

Demo raportu z analizy linków dla
tesla.com | Analiza i raport
wygenerowana automatycznie w
CLUSTERIC

2019-11-24

Spis treści

1. Ogólnie o audycie/domenie
2. Profil linków - wstęp
 - 2.1. Zdrowie linków
 - 2.2. Status linka
3. Jak strona jest podlinkowana
 - 3.1. Linki SITE-WIDE
 - 3.2. Atrybut rel
 - 3.3. Rozkład anchorów
4. Skąd pochodzą linki
 - 4.1. Lokalizacja
 - 4.2. Linkujące strony
5. Autorytet
 - 5.1. Indeksacja
 - 5.2. Metryki społecznościowe
 - 5.3. Metryki siły linków
 - 5.4. Metryki ruchu
 - 5.5. Czynniki ryzyka
6. Podsumowanie audytu
 - 6.1. Ogólne wskazówki

Ogólnie o audycie/domenie

Ten audyt koncentruje się na jakości profilu linków domeny tesla.com. Google używa metryk off-site, by oszacować autorytet domeny/strony, a jednym z najważniejszych sygnałów off-site są linki zewnętrzne. W przeszłości, manipulowanie profilem linków poprzez dodawanie wielu linków niskiej jakości (lub wręcz spamowych, często z wykorzystaniem automatycznych narzędzi) doprowadziło do zmian w algorytmie wyszukiwarki. Google wprowadziło ręczne i algorytmiczne kary obniżające pozycje domen z kiepskim portfolio linków (spamowe lub przeoptymalizowane, a więc nienaturalne). Posiadanie zdrowego profilu linków powinno nagrodzić stronę lepszymi pozycjami w organicznych wynikach wyszukiwania

Przeanalizowaliśmy 17435 linków z 7654 domen, by przygotować ten raport. Nasze spostrzeżenia znajdują się poniżej.

Profil linków - wstęp

Poniższy rozdział podsumowuje ogólne zdrowie profilu linków. Pomoże wyłapać najpoważniejsze problemy i dostosować przyszłą strategię budowania linków.

Zdrowie linków

Linki zostały podzielone na 5 różnych kategorii - w oparciu o ok. 50 automatycznych formuł i ręczną ocenę. Klasyfikacja bazuje na ponad 100 różnych czynnikach rankingowych (zarówno on-site, jak i off-site).

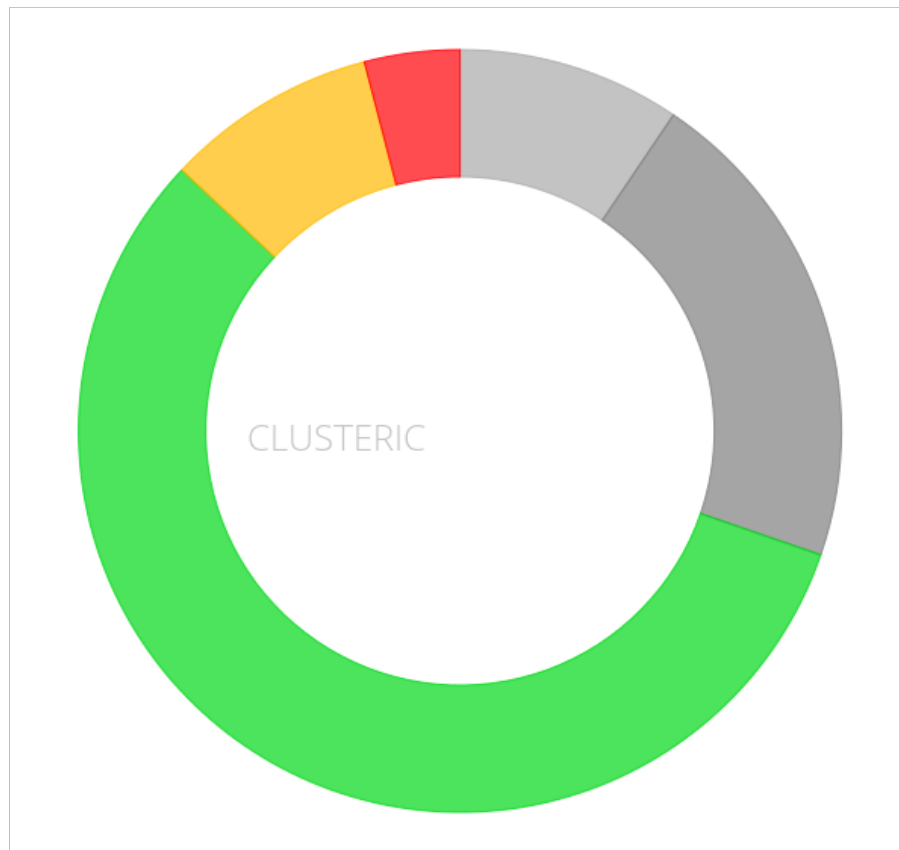
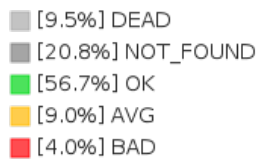
W wyniku audytu:

9890 linków zostało sklasyfikowanych jako zdrowe.

1564 linków zostało sklasyfikowanych jako wymagające uwagi lub ręcznego sprawdzenia.

704 linków zostało sklasyfikowanych jako ryzykowne.

5277 linków nie odnaleziono lub strona, na której się znajdowały nie działała/nie była dostępna w trakcie analizy.



Interpretacja klas linków jest następująca:

- OK = zwykle dobry lub przynajmniej nieszkodliwy link
- AVG = może wymagać uwagi
- BAD = prawdopodobnie link niskiej jakości lub spamowy, zwykle wymaga podjęcia działania (ręcznej weryfikacji, modyfikacji, usunięcia lub umieszczenia w raporcie disavow)
- DEAD = linkująca strona nie odpowiedziała poprawnie - zwykle domena nie jest skonfigurowana poprawnie (np. nie została przedłużona) lub strona nie istnieje (zwracając status HTTP 404 Not Found)
- NOT_FOUND = strona odpowiedziała, ale link do analizowanej domeny nie został znaleziony (mógł zniknąć)

Czynniki ryzyka

Podsumowanie najpopularniejszych czynników ryzyka dla analizowanego profilu linków.

Czynnik	% linków
Linki dofollow	55.4
Wiele linków wychodzących na stronie	54.1
Stosunek liczby linków wychodzących do długości tekstu	52.1
Wiele linków z tej samej C-klasy adresowej	47.0
Linki z anchorami	46.7
Strona w języku innym, niż analizowana strona	22.0
Więcej niż jeden link do analizowanej strony	15.2
Zła ocena API spamowości	8.3
Znaleziono podejrzane słowa (spam/pornografia)	5.2
Znaczący udział anchora w profilu linków strony	4.5
Link SITE-WIDE	1.8
Wiele linków wychodzących i domena występująca na listach black-hat	0.9
Inne błędy HTTP: 403, 50x	0.5
Skrypt strony "wysokiego ryzyka"	0.3
Timeout połączenia i domena występująca na listach black-hat	0.2
Prawdopodobieństwo PBN > 0	0.2
Rozmiar strony > 2MB i domena występująca na listach black-hat	0.0
Zła ocena API spamowości i timeout	0.0
Domena na liście niebezpiecznych (malware/phishing)	0.0
Strona działająca na adresie IP (a nie domenie).	0.0

Czynniki jakościowe

Podsumowanie najczęstszych czynników jakościowych dla analizowanego profilu linków.

