

KARY RĘCZNE I ALGORYTMICZNE – JAK WYJŚĆ Z FILTRA I USTRZEC SIĘ BANA?

Tekst: Marcin Golis

TEMAT KAR I FILTRÓW ALGORYTMICZNYCH GOOGLE CAŁY CZAS JEST AKTUALNY I INTERESUJĄCY. DLATEGO TEŻ W TYM ARTYKULE POSTARAM SIĘ PRZYBLIŻYĆ TO ZAGADNIENIE ORAZ PRZEDSTAWIĆ PORADY, DZIĘKI KTÓRYM WASZE WITRYNY NIE BĘDĄ ZAGROŻONE KONSEKWENCJAMI ZE STRONY GOOGLE.

Jakie konsekwencje może wyciągnąć Google?

Zacznijmy od najbardziej dotkliwego dla strony działania, czyli bana. Oznacza on całkowite usunięcie danej strony z wyników wyszukiwania, a otrzymać można go za rażące naruszenie wskazówek Google dla Webmasterów. Wśród tych naruszeń są np.:

- Maskowanie, czyli przedstawianie innej zawartości strony wyszukiwarce, a innej użytkownikom – np. wyszukiwarka widzi kod HTML prezentujący bajki Disneya, a internauta otrzymuje prezentowane za pomocą Flasha treści pornograficzne.
- Niejawne przekierowania, czyli sytuacje, w których strona rozpoznaje, kto ją odwiedza – robot czy użytkownik. Podobnie jak w przypadku maskowania, robotowi prezentowana jest inna treść niż użytkownikowi, który zostaje automatycznie przekierowany na inną stronę.
- Złośliwe oprogramowanie na stronie – np. jeżeli strona łączy do pobieranych z niej plików złośliwe oprogramowanie wpływające na komputer użytkownika.

Co warto zauważyć, banowanie przez Google nie jest szczególnie częstą praktyką – trzeba się naprawdę postarać, by zasłużyć na całkowite i bezpowrotne wykluczenie z wyszukiwarki.

Zdecydowanie częściej Google decyduje się na zastosowanie wobec strony ręcznych działań. Kary ręczne są nakładane przez Search Quality Team, czyli zespół pracowników Google, którzy ręcznie weryfikują jakość wyników wyszukiwania. Karę ręczną można otrzymać za:

- **Spam w witrynie:**
 - Czysty spam – np. generowane automatycznie treści.
 - Spam tworzony przez użytkowników – mogą to być komentarze na niemoderowanych forach i blogach.
 - Korzystanie ze spammerskich serwerów – najczęściej są to darmowe serwery, na których masowo stawiane są spammerskie strony.
 - Nadużywanie znaczników to po prostu nadmierne stosowanie tagów HTML w celu manipulacji pozycjami strony w wynikach wyszukiwania.
 - Maskowanie/przekierowania.

- **Naruszenie zasad bezpieczeństwa**
 - Dopuszczenie do zainfekowania/zhakowania witryny.
- **Naruszenie zasad dotyczących treści:**
 - mało treści,
 - ukrywanie tekstu/keyword stuffing (upychanie słów kluczowych),
 - fałszywe grafiki.
- **Nienaturalne linki wychodzące bądź przychodzące – są to zazwyczaj pozyskiwane automatycznie (lub w masowy sposób) linki prowadzące do strony lub takie strony, na których umieszczona jest ogromna liczba odnośników do innych stron.**

Najczęstszy powód nakładania na stronę kar ręcznych stanowi nienaturalny profil linków przychodzących do strony. Jak już wcześniej wspomniano, nienaturalny profil linków występuje wtedy, gdy do strony prowadzi ogromna liczba pozyskanych w automatyczny bądź półautomatyczny sposób linków.

Banowanie przez Google nie jest szczególnie częstą praktyką. (...) Zdecydowanie częściej Google decyduje się na zastosowanie wobec strony ręcznych działań. Kary ręczne są nakładane przez Search Quality Team, czyli zespół pracowników Google, którzy ręcznie weryfikują jakość wyników wyszukiwania.

Dodatkowo Google systematycznie wypuszcza kolejne aktualizacje algorytmów o nazwie Panda i Pingwin. Pingwin odpowiada za eliminację stron, które starają się manipulować wynikami wyszukiwania za pomocą nienaturalnych linków (np. tych, które korzystają z Systemów Wymiany Linków), natomiast Panda weryfikuje strony pod kątem treści i obniża ranking tych, których treść ma bardzo niską jakość bądź jest zduplikowana, czyli skopiowana z innych stron.

Więcej o przyczynach nakładania na stronę kar i filtrów można przeczytać we Wskazówkach Google dla Webmasterów.

