i link, questi ultimi saranno un fattore di ranking e di conseguenza, più link riuscirai ad ottenere più il tuo sito prenderà visibilità.

Ad oggi si è sempre parlato almeno 200 fattori di ranking ma pian piano le cose si vanno evolvendo sempre di più e quindi quale sia il numero specifico credo non lo sappia nessuno, sappiamo invece che Google utilizza molte metriche per valutare il posizionamento di un dominio o di una pagina web e sappiamo anche che negli ultimi anni ha focalizzato le sue risposte basandosi sull'intento di ricerca grazie a [RankBrain](#) che grazie all'interpretazione dei segnali ricevuti sulle SERP riesce a comprendere quanto sia buono o cattivo un contenuto mostrato all'utente.

Quali sono i fattori di ranking più importanti?

Direi che i principali in assoluto sono 3:

Contenuto

Link

Ricerca vocale

Ovvero la base del web però...

Vediamo adesso quali sono i fattori di ranking che nel tempo hanno dimostrato di ricoprire un ruolo quasi decisivo sul posizionamento di siti e pagine web

Se dovessimo chiedere a Johnmu quali ad oggi sono i migliori fattori o **segnali di ranking** sicuramente lui risponderebbe: LA GRANDIOSITA' e come dargli torto...

Awesomeness.

– □ John □ (@JohnMu) [September 6, 2017](#)

1. Qualità del contenuto

Se hai letto la premessa a questo post, dovresti fare 2+2 ed arrivare subito alla soluzione.

E' particolarmente importante per Google che il contenuto presente all'interno delle sue ricerche, sia veramente ottimo e che quindi soddisfi veramente le aspettative di un utente che ha cliccato su un suo risultato.

Potrebbe mai un'azienda proliferare avendo solo clienti delusi? Ovviamente no ecco perché Google lotta ogni giorno al fine di poter dare la risorsa migliore al momento giusto e nel posto giusto.

Diversi studi di settore hanno dimostrato quanto [un contenuto lungo riesca a posizionarsi meglio](#) rispetto ad un contenuto corto.

Un contenuto di buona qualità, secondo il buon senso dovrebbe essere:

Rilevante per la ricerca fatta

Chiaro e approfondito

Completo in ogni suo aspetto

Utile per la ricerca fatta

<https://marcosalvo.it/>

Unico

In effetti possiamo fare tutti i giri di parole che vogliamo, ma un contenuto, ad oggi, è buono se l'audience a cui è destinato e a cui sarà mostrato risponderà in modo corretto, altrimenti verrà scartato e occhio, perché un contenuto indicizzato e non posizionato nel modo corretto per colpa della sua natura di scarso valore, ti perseguiterà a vita grazie ad altri algoritmi come [Panda](#) e [Fred](#).

2. Sito ottimizzato per dispositivi mobile

Ormai, più che fattore di ranking, credo sia proprio la prassi. Se crei un contenuto e non lo [ottimizzi per il mobile](#) o ancora meglio per tutti i dispositivi che adesso vengono utilizzati, potresti perdere anche tutto il traffico.

Se utilizzi WordPress o altri CMS di largo consumo, nella maggior parte dei casi ti basterà avere un tema con layout responsivo, ovvero che si adatta alle risoluzioni per cui è stato realizzato.

Google ha detto più volte che i risultati all'interno delle sue SERP devono essere ottimizzati anche per il mobile e ne abbiamo prova anche dentro la SearchConsole, dove ama dare consigli e segnalazioni qualora il tuo sito non rispondesse a questi requisiti ed in più ha creato un tool free [Mobile-Friendly Test tool](#) proprio per vedere se il tuo sito ha problemi nella visualizzazione mobile o meno.

E' da aggiungere che le ricerche fatte su mobile hanno, a volte anche un intento differente da quelle fatte su pc. uno [studio sulle ricerche mobile](#) condotto da Google le ricerche da mobile per "prodotti simili" sono aumentate del 60% e vengono fatte da mobile.



↑ 60%

growth in mobile searches for "similar to"
in the past two years.

Think with Google

Fonte: Google Data, USA, gennaio-dicembre 2015 vs. gennaio-dicembre 2017.

Stessa cosa per ricerche di altro tipo come ad esempio: Aiutami a trovare un marchio come quello che voglio...



↑ 60% +

growth in mobile searches for **“brands like”**
and **“stores like”** in the past two years.

Think with Google

Fonte: dati di Google, Stati Uniti, aprile 2015-marzo 2016 e aprile 2017-marzo 2018.

3. BackLink

I link in ingresso sono, da sempre, stati un fattore di ranking determinante per il buon successo di un sito web, questo ha, ovviamente, portato una mole di SPAM all'interno del motore di ricerca non da poco.

Ad oggi, i link, sono uno dei maggiori fattori di ranking ma il calcolo che fa Google per determinare la qualità e la quantità dei link non è più lo stesso, infatti se prima bastava semplicemente fare il calcolo in merito a quanti link un sito o una pagina era in grado di ottenere, ad oggi si devono misurare più fattori per determinare se un link è di qualità o meno.