Czynnik	% linków
Strona główna/podstrona ma udostępnienia w społecznościach.	88.0
Domena jest notowana w Alexa rank	71.2
Dobra ocena z API spamowości	32.2
Link jest widoczny w wynikach wyszukiwania Google.	14.3
Tylko linki nofollow	10.3
Tylko adres w anchorze linka	3.3
Popularny serwis społecznościowy	1.4
Tylko link w formie adresu z posta na forum	0.2
Tylko linki tekstowe.	0.1

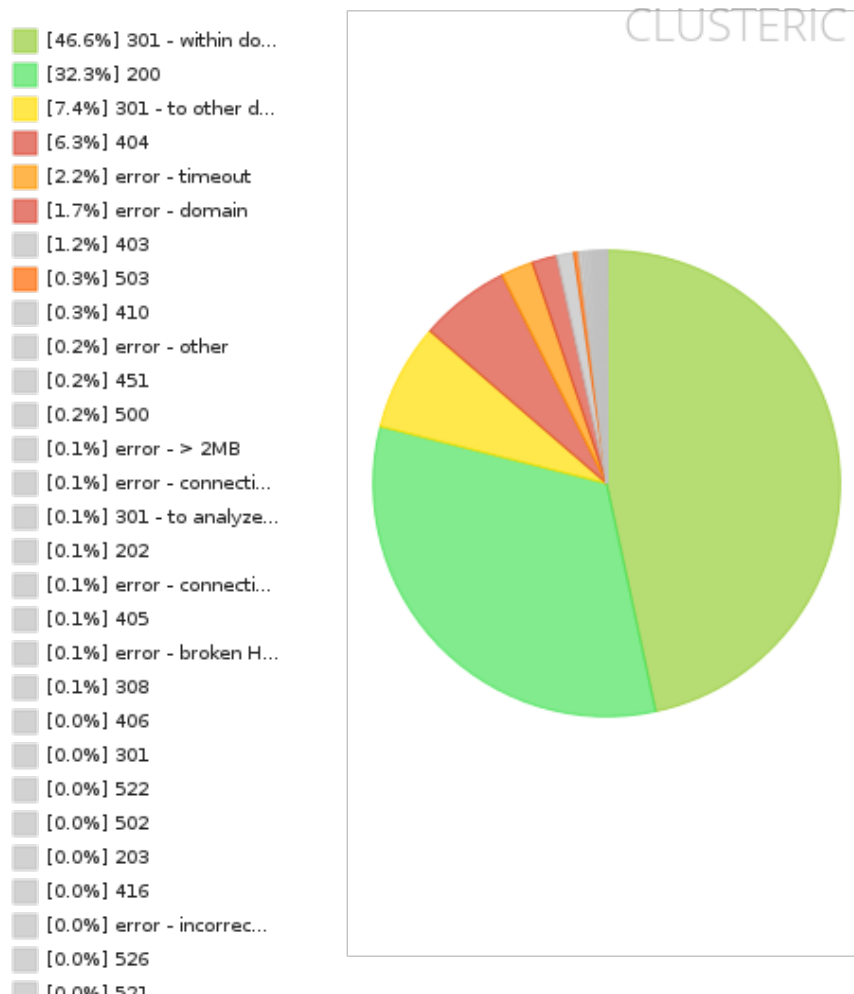
Status linka

Podczas analizy, sprawdzamy czy linki do analizowanej domeny są wciąż aktywne (co jest nieodzowne, by roboty Google mogły je zaindeksować). Co za tym idzie, ta sekcja odpowiada na dwa pytania:

1. Czy lokalizacja linka (strona) odpowiedziała poprawnie?
2. Czy link wciąż znajduje się w treści strony czy też uległ zmianie/zniknął?

Odpowiedź na te pytania jest niezbędna, by zaplanować dalsze działania: próbę odzyskania utraconych linków, kompensację utraconych odnośników czy poprawę dalsze strategii pozyskiwania linków.

Odpowiedź HTTP



Status odpowiedzi uzyskany podczas odpytania strony linkującej. Najpopularniejsze możliwości to:

200 [OK] = Standardowy status HTTP dla poprawnej odpowiedzi

301 [Moved Permanently] - within domain/w domenie = przekierowuje do innego adresu URL w obrębie tej samej domeny (np. po zmianie struktury adresów)

301 [Moved Permanently] - to analysed domain/na analizowaną domenę = strona została przekierowana na analizowaną domenę (może wymagać dodatkowej uwagi!)

301 [Moved Permanently] - to other domain/na inną domenę = strona została przekierowana na inną domenę

302 [Found] = przekierowanie tymczasowe

403 [Forbidden] = Serwer/strona odmawia zwrócenia zawartości.

404 [Not Found] = zasób nie został znaleziony (np. podstrona została usunięta lub zmieniła swój adres URL bez zastosowania poprawnego przekierowania)

500 [Internal Server Error] = ogólny błąd po stronie serwera (może wynikać z błędu programistycznego/błędu konfiguracji strony/hostingu)

503 [Service Unavailable] = może oznaczać, że strona jest w tej chwili nadmiernie obciążona lub występuje innego rodzaju tymczasowy problem

error - timeout = strona nie odpowiedziała w określonym czasie

error - domain = zwykle oznacza, że domena już nie istnieje (nie została przedłużona)

Zalecenia:

Dla stron ze statusem HTTP takim jak: 40X, 50X czy błędy sieciowe, zalecamy ponowne przeanalizowanie tych stron w niedalekiej przyszłości (np. po ok. tygodniu). Jeśli wciąż są niedostępne i nie ma szans na ich przywrócenie, możesz pomyśleć o uzupełnieniu profilu linków podobnymi odnośnikami lub po prostu kontynuować swoją strategię budowania linków zgodnie z planem.

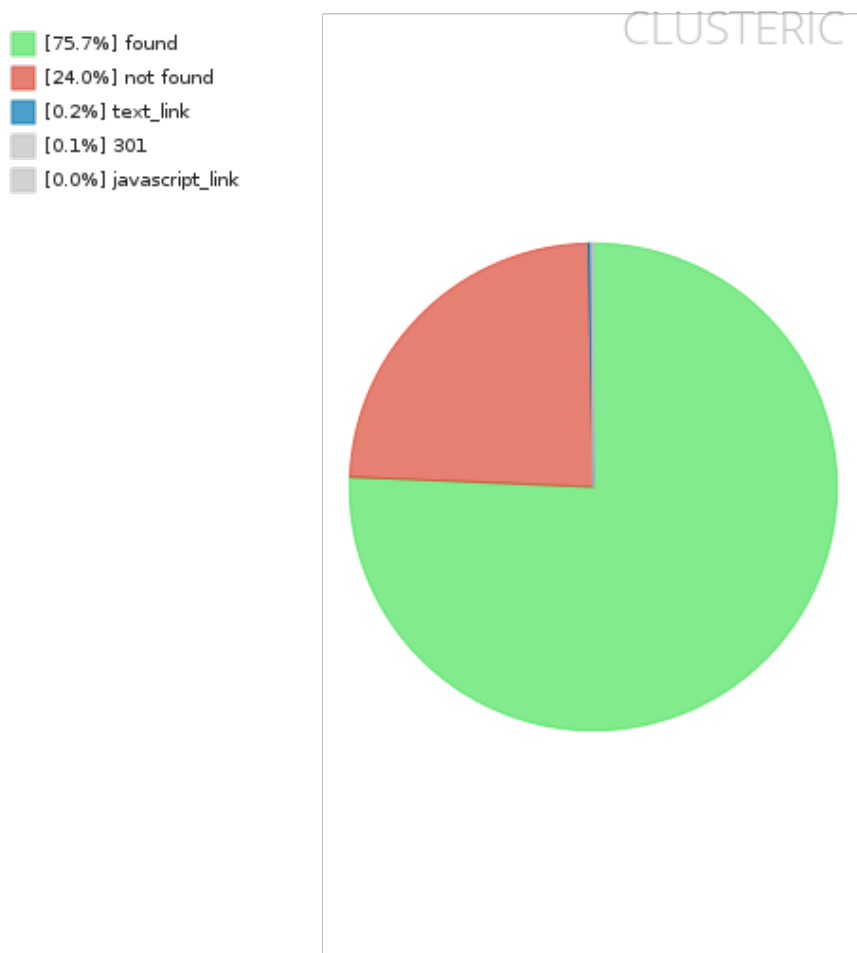
Czy link wciąż tam jest?

Pozyskanie linka ze strony nie oznacza, że pozostanie on tam na zawsze. Internet jest w swojej naturze dynamiczny, co oznacza także, że linki tymczasowo znikają/rotują, są modyfikowane lub usuwane. Oto podział "spodziewanych" linków dla analizowanej strony.

