

Trust Rank

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 28/10/2008

Il *Trust Rank* (TR) è un nuovo algoritmo brevettato da Google che indica quanto un sito sia affidabile e senza contenuti *spam*, definendone un indice di affidabilità o fiducia. Ciò permette di valutare l'indice di credibilità di un sito web, con l'obiettivo di combattere i siti *spam* che deteriorano la qualità dei risultati dei motori di ricerca.

Mentre il *Page Rank* valuta l'importanza di una singola pagina, ma non ne valuta il suo valore in termini di credibilità del contenuto, il *Trust Rank* valuta l'intero sito web definendone un indice di affidabilità o fiducia.

Uno dei problemi che i motori di ricerca hanno cercato di combattere negli ultimi anni è la crescita della pubblicazione di pagine web create con il solo scopo di ingannare i loro algoritmi, dette pagine *spam*. Tali pagine vengono realizzate con tecniche che permettono di inserire testo nascosto ai navigatori ma visibile ai motori di ricerca, così da ottenere un buon posizionamento relativamente ad argomenti che non hanno niente a che fare con il contenuto visibile delle pagine, oppure creando decine o centinaia di pagine inutili per gli utenti contenenti uno o più link verso una specifica pagina al fine di migliorarne il **posizionamento nei motori di ricerca** a causa dell'aumento della *link popularity* e del *Page Rank*.

Dato che i *webmaster* che utilizzano illecite tecniche di *spam* sono stati in grado di manipolare il PR dei propri siti, i ricercatori del Digital Library Technologies dell'Università di Stanford hanno pensato ad un meccanismo per valutare l'indice di credibilità di un sito web, il *Trust Rank* appunto, e combattere così i siti *spam* che deteriorano la qualità dei risultati dei motori di ricerca. Tale algoritmo è stato poi brevettato da Google ed è in parte basato sulla valutazione dei siti effettuata da personale esperto, con l'obiettivo di risolvere il problema dello *spam* negli indici dei motori di ricerca.

L'algoritmo di *Trust Rank* valuta a campione alcune pagine, verifica l'assenza di *link* a siti *spam* o a siti penalizzati e assegna un valore al sito esaminato. Per questo motivo è molto importante valutare bene da quali siti si viene linkati e verificare che i siti linkanti non si trasformino in siti *spam*.

Il meccanismo utilizza tecniche semi-automatiche per separare le pagine degne di reputazione da quelle di *spam*, ovvero pagine "spazzatura" piene di *link* finalizzati a modificare il calcolo del *Page Rank* per migliorarne il posizionamento.

Le fasi di assegnazione del Trust Rank sono:

1. viene selezionato automaticamente un piccolo insieme di pagine non ancora classificate, dette "pagine seme" (*seeds pages*)
2. un esperto di Google valuta tali pagine per identificare quelle degne di credibilità (*good page*, ovvero che non effettuano *spam*) e distinguerle da quelle non credibili (*bad page*, ovvero che effettuano *spam*)
3. viene poi creata una struttura di *link* per scoprire altre pagine affidabili e l'algoritmo processa l'intero indice del motore di ricerca, assegnando ad ogni pagina presente un punteggio di "*trust*" (fiducia) basato sul grado di vicinanza alle pagine seme "*non spam*" nel grafo del web
4. l'algoritmo in base al punteggio di *trust* determina il posizionamento delle pagine nelle *SERP*

I risultati mostrano che si può filtrare efficacemente lo *spam* da una frazione significativa del web, basata su di un insieme di 200 siti *trust*.

Tale algoritmo però ha dei limiti:

- innanzitutto l'intervento umano, che elimina una parte di automazione nel processo di *ranking* da parte del motore di ricerca
- l'incapacità dell'algoritmo di giudicare una pagina *spam* da una con contenuti esaurienti, unici ed utili per il visitatore
- il fatto che una volta che una pagina viene classificata come *good page* essa in futuro potrà sempre linkare una pagina *spam* rendendola affidabile

In ogni caso la comparsa del *Trust Rank* ha determinato una maggiore scrematura dei risultati delle ricerche, riducendo la presenza di siti *spam* e rendendo le SERP più "pulite".

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it