

Negatywne pozycjonowanie - realne zagrożenie czy kolejny wymysł marketingowców?

Wykorzystanie pozycjonowania do osłabienia konkurentów w sieci stało się ostatnio gorącym tematem wśród webmasterów i specjalistów SEO. Czy rzeczywiście jest to zjawisko, które powinno budzić niepokój? Jak się przed nim bronić?

Pozycjonowanie

jest ważnym narzędziem mającym zapewnić jak najwyższe miejsce strony internetowej w wynikach wyszukiwania. Coraz częściej jednak można zauważyć działania mające na celu zepchnięcie konkurencyjnych witryn ze szczytu rankingu. Użytkownicy korzystając z wyszukiwarki, po wpisaniu interesującej frazy, zwykle wybierają kilka witryn z pierwszej strony wyników wyszukiwania, uznając je za najbardziej wiarygodne. Zadaniem SEO, czyli inaczej pozycjonowania, jest zwiększenie widoczności strony w wyszukiwarce, co daje szansę właścicielowi serwisu na dotarcie do większej liczby odbiorców. Ostatnio można zauważyć niekorzystne przykłady tego zjawiska, które zyskały miano negatywnego pozycjonowania. W dużym uproszczeniu prowadzi ono do obniżenia wartości strony dla algorytmów oceniających w wyszukiwarkach, co w konsekwencji powoduje jej zdegradowanie na niższe pozycje w wynikach wyszukiwania.

Negatywne SEO o co chodzi?

W

szerokim ujęciu negatywne SEO to każde działanie, które szkodzi danej witrynie i powoduje, że jej pozycja w wynikach wyszukiwania zostaje obniżona. Można je określić jako odwrócenie działań pozycjonerskich zamiast poprawiać ranking strony, osłabia go. Istnieje wiele sposobów, aby sprawić, że serwis będzie rozpoznawany przez wyszukiwarkę jako ten niskiej jakości. Dzieje się tak na przykład, gdy strona generująca spam linkuje bezpośrednio do tej atakowanej, bądź gdy masowo dodaje odnośniki w innych, niepowiązanych tematycznie, bezwartościowych serwisach. Algorytm oceniający wyszukiwarki może wtedy uznać, że właściciel atakowanej strony próbuje sztucznie podwyższyć jej pozycję, co jest niezgodne z zasadami. W efekcie może to obniżyć jej miejsce w wynikach lub, w najgorszym wypadku, zupełnie usunąć ją z SERP (ang. strona z wynikami wyszukiwania). Oczywiście jest, że gdy jedna witryna zostaje zdegradowana, inna, często konkurencyjna, zajmuje jej miejsce jest to najczęstszy powód korzystania z metod negatywnego pozycjonowania mówi Przemysław Płóciennik, specjalista ds. SEO w Top Solutions.

Jak się bronić przed negatywnym SEO?

Najpopularniejsze

wyszukiwarki do tej pory marginalizowały kwestie związane z negatywnym pozycjonowaniem, twierdząc, że nie stanowi ono zagrożenia dla wyników wyszukiwania. Pierwsze działania w tej kwestii, w odpowiedzi na toczącą się w sieci burzliwą dyskusję o coraz bardziej widocznych skutkach tego zjawiska, podjął Microsoft w swojej wyszukiwarce Bing. Powstało narzędzie Disavow, które pozwala na oznaczenie linków pochodzących z serwisów spamerskich. Bing nie

ogranicza liczby odnośników, które można dodać do listy, określa również typ lokalizacji (domena lub strona). Oznaczone strony i domeny nie podlegają automatycznemu nałożeniu kary, lecz gdy okaże się to konieczne, mogą zostać uznane za szkodliwe. W Google problem negatywnego pozycjonowania ujawnił się po opublikowaniu aktualizacji algorytmu wyszukiwarki Penguin Update. Webmasterzy skarżyli się na radykalne obniżenie pozycji stron w wynikach mimo przestrzegania wytycznych. Początkowo gigant z Mountain View deklarował, że do rozwiązania tego problemu można wykorzystać istniejące już instrumenty, jednak ostatecznie, po udostępnieniu Disavow w Bing, zapowiada wprowadzenie podobnego narzędzia. Do tej pory firma proponowała, by zgłaszać spam za pomocą specjalnego formularza lub poprzez usunięcie strony, do której prowadzi szkodliwy link, tak by serwer zwracał błąd 401 lub 404 (zablokowany dostęp lub brak strony pod wskazanym adresem). Takie działanie miało zapewnić ignorowanie określonych adresów przez wyszukiwarkę. Nie jest ono jednak wygodne, a oznaczanie pojedynczych linków zabiera dużo czasu.

Wątpliwości

Pojawia

się pytanie czy wprowadzenie takiego narzędzia faktycznie ograniczy przypadki negatywnego pozycjonowania. Wśród webmasterów pojawiają się głosy, że opcja oznaczania szkodliwych linków niesie ryzyko nie osłabienia, a nasilenia tego zjawiska. Jeżeli zostanie wprowadzona możliwość dodawania do listy dowolnej liczby odnośników, może to rodzić pokusę generowania przez witryny ogromnej liczby linków niskiej jakości. W przypadku nałożenia filtru lub bana zawsze można zgłosić takie działanie jako wrogie ze strony konkurencji, oznaczyć linki jako szkodliwe, a po jakimś czasie, z czystym kontem, rozpocząć proceder od nowa wyjaśnia Przemysław Płóciennik z Top Solutions. Pytanie, czy faktycznie administratorzy stron będą skłonni posuwać się do takich rozwiązań? Mimo że opisane narzędzie nie jest idealnym sposobem zahamowania zjawiska negatywnego pozycjonowania i budzi pewne wątpliwości, istnieje szansa, że zniechęci ono serwisy do wykorzystywania szkodliwych linków w działaniach przeciwko konkurencji.