Statusy found/not found (znaleziony/nie znaleziony) mówią same za siebie.

"text_link" oznacza, że tylko adres URL (nieklikalny) został znaleziony w zawartości strony.

"javascript_link" oznacza, że prawdopodobnie link do analizowanej strony jest ładowany kodem JavaScript, a nie umieszczony bezpośrednio w źródle HTML.



Zalecenia:

Jeśli tracisz linki z miejsc o dużym autorytecie, może być warto spróbować je odzyskać. Jeśli Twoje linki uległy zmianie lub stały się "tekstowymi" linkami, dobrym pomysłem może być skontaktowanie się z administratorem strony (zwłaszcza jeśli były to płatne linki). Natura tych linków mogła ulec zmianie z przyczyn technicznych.

Jeśli tracisz linki ze stron niższej jakości, możesz zaplanować pozyskanie w ich miejsce linków lepszej jakości, "zdrowych" i z miejsc powiązanych tematycznie.

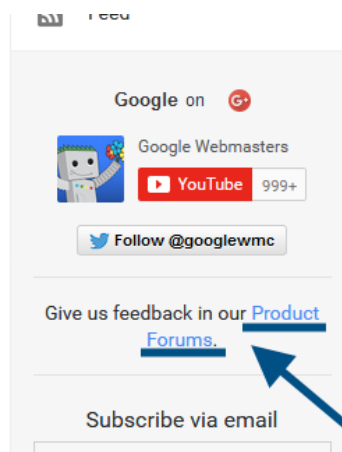
Jeśli doświadczasz dużej/gwałtownej utraty linków, prawdopodobnie warto przyjrzeć się uważniej strategii pozyskiwania linków i rozważyć zmiany.

Jak strona jest podlinkowana

Linki SITE-WIDE

Przykładowy link SITE-WIDE (w sidebarze):

... of innocent sites is a bad and risky way of getting links
... so, you are tarnishing other people's hard work and
... , transforming a potentially good resource of additional
... nse keywords.
... e often trying to improve their site's organic search
... ound links to their site. Google has an understanding of
... as algorithmic ways of discovering those alterations and



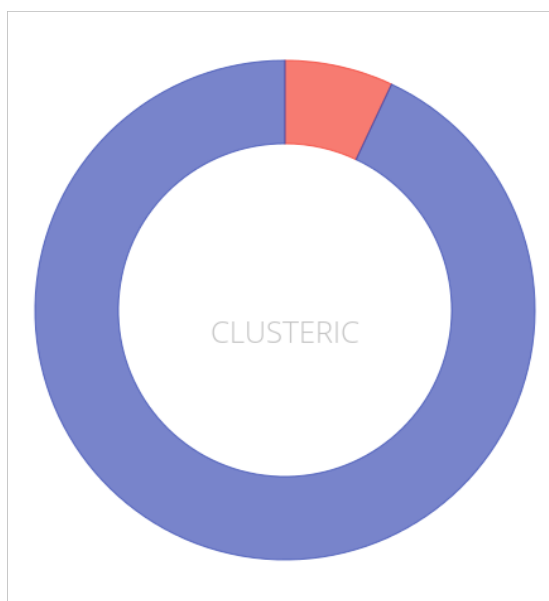
Link site-wide to link występujący na każdej podstronie danej domeny. Na przykład, jeśli umieścisz link do swojej strony w sidebarze (lub stopce/nagłówku) bloga, możesz spodziewać się wielu linków z danej domeny, każdy z nich będzie miał te same atrybuty (rel, anchor, cel, itd.).

Linki SITE-WIDE nie są złe lub dobre z natury. W pewnych przypadkach, jeśli są mądrze użyte, mogą być świetną szansą na ruch, konwersje, zaangażowanie i lepsze pozycje. W innych przypadkach, mogą być mocno toksyczne, zwłaszcza jeśli nadużywamy komercyjnego anchora (money keyword).

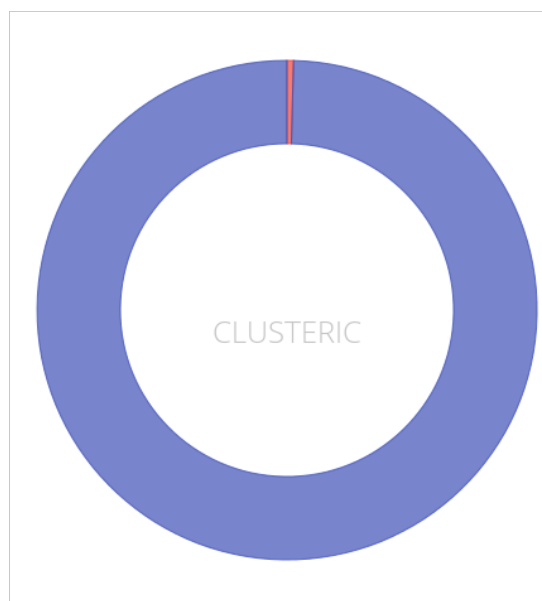
Staraj się unikać przeoptymalizowanych linków site-wide zwłaszcza gdy nie mają one związku z zawartością strony.

Link SITE-WIDE nie jest [liczba stron w domenie] razy silniejszy od pojedynczego linka (np. z jednego posta). Staraj się skupiać na stronach o wysokim autorytecie i pokrewnej treści. Linki SITE-WIDE nie są odpowiednim sposobem na pozyskanie dużej liczby linków.

Poniższe diagramy pokazują łączny udział linków SITE-WIDE w całym profilu linków i procent domen linkujących do analizowanej strony za pomocą linków SITE-WIDE.



[7.0%] SITE-WIDE [93.0%] non SITE-WIDE



[0.4%] SITE-WIDE [99.6%] non SITE-WIDE

Atrybut rel

Przykład:

```
<a class="external text" rel="nofollow" href="https://www.google.com/">Official website</a>
```

Atrybut rel określa relację między bieżącym i linkowanym dokumentem.

W naszej dyskusji skupimy się na dwóch wartościach: "dofollow" (domyślna wartość rel, jeśli nie została określona inaczej) i "nofollow".

Według Wikipedii: "nofollow instruuje wyszukiwarki, że linki nie powinien mieć wpływu na pozycję linkowanej strony w rankingu wyszukiwarki."

Aby dowiedzieć się więcej na temat wytycznych Google odnośnie tego, kiedy używać rel="nofollow", proszę odwiedź: <https://support.google.com/webmasters/answer/96569?hl=pl>

Starając się objąć całościowo profil linków domeny, ważne jest, by popatrzeć na perspektywę czasową. Strony bez historii mogą mieć inną proporcję dofollow:nofollow niż stare domeny.

- W 2005 Google ogłosiło, że linki z rel="nofollow" nie będą wpływały na PageRank docelowej strony [Wikipedia]

- W kolejnych latach, polityka Google wobec sprzedaży linków manipulujących PageRankiem zaostrzała się.

- Obecnie, coraz więcej stron bazujących na treści generowanej przez użytkowników domyślnie implementuje atrybut rel="nofollow"

- Podczas gdy 10 lat temu posiadanie około 80% linków dofollow w swoim portfolio nie było niczym niezwykłym, teraz ta proporcja uległa odwróceniu.

Ogólne sugestie:

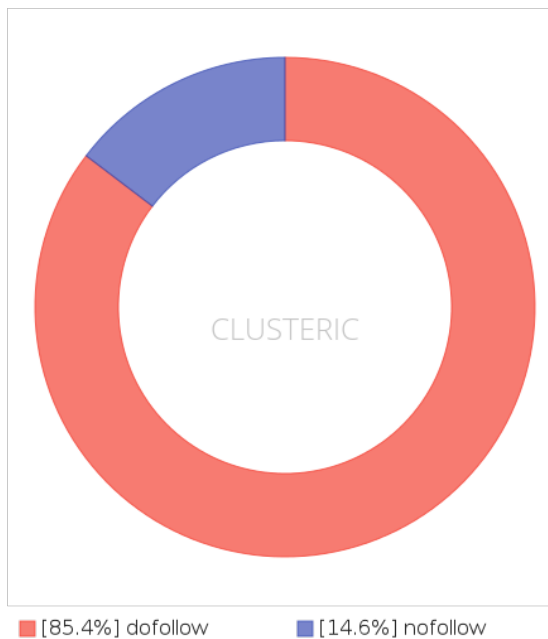
- Staraj się znaleźć balans między linkami dofollow i nofollow uwzględniając wiek domeny.

