

# MAGAZYN ONLINE MARKETING<sup>1</sup>

POLSKA

Sprawdzone narzędzia i skuteczne rozwiązania

SIERPIEŃ-WRZESIEŃ 2014  
Nr 4(17)/2014



Magazyn dostępny w prenumeracie  
[www.facebook.com/OnlineMarketingPolska](http://www.facebook.com/OnlineMarketingPolska)  
[www.o-m.pl](http://www.o-m.pl)



**Nowy Kongres  
Online Marketing**  
20 listopada 2014 r.  
2014/2015  
dama edycja

TEMAT NUMERU:

## JAK ZNALEŹĆ SIĘ NA SZCZYCIE GOOGLE?

Ujawniamy sekrety skutecznego pozycjonowania

### SPRZEDAŻ W SIECI

JAK SKUTECZNIE ZBIERAĆ  
WARTOŚCIOWE LEADY  
SPRZEDAŻOWE  
Z INTERNETU

### E-COMMERCE

10 POMYSŁÓW NA LEPSZĄ  
KONWERSJĘ ZE SKLEPU  
INTERNETOWEGO

### UŻYTECZNOŚĆ

JAK POPRAWIĆ  
UŻYTECZNOŚĆ STRONY  
WWW W 5 KROKACH

współpracujemy z:

**iab**  
polska

# AKTUALIZACJE GOOGLE. PANDA, PINGWIN, KOLIBER I GOŁĄB – JAK PROWADZIĆ STRONY W TRAKCIE CIĄGŁYCH ZMIAN ALGORYTMU?

**Tekst:** dr Artur Strzelecki

WYSZUKIWARKA GOOGLE JEST TAK POWSZECHNA, ŻE NAWET NIE ZASTANAWIAMY SIĘ NAD TYM, CZY ISTNIEJĄ INNE I JAK DZIAŁAJĄ. WŁAŚCICIEL STRONY INTERNETOWEJ WIE, ŻE JEGO STRONA BĘDZIE MOĞŁA ZOSTAĆ ZNALEZIONA TYLKO I WYŁĄCZNIE PRZEZ OSOBY KORZYSTAJĄCE Z GOOGLE. GOOGLE TAK PRZYGOTOWUJE WYNIKI WYSZUKIWANIA, ABY NA LIŚCIE NAJLEPSZYCH REZULTATÓW ZNALAZŁY SIĘ TE STRONY, KTÓRE GOOGLE UZNA ZA WARTOŚCIOWE I SĄ DOKŁADNĄ ODPOWIEDZĄ NA TO, CZEGO SZUKAŁ UŻYTKOWNIK.

Google przez lata udoskonala swój mechanizm wyszukiwania, wprowadzając do niego poprawki o większej lub mniejszej skali. Przez okres kilku lat lista poprawek wprowadzanych każdego miesiąca była publikowana na ich oficjalnym blogu. Google wprowadzał ponad kilkadziesiąt zmian w każdym miesiącu. Jednak po czasie się z tego wycofał i jedyne co docierało do opinii publicznej, to informacje o większych aktualizacjach publikowane przez pracowników Google w mediach społecznościowych.

## Aktualizacja Panda

Panda jest pierwszą z aktualizacji, której nazwa pochodzi ze świata zwierząt. Jednak mało kto wie, że swoją nazwę otrzymała od nazwiska twórcy tej aktualizacji, który nazywa się Navneet Panda i jest inżynierem pracującym w Google. Pierwszy algorytm Google nazwany PageRank również wziął się od nazwiska jednego z założycieli Google, Larry'ego Page.

Aktualizacja Panda została wprowadzona, aby lepiej klasyfikować treści publikowane na stronach internetowych. Panda ocenia treści tak, jakby miał je ocenić czytelnik. Wcielając się w rolę takiego czytelnika, Panda ocenia stronę mniej więcej tak, jak by on to zrobił i można tu stosować pytania pomocnicze. Do tych pytań należą m.in.:

1. Czy ufasz informacjom z tej witryny?
2. Czy tę witrynę prowadzą eksperci?
3. Czy powierzylibyś tej witrynie dane karty kredytowej?
4. Czy podstrony tej witryny zawierają oczywiste błędy?
5. Czy witryna dostarcza unikalnych treści/informacji?
6. Czy uważasz tę witrynę za pewne źródło, na które można się powoływać?
7. Czy witryna zawiera pogłębione analizy?
8. Czy dodałbyś podstrony tej witryny do zakładek?
9. Czy na witrynie są inwazyjne reklamy?
10. Czy treści tej witryny mogłyby zostać wydane drukiem?

