

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

Indice

- [Penalizzazioni SEO: che cosa sono e perché esistono?](#)
- [Penalizzazioni SEO: quali tipologie esistono?](#)
- [Cosa succede se un sito viene penalizzato?](#)
- [Perché le penalizzazioni SEO sono infide e non fanno dormire sonni tranquilli](#)
- [Contenuti](#)
- [Link](#)
- [Advertising](#)
- [Varie](#)
 - [Come capire se il tuo sito è stato penalizzato? Come correre ai ripari](#)

Lo senti quel brivido lungo la schiena? Sì, oggi parliamo di **penalizzazioni SEO**, il vero incubo di ogni [consulente SEO](#) e dei gestori di siti online. Pensa un attimo a quanto il tuo sito web è importante per la tua attività .

Quanti utenti lo hanno visitato negli ultimi mesi?
Quanti di loro sono poi stati trasformati in clienti?

E quante altre persone, nei prossimi mesi, visiteranno il tuo sito per poi contattarti e richiedere i tuoi prodotti e i tuoi servizi?

Ecco, ora pensa che, d'un colpo, il tuo sito scompaia dalla prima pagina di Google per le tue parole chiavi principali. Ipotizziamo che tu abbia un e-commerce che campa soprattutto sulla ricerca organica, e che quindi negli anni tu abbia lavorato strenuamente sul lato [SEO](#) per conquistare le prime posizioni per delle **keyword molto competitive**, magari anche grazie ad un estenuante lavoro sui [dati strutturati](#).

E se d'un colpo, in barba al lavoro fatto per [indicizzare un sito](#) il tuoi prodotti chiave cadessero dalla prima, dalla seconda, dalla terza posizione su **Google**, per piombare in basso loco, in cinquantesima posizione, ovvero lontanissimo dallo sguardo di ogni visitatori?

Ecco, come approfondiremo meglio tra poco, il risultato delle penalizzazioni [SEO](#) di Google può essere questo. Per alcuni tipi di business può essere un problema non trascurabile, per altri può essere un grosso problema, e per altri ancora può essere una vera e propria tragedia di portata apocalittica.

Per questo motivo, oggi, voglio parlarti delle penalizzazioni [SEO](#), spiegandoti quali sono,

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

quali sono le cause che scatenano la rabbia di Google e come individuarle. In questo modo potrai prevenirle e, nel malaugurato caso, riconoscerle in tempo, così da rimettere tempestivamente in riga il tuo portale anche se non sei un [esperto seo](#). Chiaro?

Bene, partiamo!

Penalizzazioni SEO: che cosa sono e perché esistono?

Negli ultimi anni Google ha lavorato davvero parecchio per **combattere ogni forma di spam** e per garantire ai propri utenti i migliori risultati di ricerca. Le penalizzazioni [SEO](#), infatti, esistono proprio per fare in modo che i gestori dei siti web operino per il bene degli utenti, senza cercare delle scorciatoie barbine per arrivare in cima alle SERP con dei contenuti scadenti o, quanto meno, non eccellenti.

Google, quindi, va a infliggere delle penalizzazioni [SEO](#) nel momento in cui riscontra dei comportamenti anormali su un sito. Tali problemi si possono ritrovare nel traffico, nel codice stesso del sito o nelle tecniche [SEO on page](#) e [off page](#) impiegate.

Solitamente si parla di penalizzazioni [SEO](#) in generale, senza distinguere l'una dall'altra. Oggi, però, voglio andare più nello specifico, e per questo ti voglio dire che esistono due differenti tipi di penalizzazioni [SEO](#).

Penalizzazioni SEO: quali tipologie esistono?

Prima di andare a vedere quali sono i due diversi tipi di penalizzazioni [SEO](#) ai quali il tuo sito potrebbe andare incontro, voglio sottolineare che le penalty di Google non sono gli unici ostacoli in cui puoi incappare. Nossignore: oltre alle penalizzazioni [SEO](#) dovresti temere anche i ban, ovvero l'esclusione totale del tuo portale dal motore di ricerca, nonché i filtri, i quali di fatto cancellano il sito dalle SERP per determinate ricerche.