- Nie traktuj linków "nofollow" jako złych chyba, że mają nienaturalny anchor.

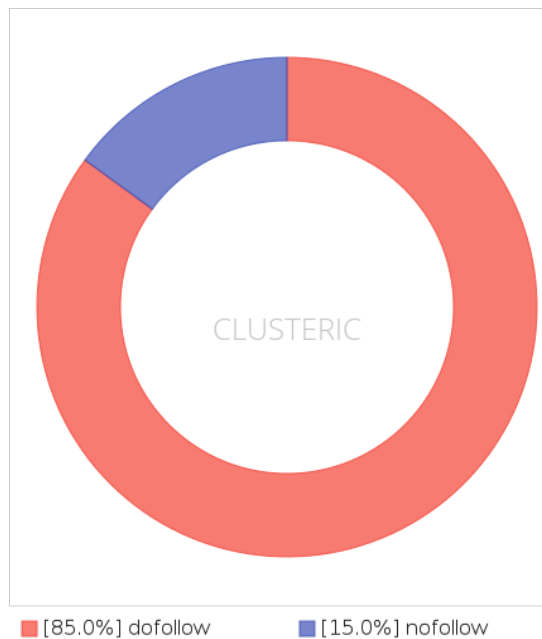
- Linki nofollow nie są bezużyteczne. Pamiętaj, że manipulacja na wyniki wyszukiwania nie jest jedynym powodem przeprowadzania link buildingu. Podczas gdy

linki nofollow mogą nie przekazywać mocy ("link juice"), mogą pomóc uzyskać "naturalny" czy też "zbalansowany" profil linków.

Wartość atrybutu rel



Udział dofollow:nofollow w profilu linków



Udział dofollow:nofollow w profilu linków - według liczby domen

Najpopularniejsze anchor (wszystkie linki)

Anchor	Linki przych.	%
tesla	1814	11.34
IMAGE	646	4.04
tesla.com	285	1.78
tesla motors	206	1.29
http://www.tesla.com/	170	1.06
tesla model 3	147	0.92
blog post	140	0.88
model 3	135	0.84
here	123	0.77
website	122	0.76
powerwall	107	0.67
www.tesla.com	105	0.66
tesla powerwall	92	0.58
tesla model s	88	0.55
master plan	87	0.54
tesla model x	85	0.53
gigafactory	83	0.52
master plan, part deux	82	0.51
model s	80	0.5
model x	74	0.46

Anchor linkowane z największej liczby domen.

Anchor	Linki przych.	%
tesla	1106	21.75
IMAGE	282	5.55
tesla.com	177	3.48
tesla motors	149	2.93
tesla model 3	97	1.91
here	90	1.77
blog post	87	1.71
www.tesla.com	84	1.65
model 3	84	1.65
powerwall	76	1.49
tesla powerwall	72	1.42
website	69	1.36
gigafactory	69	1.36
tesla model s	62	1.22
master plan	58	1.14
master plan, part deux	51	1.0
solar roof	49	0.96
tesla model x	48	0.94
model s	46	0.9
model x	43	0.85

Klasyfikacja anchorów.

Podczas analizy linki zostały podzielone na kategorie - w oparciu o typ anchora. Statystyki znajdują się w tabeli poniżej.

Klasa anchora	% linków	% linków DF	% domen
compound	71.9	72.4	66.3
brand	31.2	30.2	31.1
model 3	2.0	2.1	2.1
press	0.3	0.3	0.3
CyberTruck	0.1	0.1	0.1
money keyword	0.0	0.0	0.0
other	0.0	0.0	0.0
not classified	28.1	27.6	33.7

Ogólna rada:

Postaraj się zastanowić, które z anchorów są powiązane z tematyką strony i naturalne. W naturalnym profilu linków ok. 80% anchorów może być neutralna (nie będąca typowymi

"money keywords"). W przypadku nadmiernego zastosowania "money keywords" w anchorach, rozważ zmianę części anchorów na bardziej neutralne teksty.

Jeśli nie jesteś w stanie zmienić anchor tekstu, możesz rozważyć umieszczenie części "przeoptymalizowanych" linków w raporcie disavow (zwłaszcza jeśli pochodzą z lokalizacji o niskim autorytecie).

Strony z największą liczbą przychodzących linków

Policzyliśmy rozkład linków na docelowe podstrony. Statystyki poniżej.

Podstrona	Linki przych.	%
https://www.tesla.com	1688	8.61
http://www.tesla.com	790	4.03
https://www.tesla.com/blog/master-plan-part-deux	452	2.31
https://www.tesla.com/model3	450	2.3
https://www.tesla.com/powerwall	364	1.86
https://www.tesla.com/solarroof	363	1.85
https://www.tesla.com/models	234	1.19
https://www.tesla.com/supercharger	227	1.16
http://tesla.com	227	1.16
https://www.tesla.com/autopilot	208	1.06
https://www.tesla.com/solar	202	1.03
https://www.tesla.com/modelx	188	0.96
https://www.tesla.com/gigafactory	174	0.89
https://www.tesla.com/semi	159	0.81
https://www.tesla.com/roadster	158	0.81
https://www.tesla.com/blog/secret-tesla-motors-master-plan-just-between-you-and-me	154	0.79
https://www.tesla.com/en_gb	135	0.69
https://www.tesla.com/blog/all-tesla-cars-being-produced-now-have-full-self-driving-hardware	120	0.61
https://www.tesla.com/destination-charging	116	0.59
https://www.tesla.com/blog/new-tesla-model-s-now-quickest-production-car-world	115	0.59

Strony podlinkowane z największej liczby domen

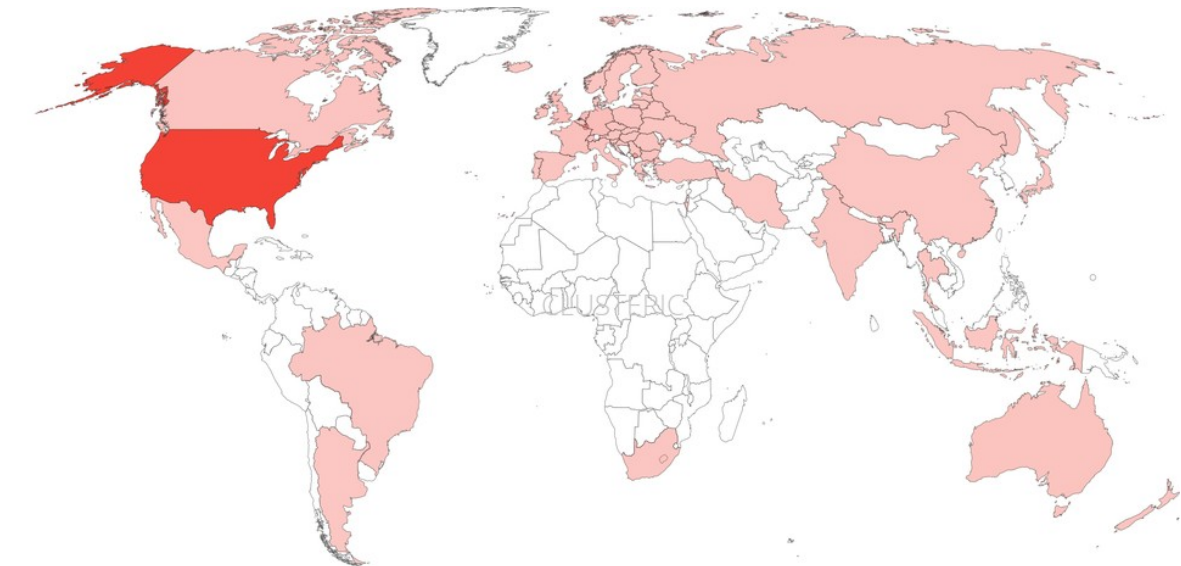
Podstrona	Linkujące domeny	%
https://www.tesla.com	965	8.51
https://www.tesla.com/model3	262	2.31
https://www.tesla.com/blog/master-plan-part-deux	260	2.29
https://www.tesla.com/powerwall	240	2.12
http://www.tesla.com	232	2.05
https://www.tesla.com/solarroof	210	1.85
https://www.tesla.com/autopilot	147	1.3
https://www.tesla.com/supercharger	137	1.21
https://www.tesla.com/models	126	1.11
http://tesla.com	125	1.1
https://www.tesla.com/solar	120	1.06
https://www.tesla.com/gigafactory	119	1.05
https://www.tesla.com/roadster	110	0.97
https://www.tesla.com/blog/secret-tesla-motors-master-plan-just-between-you-and-me	109	0.96
https://www.tesla.com/semi	103	0.91
https://www.tesla.com/modelx	99	0.87
https://www.tesla.com/blog/all-our-patent-are-belong-you	75	0.66
https://www.tesla.com/blog/all-tesla-cars-being-produced-now-have-full-self-driving-hardware	72	0.64
https://www.tesla.com/blog/new-tesla-model-s-now-quickest-production-car-world	71	0.63
https://www.tesla.com/about	63	0.56