Jeśli prowadzisz stronę internetową i na wszystkie pytania odpowiesz pozytywnie, to nie musisz się martwić Pandą.

Aktualizacja Panda została opatentowana i można więcej się o niej dowiedzieć, przeglądając dokumentację patentu nr 8 682 892 zgłoszonego 28 września 2012 r., a przyznanego 25 marca 2014 r. w Stanach Zjednoczonych. Zgodnie z informacjami tam zamieszczonymi, Panda oprócz treści bierze również pod uwagę linki przychodzące do strony oraz zapytania brandowe kierowane do wyszukiwarki. Na podstawie tych dwóch czynników ustala wskaźnik dla całej domeny. Jeżeli przy wprowadzeniu zapytania do wyszukiwarki

wskaźnik okaże się zbyt niski, strona również zostanie nisko oceniona.

## Aktualizacja Pingwin

Pingwin jest aktualizacją, która wprowadza lepsze zdolności Google do odróżniania praktyk klasyfikowanych przez Google jako spam. Do tych praktyk głównie należą:

- upychanie słów kluczowych,
- niewidoczny tekst,
- tekst pisany bardzo małą czcionką,
- ukryte przekierowanie stron,
- manipulowanie linkami przychodzącymi.

Powszechnie aktualizacja Pingwin jest kojarzona z zaostrzoną oceną linków przychodzących do strony, jednak obejmuje ona również wyżej wymienione czynniki.

Pingwin odróżnia, czy do strony internetowej prowadzi wiele linków, które mają identyczną treść, co może oznaczać, że powstały w sposób zautomatyzowany. Jest również czuły na powstanie nagle dużej liczby linków do jednej strony oraz linków, które pochodzą z miejsc o wspólnej charakterystyce. Takie miejsca to ten sam skrypt katalogu stron internetowych lub linki pochodzące tylko z blogów, które również mają wiele cech wspólnych lub jednego właściciela.

Jeśli powyższe czynniki przeważają na stronie internetowej, to może jej pozycja zostać obniżona w rankingu Google. Pingwin

Tabela 1.

## Podstawowe informacje o aktualizacjach Google

Aktualizacja	Google Panda	Google Pingwin	Google Koliber	Google Gołąb
Data uruchomienia	Świat – luty 2011 Polska – sierpień 2011	Świat – kwiecień 2012	Świat – wrzesień 2013	USA – 24 lipca 2014
Obszar działania	Treści	Linki	Kontekst wyszukiwania	Wyszukiwanie lokalne
Liczba aktualizacji	27	5	1	1
Ostatnia wersja	Panda 4.0 z dnia 24 maja 2014	Pingwin 2.1 z dnia 5 października 2013	Nadal aktualna	Obecna w USA

jest aktualizacją algorytmiczną, zatem właściciel strony nie otrzyma od Google informacji o podjęciu działań wobec jego strony.

Może się zdarzyć, że właściciel strony korzystający z Narzędzi dla Webmasterów Google otrzyma powiadomienie o tym, że jego strona łamie którąś ze wskazówek ustanowionych przez Google, jednak nie jest to spowodowane działaniem aktualizacji Pingwin. Google obecnie podejmuje działania ręczne wobec stron internetowych, które nadużyją jednej z poniżej przedstawionych 10 technik spamu. Działanie ręczne polega na obniżeniu pozycji w Google lub nawet całkowitym usunięciu strony z wyników wyszukiwania. Na liście spammerskich technik, wobec których podejmowane są działania ręczne, znajdują się:

1. Nienaturalne linki do Twojej witryny – dotyczy linków.
2. Nienaturalne linki do Twojej witryny.
3. Nienaturalne linki z Twojej witryny.
4. Witryna zaatakowana przez hakerów.
5. Mało treści o niewielkiej lub żadnej wartości.
6. Czysty spam.
7. Spam tworzony przez użytkowników.
8. Maskowanie i/lub podstępne przekierowania.
9. Ukryty tekst lub upychanie słów kluczowych.
10. Spammerskie darmowe hosty.