Fatta questa doverosa precisazione, possiamo andare a vedere nel dettaglio quali sono le

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

due penalizzazioni possibili:

1. **Penalizzazioni manuali:** come suggerisce il nome, dietro a queste penalizzazioni [SEO](#) c'è lo zampino di un umano, ovvero di un operatore di Google - un cosiddetto Quality Rater - che, dopo aver analizzato un sito web, decide che quest'ultimo ha contravvenuto le linee guida in una o più occasioni. Occhio, devi sapere che i quality rater non si limitano a controllare e a soppesare la bontà e la qualità dei tuoi contenuti. No, vanno oltre, andando per esempio a verificare se il sito è effettivamente responsive e se ha una buona reputazione. In ogni caso, qualora il nostro sito ricevesse una penalizzazione di questo tipo, verremmo avvisati tempestivamente via email.
2. **Penalizzazioni automatiche:** qui l'umano non è coinvolto. No, l'artefice, in questo caso, è uno degli algoritmi di Google. In questo caso non si riceve alcuna email, ma il traffico si riduce notevolmente, in tempi piuttosto brevi: insomma, i campanelli d'allarme non mancano comunque (più avanti vedremo anche come fare a capire quale azione ha portato alla penalizzazione). Di fatto, dietro le penalizzazioni [SEO](#) automatiche si nascondono alternativamente, Panda, Penguin e compagnia bella, per l'appunto gli algoritmi che Google ha creato appositamente per controllare la bontà dei siti web da [indicizzare](#). Panda va a verificare l'usabilità e la qualità dei contenuti, mentre il compare Penguin si incafonisce sulla cosiddetta over-optimization.

Contatta Roberto

Vuoi far crescere il tuo progetto? Sei ad un solo click di distanza.

[vai al form](#)

Cosa succede se un sito viene penalizzato?

Ebbene, ogni buon [consulente seo](#) sa che esiste penalizzazione e penalizzazione. In alcuni casi le penalizzazioni SEO colpiscono l'intero sito, mentre in altre situazioni la mannaia di Google potrebbe cadere solo su delle singole pagine. Nei casi più sfortunati, come abbiamo

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

visto, un sito può essere completamente rimosso dal motore di ricerca, **finendo così per scomparire**: uscire da Google, infatti, è l'equivalente di chiudere bottega e togliere pure l'insegna.

Nella maggior parte dei casi, però, il portale penalizzato finisce per non [aumentare le visite al sito](#) **perdendo tra le 10 e le 100 posizioni** per le ricerche di determinate keyword.

Sai cosa significa tutto questo? Beh, tante cose, ma di un fatto puoi essere certo: se ti stai chiedendo [come apparire su google](#) e il tuo sito perde 3 posizioni, e passa per esempio dalla terza alla sesta posizione per una preziosa parola chiave, non devi pensare a delle penalizzazioni SEO.

No, molto probabilmente i tuoi concorrenti hanno lavorato bene con [SEO](#) e [link building](#), guadagnando in termini di autorità, o magari alcuni dei tuoi stessi backlink sono stati svalutati da Google. O forse una sensibile modifica interna agli algoritmi del motore di ricerca ha influenzato il posizionamento.

Quando si parla di poche posizioni, le penalizzazioni SEO non sono le responsabili.

Perché le penalizzazioni SEO sono infide e non fanno dormire sonni tranquilli

Da [consulente web](#) ti anticipo una cosa: quando avrai finito di leggere questo post, avrai appreso tutti gli elementi che possono portare il tuo sito ad essere penalizzato. Vuoi un consiglio spassionato, fin da subito? Memorizza tutto quanto, e stai ben lontano dalle tecniche che possono portarti a delle penalizzazioni SEO. Lo dico perché, in caso contrario, queste ultime agiranno come una spada di Damocle sopra alla tua testa.