Skąd pochodzą linki

Lokalizacja

Geolokacja serwera

Podczas analizy, ustalane są adresy IP linkujących stron. W następnym kroku można przypisać adresom IP (serwerów) kraje ich pochodzenia. Przekłada się to na poniższą mapę geolokalizacji:

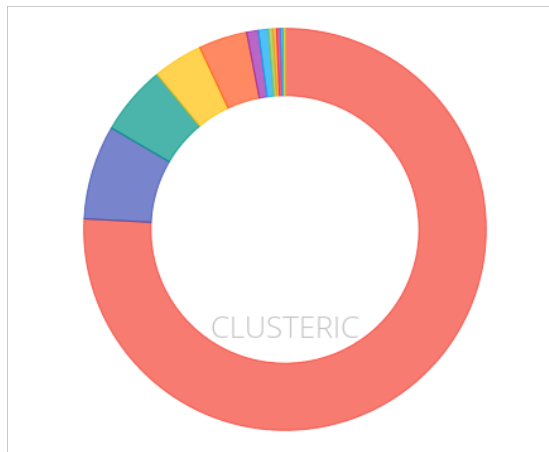


Języki i końcówki TLD

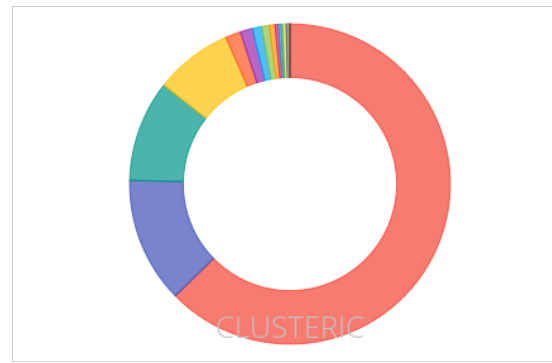
Poniższa chmura przedstawia udział języków rozpoznanych podczas analizy linkujących stron oraz najpopularniejsze sufiksy domen linkujące do analizowanej strony.

Ogólne rekomendacje:

Pomyśl o krajach, w których analizowana strona może być (naturalnie) popularna. Treść w jakich językach może być uważana za "naturalne" źródło linków dla tej domeny? Jeśli jest ona mocno podlinkowana spoza kręgu krajów, do których jest skierowana (co będzie miało odzwierciedlenie w językach i końcówkach domen), może to być wskaźnikiem spamowości lub nawet śladem kampanii negatywnego SEO skierowanej wobec Twojej strony. Inne problemy mogą wiązać się z potencjalnie dużą wartością wskaźnika odrzuceń (bounce rate) i niskim zaangażowaniem użytkowników przechodzących po linkach umieszczonych w nieodpowiednich miejscach.

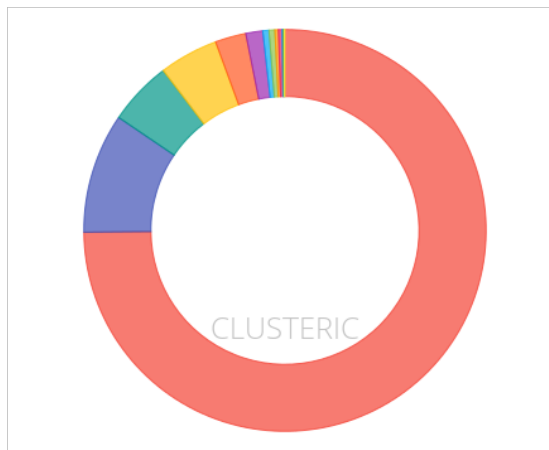


[75.8%] cms_blog	[7.6%] blog
[5.6%] forum	[4.0%] blogging platform
[3.9%] social	[0.9%] rss
[0.8%] guestbook	[0.4%] shop
[0.3%] directory	[0.3%] portal
[0.3%] wiki	[0.1%] url shortener
[0.0%] games	

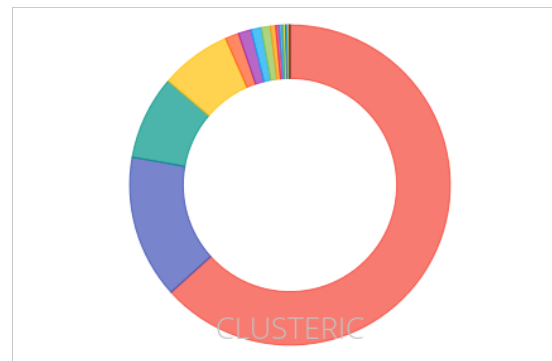


[62.7%] Wordpress	[12.7%] other
[10.2%] Drupal	[7.9%] popular service
[1.5%] Joomla	[1.2%] vBulletin
[0.9%] feed	[0.8%] blogger
[0.6%] GA	[0.3%] TYPO3
[0.3%] web portal	[0.3%] Wix
[0.2%] Ard	[0.1%] Shopify
[0.1%] MediaWiki	[0.1%] chat
[0.1%] DotNetNuke	[0.0%] Concrete5
[0.0%] DokuWiki	

Silniki linkujące do strony (na poziomie domeny)



[74.9%] cms_blog	[9.6%] blog
[5.1%] forum	[4.7%] blogging platform
[2.5%] social	[1.4%] rss
[0.5%] shop	[0.5%] guestbook
[0.3%] wiki	[0.3%] directory
[0.1%] url shortener	[0.1%] portal
[0.1%] games	



[63.3%] Wordpress	[14.5%] other
[8.5%] Drupal	[7.2%] popular service
[1.4%] feed	[1.3%] Joomla
[1.0%] vBulletin	[0.9%] blogger
[0.5%] TYPO3	[0.3%] GA
[0.3%] Wix	[0.2%] Shopify
[0.1%] MediaWiki	[0.1%] Ard
[0.1%] chat	[0.1%] web portal
[0.1%] Concrete5	[0.0%] DokuWiki
[0.0%] DotNetNuke	

Autorytet

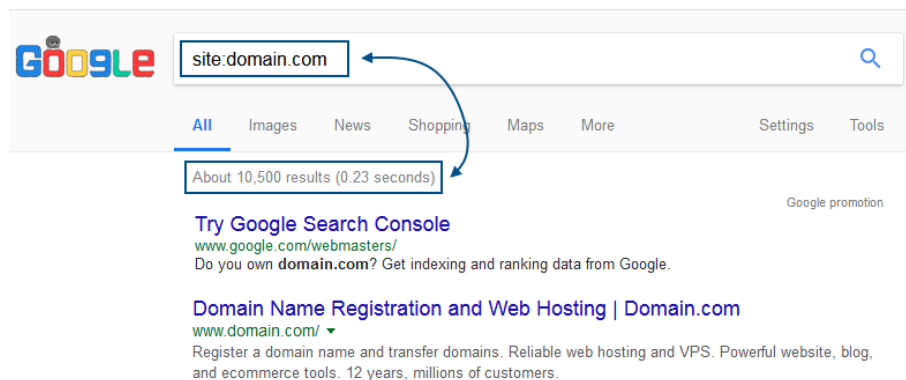
Domeny linkujące do analizowanej domeny przekazują pewną część swojego autorytetu poprzez linki. Jest wiele sposobów, by szacować autorytet domeny, postaramy się użyć niektórych z nich, by określić siłę i jakość linków.