Czy moja strona została ukarana przez Google?

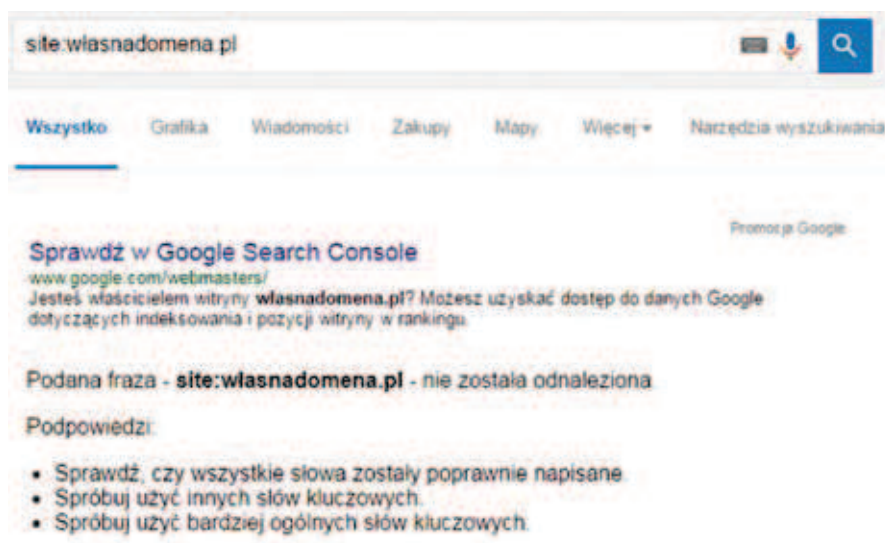
Rozpoznanie sytuacji, w której strona została ukarana przez Google, jest dość proste, ponieważ od razu zauważymy znaczny spadek (albo całkowitą utratę) ruchu organicznego do strony. W przypadku kary ręcznej zostaniemy dodatkowo poinformowani o niej poprzez Google Search Console (Ruch związany z wyszukiwaniem => ręczne działania). Co ważne, komunikat o ręcznych działaniach w witrynie będzie zawierał również ich powód oraz ogólne wskazówki pomagające w rozwiązaniu problemu.

Oto metody rozpoznania poszczególnych działań Google:

Ban:

Brak domeny w indeksie po zastosowaniu zapytania z operatorem site: może oznaczać, że domena otrzymała bana od Google. Nie musi tak jednak być, ponieważ strona mogła zniknąć z indeksu z innych powodów – wystarczy, że ostatnio na stronie były wprowadzane zmiany i w sekcji HEAD strony (lub w pliku robots.txt) znalazła się dyrektywa Noindex wskazująca robotowi, że ma nie indeksować danej strony. Dlatego też, gdy zobaczymy, że strona zniknęła z indeksu, wiemy, że nasze działania nie powinny skutkować banem, dlatego najpierw dokładnie sprawdzimy kod strony i inne możliwości, które mogły spowodować brak strony w indeksie.

Rysunek 1. Zastosowanie komendy site – weryfikacja obecności strony w Google



Rysunek 2. Google Search Console – brak ręcznych działań w witrynie



Rysunek 3. Wykres ruchu na stronie dotkniętej filtrem



Kara ręczna:

Tę rozpoznamy najłatwiej, ponieważ zostaniemy o niej poinformowani za pomocą Google Search Console.

Filtr:

Google zazwyczaj informuje o tym, że wprowadza aktualizację algorytmu. Dlatego też, jeżeli ruch organiczny na



SŁOWNICZEK

Ban – całkowite wykluczenie strony z wyników wyszukiwania.

Kara ręczna – kara nakładana na stronę przez Search Quality Team – zespół dbający o jakość organicznych wyników wyszukiwania.

Pingwin – algorytm Google eliminujący strony o nienaturalnym profilu linków.

Panda – algorytm oceniający jakość treści na stronach internetowych.

Disavow Tool – narzędzie służące do zrzekania się niechcianych linków.

stronie spadł, to warto sprawdzić oficjalne profile Google w mediach społecznościowych oraz branżowe fora internetowe – dzięki temu łatwiej zweryfikujemy, czy witryna stała się ofiarą filtra.

Jak radzić sobie z filtrami i karami?

Lepiej zapobiegać, niż leczyć i dbać o to, żeby nasza strona była zgodna ze wskazówkami Google. Jeżeli jednak wpadniemy już w tarapaty (bądź kupimy domenę ze złą historią – należy pamiętać, że kary i filtry trzymają się domeny niezależnie od zmiany właściciela), to trzeba podjąć szybkie i zdecydowane kroki.