Oggi, per esempio, tu potresti fare una determinata azione sul tuo sito web, un'azione magari un po' spinta - una a caso tra quelle che vedremo più avanti - che aiuterà il tuo portale a performare bene per i prossimi 6, 12, 18 mesi. E poi, d'un colpo, quella stessa azione sarà riconosciuta da **Panda** o da **Penguin** o chi per loro come un atto passabile di penalizzazione.

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

Quello che ti porta in alto, dunque, potrebbe poi portarti in bassissimo qualche mese dopo, senza avvisarti. Meglio non rischiare, no?

Eccoci qui: fatte le dovute spiegazioni preliminari, possiamo andare a vedere quelle che sono le cause delle penalizzazioni SEO: come vedrai possono essere davvero tante!

Contenuti

1. Contenuti di bassa qualità. Ecco il piano quotidiano di Panda: lui va a cercare dei contenuti superficiali, che non portano nulla o poco di utile all'utente. Una volta individuati, li penalizza. Semplice, no? I contenuti hanno senso di esistere solo se hanno una funzione per il pubblico e dato che Google legge e vede ciò che gli utenti fanno sul tuo sito (interazioni come click, scrolling, tempo di permanenza etc...) è assolutamente in grado di determinare il loro tasso di coinvolgimento e altre di conseguenza.

2. Keyword stuffing. Restiamo sui contenuti. Con il termine keyword stuffing ci si riferisce alle ripetizioni esagerate delle medesime parole chiave all'interno di un portale. Una volta, MOLTI anni fa, era una tecnica SEO vera e propria. Poi Google si è accorto che in molti tendevano ad esagerare, rendendo i testi fastidiosi e quasi illeggibili per gli utenti. Per questo motivo, oggi, Google conta le keyword presenti, analizza la loro distanza all'interno dei testi e penalizza le pagine che oltrepassano un certo limite, quello della decenza.

3. Testi nascosti. Forse non lo sai, ma una vecchia tecnica SEO - tutt'altro che etica, va detto - consisteva nel nascondere dei testi riportanti delle precise parole chiave, rendendoli cioè visibili ai motori di ricerca, ma non agli utenti. Per farlo, di fatto, è sufficiente impostare il colore del testo uguale a quello dello sfondo, riducendo la dimensione dei caratteri al minimo o sovrapponendo furbescamente un'immagine. Ecco, nel 2018 questo è uno dei metodi più veloci per andare incontro a delle penalizzazioni SEO.

4. Testi duplicati. I buoni contenuti costano tempo ed energia. Google lo sa, e per questo va a penalizzare quei siti che utilizzano in parte o per intero dei contenuti copiati da altri domini. E nemmeno usare qui e là dei sinonimi, in realtà, è sufficiente per passarla liscia.

5. Sovraottimizzazione per una sola keyword. Google capisce quando cerchi di forzare le cose intorno ad una parola chiave. E non parlo del solo keyword stuffing. Vuoi far arrabbiare il motore di ricerca? Bene, allora usa la tua esatta parola chiave nel titolo della pagina, negli heading, in tutti i paragrafi, nelle URL nei tag immagine e nei link interni. Cerca invece di rendere più naturali i tuoi contenuti, usando delle variazioni delle tue parole

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

chiave!

6. Contenuti inutili. A che pro riempire un sito web di pagine, creandone dieci, venti, trenta, se poi alla fine il contenuto di ognuna di loro è brevissimo ed il significato è superficiale e trito e ritrito? Non rischiare di far capire a Google che stai creando dei contenuti solo e unicamente per posizionare una parola chiave! Il coinvolgimento dell'utente è sempre alla base di tutto.

7. Troppi errori grammaticali. Credici o no, ma Google tiene parecchio alla grammatica e alla scorrevolezza di un testo, ed è pronto a penalizzare concretamente le pagine che contengono dei testi che, a causa dei loro errori ripetuti, risultano difficilmente leggibili.

