Cosa controllare dopo un aggiornamento di Google

I controlli da fare quando Google rilascia un core update o uno spam update e il traffico cambia: prima di toccare il sito, durante il rilascio, dopo la fine e nei mesi successivi. Spunta ogni voce quando è fatta.

Fase 1: prima che arrivi

- [ ] Ho collegato il sito a Google Search Console e controllo il report sul rendimento almeno una volta al mese.
- [ ] Tengo un registro con le date dei miei interventi: rilasci, migrazioni, pagine accorpate o eliminate.
- [ ] So dove trovare la dashboard dello stato della Ricerca (status.search.google.com) con le date degli aggiornamenti.
- [ ] Ho annotato le pagine e le ricerche che portano la maggior parte dei clic, per sapere cosa guardare per primo.

Fase 2: durante il rilascio

- [ ] Ho segnato la data di inizio dell'aggiornamento dalla dashboard.
- [ ] Non sto modificando le pagine solo perché le posizioni oscillano.
- [ ] Ho escluso un problema tecnico: le pagine importanti sono ancora indicizzate, il server non dà errori, robots.txt e noindex non sono cambiati.
- [ ] Ho controllato il report Azioni manuali: non ci sono azioni manuali sul sito.

Fase 3: dopo la fine, la misura

- [ ] Ho segnato la data di fine del rilascio e ho aspettato almeno una settimana intera.
- [ ] Ho confrontato in Search Console la settimana dopo la fine con una settimana prima dell'inizio.
- [ ] Ho separato Ricerca web, Immagini, Video e Notizie.
- [ ] Ho isolato le pagine e le query che hanno perso di più.
- [ ] Ho distinto chi ha perso posizioni da chi ha perso solo clic a parità di posizione.
- [ ] Ho confrontato lo stesso periodo dell'anno prima, per escludere la stagionalità.
- [ ] Ho valutato l'entità: un passaggio dalla seconda alla quarta posizione non richiede interventi drastici, uno dalla quarta alla ventinovesima sì.

Fase 4: la valutazione delle pagine

- [ ] Ho aperto la SERP delle ricerche perse e ho guardato cosa fanno meglio le pagine salite.
- [ ] Ogni pagina colpita offre informazioni proprie, non un riassunto di quello che c'è già.
- [ ] Si capisce chi ha scritto la pagina, con quale esperienza, e come contattare chi gestisce il sito.
- [ ] La pagina esiste per aiutare chi legge, non solo per intercettare una ricerca.
- [ ] Non ci sono pagine quasi uguali che cambiano solo per città o per una parola.
- [ ] Ho chiesto un parere onesto sulle pagine a una persona di cui mi fido e che non lavora al sito.
- [ ] Il sito non usa pratiche vietate dalle norme antispam: link comprati, contenuti in serie, pagine ospitate per terzi.

Fase 5: gli interventi e l'attesa

- [ ] Ho migliorato davvero le pagine che lo meritano: dati nuovi, risposte più chiare, struttura più leggibile.
- [ ] Ho accorpato le pagine che si sovrappongono, con un redirect 301.
- [ ] Ho eliminato contenuti solo come ultima risorsa.
- [ ] Non ho cambiato soltanto la data di pubblicazione per sembrare aggiornato.
- [ ] Ho segnato nel registro la data di ogni intervento.
- [ ] Ricontrollo i dati dopo qualche settimana e, se serve, dopo il core update successivo.