Dowiedz się więcej o różnych typach metryk tutaj: <https://clusteric.com/pl/artykuly-porady-seo/jak-zyc-bez-page-ranku-i-jakimi-parametrami-go-zastapic-w-ocenie-stron/>

Indeksacja

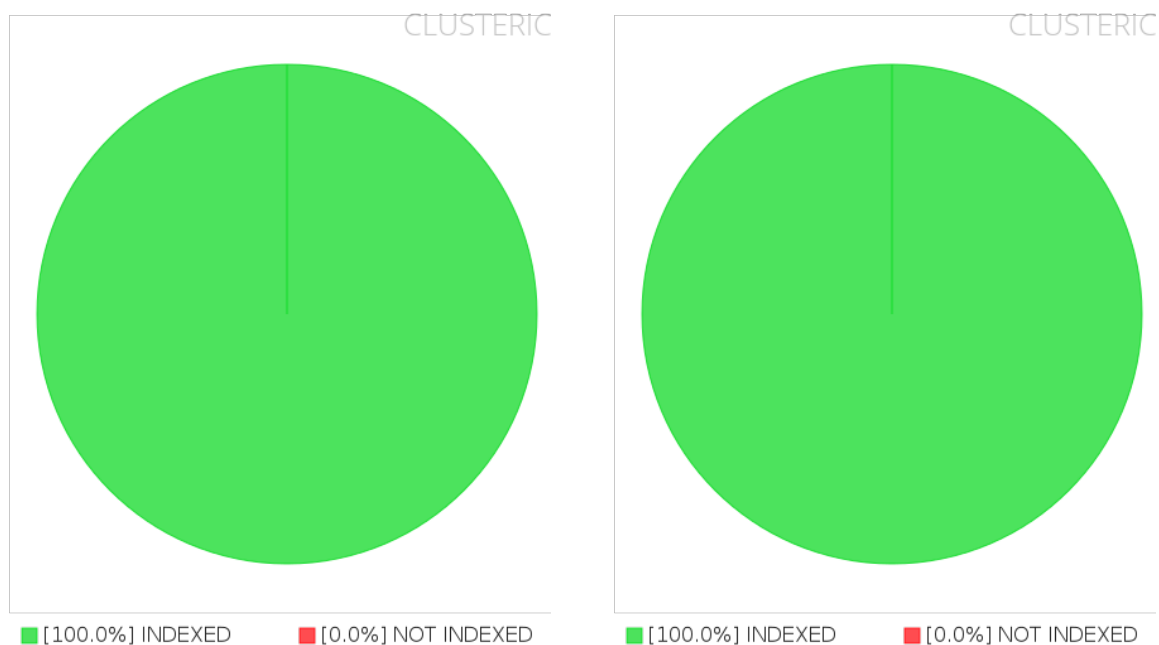
Indeksacja linkującej domeny w Google to jeden z podstawowych kryteriów oceny jakości. Szacowana liczba podstron zaindeksowanych przez Google w obrębie danej domeny może być uzyskana następującym zapytaniem:

site:domainname.com



Jeśli powyższe zapytanie nie zwraca wyników, zwykle mamy do czynienia z jedną z poniższych sytuacji:

- Google "zbanowało" stronę w związku z bezwartościową lub wręcz spamową zawartością.
- Właściciel strony zablokował możliwość indeksacji strony przez roboty wyszukiwarek (np. za pomocą robots.txt, pliku .htaccess, itd.)
- Domena nie działa od dłuższego czasu.
- Domena jest nowa i nie została jeszcze zaindeksowana.



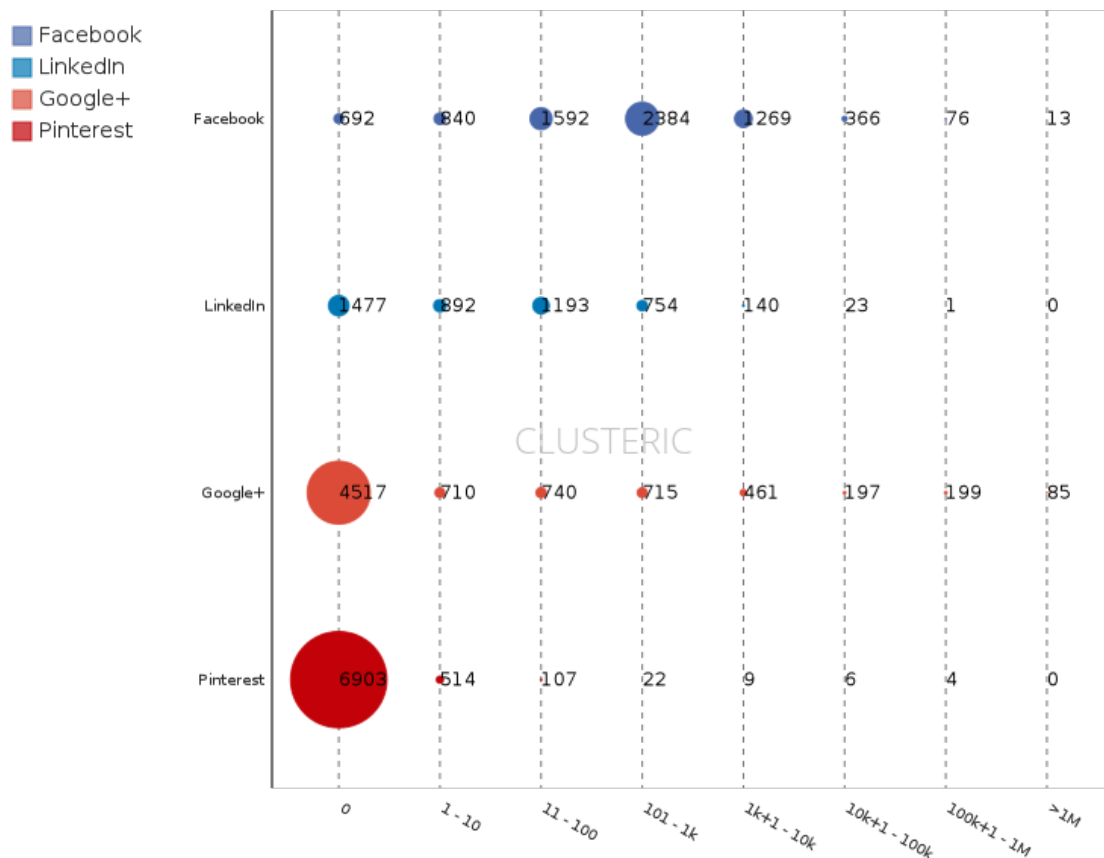
Metryki społecznościowe

Liczba linków z serwisów społecznościowych może nie być bezpośrednim czynnikiem rankingowym, ale nie znaczy to, że ten wskaźnik jest dla nas bezużyteczny. Może on pozwolić wyciągnąć pewne wnioski:

- strona popularna w społecznościach może mieć realny ruch
- strona popularna w społecznościach może posiadać również linki z innych źródeł
- strona popularna w społecznościach może zawierać treści rozchodzące się viralowo lub po prostu posiadać odpowiedni budżet na działania promocyjne

Poniższy wykres ukazuje liczbę udostępnień w sieciach społecznościowych stron głównych domen linkujących do analizowanej strony (im bliżej prawej strony, tym lepiej).