Link

8. Ancore dei link troppo ottimizzate. Quando si fa [link building](#) si cammina sui gusci delle uova: un passo falso, una disattenzione, e si fa una frittata. Infastidito da tutti quei SEO che, per spingere il proprio sito web, fabbricavano ad hoc migliaia di pagine che avevano la sola funzione di creare dei backlink, Google ha iniziato ad analizzare ben bene questi link. Tra le cose che va a controllare c'è l'ancora, ovvero il testo cliccabile che conduce al sito di atterraggio: se Google trova troppe ancore che hanno un match esatto o molto simile con la keyword che il sito di arrivo sta cercando di ottimizzare, inizia a insospettirsi. Nessuno sa quale sia la percentuale da non oltrepassare nelle strategie di [link building](#), ma per andare sul sicuro ed evitare penalizzazioni SEO si tende a non oltrepassare il 20% delle ancore ottimizzate avendo cura di distribuire i link, per quanto possibile, sul maggior numero di pagine possibili..

9. Troppi link da siti di scarsa qualità. Certo, tutti i siti contano tra i propri backlink dei collegamenti provenienti da dei siti di bassa qualità. Non si può certo impedire a dei sitarelli appena nati o mal gestiti di puntare alle nostre pagine, no? Ma il fatto di avere troppi backlink di questo tipo può voler dire che anche il sito di atterraggio - in questo caso il nostro - ha una qualità scarsa. Cosa significa tutto questo? Che non devi agitare i sei hai alcuni link da sitarelli di dubbia qualità, ma devi invece prendere provvedimenti seri nei casi in cui questi link raggiungono il 70% o il 75% del totale. (Ecco, ora potresti domandarti come puoi capire quali siti hanno una qualità bassa: ti consiglio di andare a controllare la qualità dei vari domini su Ahref).

10. Troppi link, troppo in fretta. Anche dei link perfettamente naturali e legittimi, se acquisti troppo in fretta, POTREBBERO far torcere il naso a Google, che di conseguenza

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

potrebbe procedere con delle penalizzazioni SEO.

11. Troppi link provenienti da fonti non rilevanti. Occhio, qui non si parla di qualità, quanto invece di rilevanza. Perché il tuo sito web che si occupa di attrezzature per il fitness riceve parecchi link da portali che si occupano di Bitcoin, di SEO e di ortaggi? Perché mai questi siti eterogenei dovrebbero voler puntare al tuo portale, che tratta argomenti di tutt'altro stampo? Se il tuo portale si occupa di viaggi e la maggior parte di backlink proviene da siti web che parlano di tutt'altro, beh, potresti incorrere in penalizzazioni SEO. Anche in questo caso, nessuno conosce qual è la soglia oltre la quale Google si può arrabbiare: si tende, in ogni caso, ad avere almeno 1 o 2 link su 4 rilevanti, e quindi coerenti con il topic affrontato.

12. I link acquistati al chilo. Hai presente quei servizi che ti promettono qualche migliaio di backlink per qualche manciata di euro? Beh, stanne decisamente alla larga. Quei link, infatti, potrebbero rovinare del tutto il tuo lavoro. Non appena Google penserà che tu hai pagato qualcuno per linkare il tuo sito, infatti, partiranno delle sonore penalizzazioni SEO.

13. Scambi troppo importanti di link. È del tutto normale linkare un sito e, dopo poco tempo, ricevere un backlink dal medesimo portale. Io potrei per esempio linkare il sito di un mio collega che ha scritto qualcosa di estremamente interessante e lui, dopo poco tempo, potrebbe ricambiare linkando questo contenuto. Fin qui, dunque, nulla di strano. Il problema è che in certi casi questi 'scambi' si fanno fin troppo massicci, mostrandosi come dei veri e propri baratti di link agli occhi di Google.