Zasadniczo rzecz ujmując, poradzenie sobie z karą ręczną lub filtrem jest łatwe, ponieważ wystarczy doprowadzić stronę do stanu zgodnego z wytycznymi Google dla Webmasterów. Niestety, w wielu przypadkach jest to bardzo czasochłonne, ponieważ analiza kilkudziesięciu tysięcy odnośników do strony i usunięcie części z nich może zająć nawet kilka tygodni.

Ponieważ kary/filtry za nienaturalny profil linków do strony są najczęściej spotykane, poniżej prezentujemy schemat postępowania w przypadku otrzymania komunikatu o nienaturalnym profilu linków lub zafiltrowania strony przez algorytm Pingwin:

1. W pierwszym kroku należy pobrać maksymalnie dużą liczbę odnośników prowadzących do strony – warto skorzystać tutaj z co najmniej kilku źródeł: Google Search Console, MajesticSEO i Ahrefs.
2. W kolejnym kroku należy przeprowadzić analizę zebranych odnośników – w przypadku mniejszych stron (do kilkuset linków) można zrobić to w pełni ręcznie, natomiast w przypadku stron mających po kilka lub kilkadziesiąt tysięcy linków zwrotnych trzeba na tym etapie analizy wspomóc

się zewnętrznymi narzędziami, które pomogą nam w ocenie jakości linków. Oczywiście narzędzie nie jest w stanie zastąpić człowieka, dlatego też w oparciu o automatyczną analizę należy ręcznie zweryfikować listę toksycznych linków.

3. W dalszej kolejności trzeba podzielić linki na te, które da się fizycznie usunąć, oraz na te, które będzie trzeba zgłosić do Disavow Tool. Zasadniczo im więcej linków usuniemy fizycznie, tym lepiej. Należy jednak brać pod uwagę w tym miejscu czasochłonność procesu – nie ma sensu walczyć o usunięcie pojedynczego odnośnika przez kilka tygodni, ponieważ efekt będzie niewspółmierny w porównaniu do włożonego wysiłku.
4. Linki, których nie udało się fizycznie usunąć, należy zgłosić do narzędzia Disavow Tool, służącego do zrzekania się linków, których nie możemy usunąć samodzielnie. Jeżeli z jednej domeny do naszej strony prowadzi bardzo dużo linków, w takim pliku najlepiej zgłosić całą domenę. Jeżeli natomiast sprawa dotyczy pojedynczego linka, zgłaszamy sam link.
5. Jeżeli stronę dotknął filtr, zgłoszenie pliku DT jest ostatnim krokiem w walce z nim. Natomiast jeżeli otrzymaliśmy karę ręczną, należy jeszcze przygotować

tw. RR-kę, czyli *Reconsideration Request* – to prośba o wycofanie działań ręcznych podjętych w stosunku do witryny. W wiadomości takiej trzeba jak najobszerniej opisać wszelkie działania podjęte w celu dostosowania strony do wytycznych Google (w tym wypadku trud włożony w usunięcie spamowych odnośników).

Podczas pracy nad wyciągnięciem strony z filtra/wycofaniem działań ręcznych warto również postarać się o pozyskanie naturalnych i wartościowych odnośników do naszej strony, np. poprzez stworzenie ciekawego artykułu, zachęcającego do dzielenia się nim przez czytelników.

Jeżeli strona wpadła w objęcia Pandy, należy solidnie popracować nad jej zawartością – jeżeli w obrębie witryny znajduje się dużo bezwartościowych treści bądź są one skopiowane z innego miejsca, należy przygotować nowe, w pełni unikatowe i dopracowane teksty na stronę. Dzięki temu Panda życzliwie spojrzy na naszą stronę i wypuści ją ze swoich objęć.

Jak ustrzec się kary lub filtra?

Odpowiedź na to pytanie jest bardzo prosta – należy po prostu przestrzegać wskazówek Google dla Webmasterów i nie starać się oszukiwać wyszukiwarki oraz internautów. Właściwa praca nad stroną (optymalizacja, wypełnienie jej dobrym i wartościowym contentem, stałe dbanie o jej jakość, również techniczną i backednową) pozwoli zaistnieć stronie na wysokich pozycjach w wynikach organicznych i uchroni ją przed karą ze strony Google. ▀

Marcin Golis – SEO specialist w Bluerank



Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego. Z branżą internetową związany od 2011 r. Obecnie w Bluerank realizuje kampanie SEO dla klientów z branży finansowej, medycznej i zoologicznej. Prywatnie hodowca kotów norweskich leśnych, fan włoskiej motoryzacji, miłośnik modernistycznej i brutalistycznej architektury. Jego motto życiowe to *Don't try*.



NAPISZ DO AUTORA:

m.golis@bluerank.pl