Popularność społecznościowa stron głównych linkujących domen.



Metryki siły linków

Linki są ciągle jednym z najważniejszych czynników rankingowych. W latach 1990-tych Google wprowadziło algorytm zwany PageRank. Tego rodzaju rozwiązania były stosowane już wcześniej (np. przy ocenie prac naukowych), Page Rank jest ich rozwinięciem.

Założenie wydaje się być dość intuicyjne: strona A powołując się na stronę B (linkując do niej), podnosi jej autorytet. Podnosi go tym bardziej, im większy autorytet sama posiada.

W 2016 roku, Google zaprzestało udostępniania wartości PR dla wiadomości publicznej. Podczas gdy nie mamy już dostępu do tych wartości, inne firmy (takie jak Majestic, Ahrefs czy Moz) starają się wypełnić tę rynkową lukę poprzez dostarczanie własnych metryk zbliżonych do Page Ranku. Możemy z nich skorzystać, by oszacować autorytet przekazywany poprzez linki do naszej strony.

Metryki ruchu

Linkujące domeny - według Alexa rank (mniejszy liczbowo ranking jest lepszy)

Alexa rank początkowo był wyliczany w oparciu o dane gromadzone dzięki użytkownikom toolbara Alexa i wtyczek do przeglądarek. Ranking w dużej mierze miał odzwierciedlać popularność stron i faktyczny ruch na tych stronach. Oczywiście metodyka nie jest idealna i rodzi wątpliwości takie, jak poniższe:

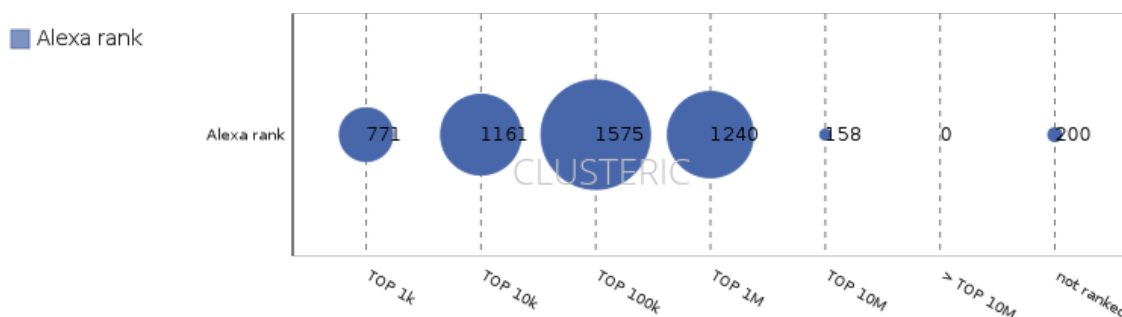
- toolbar ma różną popularność w poszczególnych krajach; w wielu bardzo niewielką, co utrudnia uzyskanie odpowiednio dobrej próby statystycznej

- można przypuszczać, że instalują go wybrane grupy użytkowników Internetu i zebrane dane nie reprezentują faktycznych zainteresowań wszystkich typów Internautów

- możliwość manipulowania rankingiem

Od 2008 roku Alexa deklaruje, że do budowy rankingu wykorzystuje również inne dane, niż te pochodzące z wtyczek i toolbarów. Im mniejsza (liczbowo) wartość rankingu, tym lepiej. Najpopularniejsza strona według Alexa ma ranking równy 1, milionowa w kolejności: 1 000 000. Istotne uwagi: Ranking alexa dla subdomeny to zwykle wskaźnik dla domeny głównej. Co ciekawe, są od tego odstępstwa, np.: alamakotaipsa.onet.pl da nam ranking alexa dla domeny głównej (onet.pl) alamakotaipsa.blogspot.com da nam ranking dla alamakotaipsa.blogspot.com (czyli konkretnego bloga)

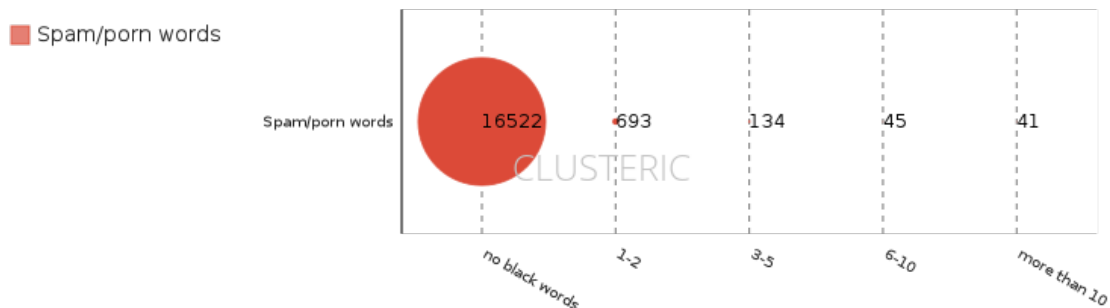
Poniższy wykres pokazuje rozkład rankingu Alexa domen linkujących do analizowanej domeny (im bliżej lewej strony wykresu, tym lepiej).



Czynniki ryzyka

Linkujące strony - spam w treści

Liczba słów rozumianych jako "ryzykowne" znalezionych w treści linkującej strony. Ryzykowne słowa=zbior słów typowy dla następujących branż: pornografia, kasyna/hazard, farmaceutyki, payday loans

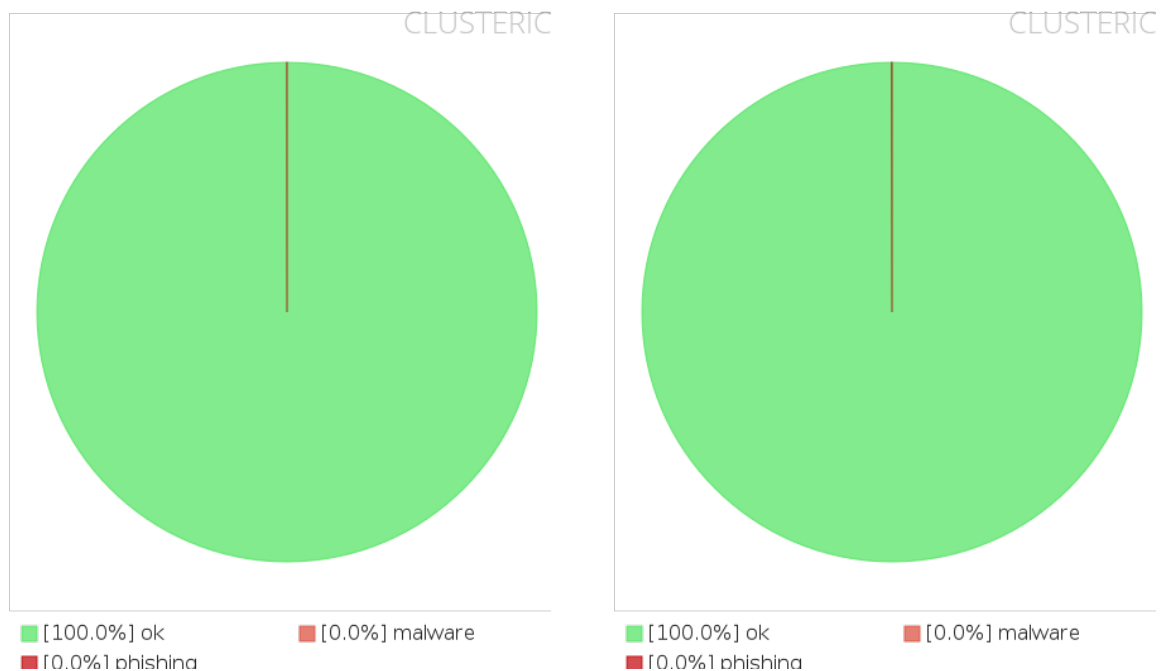


Google safebrowsing API

"Google Safe Browsing to usługa Google umożliwiająca identyfikację potencjalnie niebezpiecznych adresów - rozpowszechniające zagrożenia typu malware lub phishing." [Wikipedia]

Posiadanie dużej liczby linków ze stron oznaczonych jako "phishing" lub "malware" może wymagać uwagi.