14. Link da siti in lingue improbabili. Questa, di fatto, può rientrare nei 'link acquistati al chilo' ma la riporto a parte perché, quanto a stupidità, merita senz'altro d'esser citata da sola. Succede talvolta che Google s'accorga che un sito web in italiano raccoglie migliaia di link dalla Cina, e quindi da siti in lingua cinese. Altre volte potranno esser siti russi (sempre di abssa qualità) che puntano un sito in lingua inglese, e via dicendo. Sai cosa succederà? Beh, Google capirà il trucchetto, e penalizzerà il sito web ovunque - fuorché, rispettivamente, in Cina e in Russia. Ma a che pro avere un sito italiano ben ottimizzato solamente in Oriente?

15. Assenza di link che puntano verso l'esterno. I siti che non linkano a nulla verso l'esterno non contribuiscono a rendere più facile la navigazione per gli utenti. E non fanno di certo meglio i siti che si limitano a inserire solamente dei link no-follow.

Advertising

16. Troppi ads. Non c'è un limite assoluto per quanto riguarda gli ads che possono essere presenti in una pagina, ma di certo una pagina con pochissimi contenuti non potrà contenerne più di uno. Una pagina ricca, con un testo molto lungo e con molte risorse utili per l'utente, invece, potrà osare qualcosina in più

17. La posizione degli ads. Usa il buon senso, guarda alle tue pagine attraverso gli occhi dei tuoi utenti. Ti sembra davvero il caso di posizionare degli ads in alto e al centro, così da costringere i tuoi utenti a dover scrollare verso il basso prima di vedere il vero contenuto della pagina - ovvero, di fatto, quello che stanno cercando?

Varie

18. Non sviare o ingannare gli utenti. Per attirare traffico su una determinata pagina, si potrebbe pensare di ridirigere automaticamente i visitatori su una pagina differente rispetto a quella che hanno cliccato. Devo davvero dirti che è un comportamento scorretto e quindi passibile di penalizzazione?

19. Alto tasso di rimbalzo. Google desidera fornire ai suoi utenti i migliori contenuti e, per capire quali pagine sono da premiare e quali no, si affida anche all'opinione - o meglio, al comportamento concreto - degli utenti. Se le tue pagine hanno un tasso di rimbalzo troppo alto - ovvero se la maggior parte degli utenti lascia il tuo sito dopo appena pochi secondi, senza visitare più di una pagina - il motore di ricerca non può che desumere che il tuo sito non soddisfa l'intento di ricerca dei naviganti.

20. Malware e violazioni. Nel vedere un sito violato da hacker o colpito da malware, Google non tarda ad etichettare quel portale come potenzialmente pericoloso per i clienti, retrocedendolo nelle SERP.

Come capire se il tuo sito è stato penalizzato? Come correre ai ripari

Come anticipato, le penalizzazioni automatiche compiute da Penguin, Panda & Co. non comportano alcun avviso via posta elettronica. Questo significa che, se non si tiene sotto controllo il traffico del proprio sito web e il relativo piazzamento su Google,

Penalizzazioni SEO: ecco le 20 cause più comuni per le quali Google può retrocedere il tuo sito

si potrebbe finire per ricevere delle penalizzazioni senza accorgersene, perdendo così parecchi soldi.

Per nostra fortuna, ci sono dei **tool online** che non solo individuano quelle che sono le penalizzazioni SEO attive, ma che ci possono anche aiutare ad uscire dai pasticci.

Eccone alcuni:

- **Google Webmaster Tools:** vuoi scoprire come il più grande motore di ricerca del mondo vede il tuo sito web? Con questo strumento puoi. Imprescindibile.
- **Screaming Frog Web Crawler:** vuoi sapere quale tua azione ha fatto adirare Google? Questo tool scansiona il tuo sito e trova gli errori che hai compiuto.
- **Ahref:** ecco quello che ti serve per un'analisi in profondità dei tuoi link in ingresso, così da sapere se questi possono portare a delle penalizzazioni SEO. E ti aiuta anche a monitorare le anchor text!
- **Majestic SEO:** un altro valido strumento per l'analisi dei backlink

Bene, ora sai come evitare in modo scaltro e intelligente le penalizzazioni SEO di Google: torna sul tuo sito web, e cerca eventuali pasticci con gli strumenti che ti ho suggerito!