Ti faccio un esempio

Se un link proviene da un sito che su ogni post ha link in uscita che puntano a siti con topic totalmente differenti gli uni dagli altri e se in aggiunta le ancore utilizzate per linkare questi siti o le pagine all'interno di questi siti, sono manipolativa, ovvero sono keyword secche, con tutta probabilità il link avrà un valore molto ma molto basso e in taluni casi anche valori negativi.

Per far sì che la tua strategia di link building funzioni al meglio, dovresti seguire questi punti:

Crea link di buona qualità provenienti da siti o pagine autorevoli

Crea link o in qualche modo cerca di collegarti a siti dello stesso settore

Crea link interni al tuo sito

Utilizza un testo di ancoraggio naturale e non manipolativo

Raggiungi un numero appropriato di link sia per pagina che per dominio

Fai attenzione ai link non funzionanti

Puoi approfondire questo argomento leggendo il [caso studio sui](#) [pubblicato su Moz](#)

5. Ricerche vocali

"La voce è al tempo stesso un'evoluzione e una rivoluzione per il marketing"

La ricerca vocale sarà il futuro ma è già il presente, ormai molte persone hanno device che permettono la ricerca tramite la voce ed alcuni di questi sono utilizzati dentro le case in spazi comuni.

Posizioni tipiche degli altoparlanti ad attivazione vocale

Stanza di uso comune (ad es. soggiorno, salone e così via)

52%

Camera da letto

25%

Cucina

22%

Secondo Google, il [72% dei possessori di device predisposti alla ricerca vocale](#), dichiara di utilizzarli durante la routine quotidiana e la cosa più bella è che il 42% di loro afferma di avere la sensazione di parlare con un amico o un'altra persona.

Qui non c'è da pensare o da capire c'è solo da accettare che il settore della search sta cambiando in modo spaventoso anche perché è molto più veloce rispetto a quella tradizionale. Potrà esserti utile sapere che Le query di ricerca vocale sono più lunghe delle query di ricerca testuali.

La lunghezza media della query per la ricerca vocale è di 4,2 parole e la lunghezza media della query per la ricerca tradizionale è di 3,2 parole.

[Tony Edward](#), senior SEO manager di Elite SEM, come si apprende da questo [articolo sulla ricerca vocale](#) fornisce questi consigli per posizionarsi sui risultati provenienti da ricerche effettuate con la voce.

Crea contenuti approfonditi che rispondano

<https://marcosalvo.it/>

alle domande più frequenti relative al tuo marchio, ai servizi, ai prodotti, ecc.,
Compresi i contenuti che rispondono a chi, cosa, quando, dove, perché e come.

Sfrutta il markup dei dati strutturati in base al tipo di contenuto.

Lavora per ottenere il tuo marchio nel Knowledge Graph.

Assicurati che il contenuto sia strutturato bene usando intestazioni e elenchi puntati o numerati.

6. Intento di ricerca

Oggi, conoscere l'intento di ricerca degli utenti è ciò che fa la differenza. A dirla così potrebbe apparire incredibilmente difficile trovarlo, eppure abbiamo degli strumenti che dovremmo iniziare ad utilizzare con metodo come analytics.

Attraverso questo incredibile tool possiamo avere un set di dati completo su cui lavorare al fine di migliorare il nostro sito o il nostro shop così da soddisfare ciò che gli utenti realmente cercano.

<https://marcosalvo.it/>

Sicuramente possiamo partire dall'impostare la ricerca sito così da capire i nostri utenti cosa cercano all'interno del nostro sito e utilizzare i dati trovati per correggere il tiro. Se non lo hai ancora attivato, puoi vedere da qui: [come attivare la ricerca sito su analytics](#).

Google, oltre all'egregio lavoro che fa per rispondere alle domande utente con la risposta giusta, adesso offre anche uno snippet (porzione di codice) che permette all'utente di affinare la ricerca durante la navigazione, come in questo esempio.

The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "how to increase organic traffic site". Below the search bar, there are tabs for "Tutti", "Video", "Notizie", "Shopping", "Immagini", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". The search results show approximately 77,200,000 results in 0.67 seconds. The first result is a snippet titled "How to increase organic site traffic" from Articulate Marketing, with a URL: <https://www.articulatemarketing.com/blog/increase-organic-site-traffic>. Below the snippet, there is a section titled "Le persone hanno chiesto anche" (People also ask) which contains five related questions, each with a dropdown arrow:

- How do I increase my organic search results?
- What is organic traffic to a website?
- How can I increase traffic to my 2018 website?
- How do I get traffic to my new website?

At the bottom right of this section is a "Feedback" link.

Conclusione

I fattori di ranking possono variare nel tempo. Alcuni prendono importanza altri la perdono, come è giusto che sia. Solo in questo modo Google può eccellere con il suo servizio di risposta a seguito domanda utente.



Ciao io sono Marco Salvo, ti è piaciuto questo file?

*Se vuoi riceverne di altri
iscriviti alla mia newsletter!*

ti manderò periodicamente altri file “potenti” come questo.

>> ISCRIVITI GRATIS <<