Wyżej wymienione techniki zostaną wykryte, gdy zostanie przekroczona masa krytyczna. Uruchomi się wtedy mechanizm wykrywania i strona zostanie skierowana do ręcznej oceny. Zanim ta masa krytyczna nie zostanie osiągnięta, to niestety każda z wyżej przytoczonych technik będzie działać.

Jeśli zdecydujesz się na pozyskiwanie linków do strony, ale chcesz, by było to zgodne

z aktualizacją Pingwin, to linki muszą pochodzić ze zróżnicowanych miejsc. Zapomnij o katalogach stron, do których mogą dodać się wszyscy. Bądź ostrożny przy zostawianiu linków na forach internetowych, rób to tylko tam, gdzie taki link przyniesie wartość dla czytelników tego forum. Napisz prośby o zrecenzowanie Twoich usług i produktów do branżowych blogów i portali. Nie wszyscy od razu na to odpowiedzą, ale znajdziesz kilka osób, które mogą taką recenzję opatrzyć linkiem.

## Aktualizacja Koliber i Gołąb

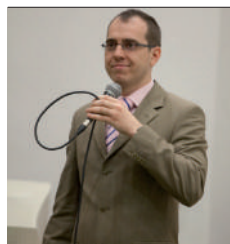
Koliber odpowiada za kontekst wyszukiwania i jego działanie dostrzegamy w momencie, gdy możemy skorzystać z rezultatów Google, nie przechodząc bezpośrednio do wyników wyszukiwania. Odpowiedzi mogą być zaprezentowane w opisach stron lub dodatkowych oknach z odpowiedziami. Wprowadzenie Kolibra niczego właściwie nie zmieniło. Jeśli masz oryginalną, wysokiej jakości treść na stronie i masz dobre linki, które pochodzą z wartościowych stron, to twoja strona nadal będzie się miała dobrze w wynikach wyszukiwania. W takim wypadku, Koliber powinien wzmocnić twoją stronę, tak samo jak takie strony wzmocnia Panda czy Pingwin.

Gołąb jest ostatnią aktualizacją, która otrzymała własną nazwę. Gołąb ma jeszcze lepiej pokazywać w wynikach wyszukiwania rezultaty związane z lokalnymi wynikami wyszukiwania.

Właściwe decyzje w zakresie SEO pomoże nam zrozumieć postawienie się na miejscu Google. Google chce dostarczać jak najlepszej treści swoim użytkownikom. Chce pokazać dokładnie to, czego szuka użytkownik, dlatego próbuje odgadnąć kontekst. Gdy sam korzystasz z Google, wiesz jak to działa najlepiej. Gdy natrafisz na wynik wyszukiwania, który Cię nie interesuje, ba, nie chcesz go nawet klikać, Google stara się to odkryć po to, aby następnym razem poprawić odczucie korzystania z wyszukiwarki. W tym celu zatrudniają dziesiątki tysięcy inżynierów i naukowców, których zadaniem jest dbać o nasze odczucia przy korzystaniu z Google.

Pamiętaj, dobre treści zawsze się obronią i przyciągną lepsze linki niż gdyby je tworzył samemu. Gdy zawartość strony ma oryginalną i wartościową treść, to czytelnik odczuje, że warto było się z nią zapoznać. Takie zmiany spowodują wzrost odwiedzin i innego typu aktywności na Twojej witrynie. ▶

## dr Artur Strzelecki – Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach



Dr Artur Strzelecki jest międzynarodowym ekspertem w zakresie marketingu w wyszukiwarkach. Upowszechnia wiedzę o marketingu w wyszukiwarkach internetowych, a w wolnych chwilach doradza dużym i małym klientom, jak prowadzić strony internetowe. Jest twórcą Silesia SEM oraz Festiwalu SEO.



## NAPISZ DO AUTORA:

artur.strzelecki@ue.katowice.pl

# ➤ Nowy Kongres Online Marketing

2014/2015 ósma edycja

20 listopada 2014 r.

[www.kongres-online.pl](http://www.kongres-online.pl)

Wystąpią dla Państwa m.in.:



JAROSŁAW  
KUŹNIAR



MARCIN  
MAJ



PAWEŁ  
TKACZYK

MAGAZYN **ONLINE**  
MARKETING<sup>1</sup>  
POLSKA