Linki z profilu linków zostały sprawdzone za pomocą API Safebrowsing. Poniższe wykresy pokazują, jaka część linkujących domen może być uważana za "bezpieczną".



Według liczby linków

Według liczby domen

Przykłady silnych linków - według widoczności w Google

URL	Szac. organiczne wizyty/mc
https://markets.businessinsider.com/stocks/amzn-stock	332297.0
https://en.wikipedia.org/wiki/elon_musk	99031.0
https://www.vehiclehistory.com	38152.0
https://www.rgbtohex.net	26968.0
https://www.favicon-generator.org	22100.0
https://en.wikipedia.org/wiki/electric_car	22018.0
https://www.files-conversion.com	14466.0
https://www.vicarious.com	11993.0
https://finviz.com/quote.ashx?t=tsla	11863.0
http://finviz.com/quote.ashx?t=tsla	11863.0

Podsumowanie audytu

Poniżej przygotowaliśmy rady dotyczące tego, jak dobrze zrozumieć obecną sytuację analizowanej strony i jakie działania można podjąć, by budować zdrowy i silny profil linków, który może przyczynić się do poprawy widoczności w Google.

Ogólne wskazówki

Zrozumienie obecnej sytuacji i popularne problemy

Kara ręczna vs kara algorytmiczna

Jeśli doszedłeś do wniosku, że spadki pozycji lub utrata ruchu zdają się wiązać z problemami dotyczącymi linków, pierwszą kwestią jest ustalenie czy strona została dotknięta karą ręczną lub algorytmiczną.

Jeśli otrzymałeś powiadomienie od Google lub informacje o ręcznych działaniach znajdując się w Search Console, oznacza to, że strona została oflagowana za nienaturalne linki i prędzej czy później otrzyma karę ręczną.

Jeśli nie masz informacji o działaniach manualnych, Twoja cała strona lub kilka jej podstron może być dotkniętych oficjalną (np. aktualizacja Pingwina) lub nieoficjalną aktualizacją algorytmu Google oceniającego linki.

Rady dla działań ręcznych

Jeśli otrzymałeś ręczną karę, będziesz potrzebował usunąć nienaturalne linki, by przekonać zespół Google do walki spamem wysyłając prośbę o zniesienie kary. Ale zanim do tego przystąpisz, powinieneś ustalić, jaki rodzaj kary otrzymałeś:

- 1. Kara na poziomie słowa kluczowego** – Pozycje dla jednego lub więcej słów kluczowych odnotowują duży spadek.
- 2. Kara na poziomie podstrony (URL)** - Strona przestaje rankować dla jej docelowych słów kluczowych, wliczając w to również słowa long-tail. W pewnych przypadkach, dotknięta strona może nawet wyglądać na wyindeksowaną.
- 3. Kara site-wide** - Cała strona została wyindeksowana i co za tym idzie nie rankuje na słowa kluczowe wliczając w to nawet nazwę domeny.

1. Jeśli jedno (lub więcej) słów kluczowych otrzymało karę, powinieneś skupić się na linkach do stron, które rankowały na słowa objęte karą zanim kara wystąpiła. Przeprowadzenie analizy konkurentów rankujących na te słowa kluczowe pomoże Ci

znaleźć punkt odniesienia odnośnie tego, jak powinieneś zrebalansować profil linków, by odzyskać pozycje. Dodatkowo, pamiętaj, by przeanalizować linki prowadzące do stron z przekierowaniem 301 lub rel="canonical" na ukarane adresy. Kary mogą "przepływać" podobnie jak PageRank przenosi się przez przekierowania 301 lub tagi rel="canonical".

2. Jeśli jedna lub więcej stron została ukarana, powinieneś skupić się najpierw linkach do tych stron. Choć nie ma gwarancji, że rozwiązanie problemów z linkami ukaranych stron będzie wystarczające, by usunąć karę, warto nie wykonywać drastycznych zmian w linkach prowadzących do pozostałej części serwisu jeśli nie będzie to konieczne (np. po niepomyślnym rozpatrzeniu pierwszej prośby o zdjęcie kary).

3. Jeśli jest to kara site-wide, należy zwrócić uwagę na wszystkie linki prowadzące do ukaranej domeny (subdomeny).

Poniżej wymieniamy przykłady sytuacji, które mogą wymagać uwagi. Rozważenie ich może być istotne, by poprawnie zinterpretować profil linków:

Czy wystąpiły gwałtowne przyrosty liczby linkujących domen?

Narzędzia takie jak Majestic czy Ahrefs mogą być pomocne. Na osi czasu z liczbą linkujących domen poszukaj gwałtownych skoków o więcej niż 5%. Jeśli tak, postaraj się wykonać przegląd linków pozyskanych w tym przedziale czasu. Dla każdego z nich zadaj sobie pytanie: czy jest możliwe, by powiązać ten link z prawdziwymi działaniami marketingowymi lub jest to link naturalny? Jeśli nie, dodaj go do listy potencjalnie złych linków.

Czy występują gwałtowne spadki w liczbie linkujących domen?

Na tym samym grafie, co powyżej, czy występują spadki o więcej niż 5% linkujących domen? To nie jest normalna sytuacja dla naturalnych czy ręcznie uzyskanych linków. W przypadku gwałtownej utraty linków, przyjrzyj się im uważniej.

Trend długoterminowy

Czy liczba linkujących domen rośnie lub spada (patrzac długoterminowo)? Utrata linków w czasie powinna być oczywistym złym sygnałem. Odnotuj taką sytuację jako problem i nie oznaczaj go jako rozwiązanego do momentu odwrócenia trendu.

Więcej niż 10% udziału anchora w profilu linków

Czy anchor tekst dla słowa lub frazy przekracza 10% udziału w całym profilu? Jeśli tak, jest bardzo prawdopodobne, że strona już została ukarana algorytmem Pingwin.

Linkujące domeny główne

Czy więcej niż 25% odwołujących się stron to domeny z końcówkami krajów, które nie są Twoim celem? Oczekiwana sytuacja to >50% linków z ogólnych TLD, takich, jak: .com czy .org, lub ccTLD w tym samym kraju (jak .pl dla Polski). Zbyt wiele linków z innego, niż docelowy kraju może sugerować, że Twoja strona jest tylko istotna dla tych odbiorców czy nawet być oznaką typowego spamu.

Kupione linki

Czy posiadasz linki #1 kupione i #2 nieposiadające atrybu rel="nofollow"? Najbardziej typową sytuacją jest umieszczenie tych linków przy oznaczeniach typu "reklama" lub "sponsorzy" np. w sidebarze/stopce - bez określonego celu czy związku z treścią obecnej strony.

Prywatne sieci zapleczone

Czy linki zdają się pochodzić z farm stron zapleczowych/precli? Typowe kiepskie zaplecze charakteryzuje się niskiej wartości postami z nienaturalnie umieszczonymi odnośnikami z anchor tekstem, często prowadzącymi do stron głównych, bez użytkowej wartości dla czytelników.

Ogólne katalogi

Czy posiadasz linki z katalogów, które akceptują wszystkie wpisy? Takie strony nie przedstawiają wartości, często są farmami linków, również do typowo "spamowych" branż.

Nadmierne linkowanie zewnętrzne ze strony

Czy Twoja strona jest linkowana ze stron z setkami czy nawet tysiącami linków wychodzących? Gdzie każdy może umieścić linka (zwłaszcza "nofollow") bez nadzoru ze strony administratora strony?

Wyindeksowane domeny

Czy linkujące domeny są zaindeksowane w Google? Jeśli nie, może zostały oznaczone jako "czysty spam" i strony najniższej jakości?

Źródła:

1. <https://moz.com/blog/link-audit-guide-for-effective-link-removals-risk-mitigation>
2. <https://blog.monitorbacklinks.com/seo/backlink-audit/>

3. <https://blog.monitorbacklinks.com/seo/how-to-ask-for-backlinks/>

4. <https://northcutt.com/wr/backlink-audit-checklist/>