

Google Caffeine: nasce il motore di ricerca del futuro?

di Roberto Ciri (SEO Specialist 1mas) – 13/08/2009

Nel Webmaster Central Blog, blog ufficiale di Google per i webmaster, i tecnici di Mountain View annunciano l'uscita di una nuova versione del proprio motore di ricerca, con nome in codice "Caffeine". Interesse, dubbi e domande si scatenano subito in tutto il mondo, ecco di cosa si tratta...

Il 10 agosto il gruppo di Mountain View ha comunicato ufficialmente nel Webmaster Central Blog la nascita della versione di prova del nuovo motore di ricerca di Google, raggiungibile all'indirizzo www2.sandbox.google.com. Trattandosi di una versione in beta test non costituisce al momento una sostituzione dell'attuale algoritmo di ricerca ed è in corso di aggiornamento.

Infatti, dopo i primi quattro giorni di utilizzo, collegandosi all'indirizzo di test del nuovo motore compare un messaggio di aggiornamento: "*We are upgrading elements of our data center. The Caffeine sandbox should be available for searching again in a few hours.*"

Al nuovo motore ha lavorato segretamente per mesi un apposito staff di Google e questa anteprima ha lo scopo di ottenere il maggior numero possibile di opinioni da parte degli utenti, tramite un apposito link a fondo pagina con cui segnalare anomalie, disfunzioni e differenze nei risultati rispetto all'attuale motore.

Gli utenti di Google non particolarmente esperti non noteranno particolari differenze rispetto al solito utilizzo: i risultati vengono presentati normalmente, la grafica è la stessa e le funzioni presenti anche. Ma in effetti delle differenze ci sono e le **principali novità** di Google Caffeine sono relative al **modo in cui il motore raccoglie, indicizza ed organizza le informazioni**. Alla fine l'utente non dovrebbe accorgersi di particolari variazioni, ma una verifica un po' più attenta mostra delle differenze:

1. la prima riguarda la **quantità di risultati** trovati: la ricerca del nuovo motore è più approfondita, fornendo circa il 30% in più di risultati; dunque **più risultati**
2. la seconda riguarda la **velocità**: la risposta che si ottiene nell'effettuare una ricerca in Google Caffeine è visibilmente più veloce di una ricerca nel normale Google; dunque **più veloce**

3. la terza riguarda la "**freschezza**" dei risultati: una importante novità di Caffeine sarebbe la maggiore velocità di indicizzazione delle pagine, in modo da renderle disponibili agli utenti in tempi molto brevi e fornire notizie aggiornate; dunque **più aggiornato**

Proprio l'aggiornamento dei risultati dovrebbe essere un aspetto fondamentale su cui il nuovo motore di ricerca dovrà competere, ovvero la possibilità di mostrare il più velocemente possibile nelle SERP **risultati in tempo reale provenienti dall'attualità** e pubblicati nel gran numero di blog, news e social network presenti in internet. E questo comprende anche i contenuti inseriti nei social network. La maggiore velocità nelle ricerche sull'attualità può far pensare che possa essere un modo di Google per rubare utenti che effettuano ricerche in social network come Twitter o FriendFeed, da poco acquistato da Facebook.

La sfida di **fornire velocemente risultati sulle notizie di attualità e su contenuti recenti**, magari appena pubblicati, costituisce la direzione del *real time search* verso cui Google cerca di dirigersi. E alla velocità e aggiornamento dei risultati Google vuole aggiungere accuratezza, originalità ed esaustività dei contenuti indicizzati, per fornire agli utenti un servizio di sempre maggiore qualità.

Un'ulteriore differenza di Caffeine è che, quanto meno in questa versione beta, non compaiono **annunci pubblicitari**, ovvero i link sponsorizzati AdWords. Ma ci si può aspettare che essi torneranno a comparire una volta integrato l'algoritmo di Caffeine nel motore ufficiale di Google.

L'aggiornamento del motore di Google viene visto da molti come la **risposta per contrastare** l'arrivo del nuovo motore di ricerca di Microsoft, Bing, uscito a giugno e che ha già conquistato circa il 12% del mercato delle ricerche. Google continua ad essere il motore di ricerca più utilizzato al mondo con circa l'80% del mercato mondiale delle ricerche e quindi rimane il leader incontrastato. Ma a Mountain View sicuramente non trascurano la possibilità della nascita di un secondo punto di riferimento per le ricerche nel web e anche la crescente minaccia delle ricerche "social", con la crescita di Twitter e il recente acquisto da parte di Facebook di FriendFeed, che per le ricerche in tempo reale non ha al momento rivali.

Queste ipotesi di aggiornamento di Google per contrastare i rivali sono state smentite da Matt Cutts, portavoce ufficiale di Google e direttore del progetto Caffeine: i miglioramenti effettuati erano previsti da mesi e sono nell'ottica di miglioramento del servizio che Google si è sempre posto.

A questo proposito un altro aspetto "evolutivo" del motore di ricerca del futuro riguarda il posizionamento dei siti web in base alla **reputazione**, al momento basata sul Trust Rank.

Google stesso indica gli ingredienti per il motore di ricerca del futuro:

- analizzare la maggior parte possibile della rete internet
- indicizzare le pagine trovate e calcolare il loro livello di reputazione ed autorevolezza
- posizionare e fornire il più velocemente possibile nei risultati le pagine più rilevanti che soddisfano una ricerca effettuata dall'utente

Per tale motivo la nuova architettura del motore di Google include cambiamenti nel *crawling, indexing and ranking* (ricerca, indicizzazione e posizionamento delle pagine web - ndr), finalizzati a migliorare queste tre caratteristiche a cui Google tende da sempre.

La **reputazione di un sito web**, sancita non più solo dalla quantità e qualità dei link verso di esso (Page Rank), ma anche dai commenti dei visitatori del sito, dai post inseriti nei blog, dalle segnalazioni nei social network, dalle valutazioni e recensioni nei siti di valutazione e confronto di prodotti, sarà probabilmente il terreno futuro su cui si giocherà la battaglia del posizionamento dei siti web in Google.

Infine una nota sull'indirizzo in cui è disponibile la versione beta:
www2.sandbox.google.com

Ha qualche cosa a che fare con la mitizzata Sandbox in cui, secondo alcuni specialisti SEO, Google inserisce per un tempo variabile da settimane a mesi i nuovi siti web una volta pubblicati prima di mostrarli nei risultati delle ricerche? In effetti a Mountain View sono anche un po' burloni...

1mas srl

www.1mas.it

V.le S. Eufemia, 34

25135 Brescia (BS)

+39 030 369 6400

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](mailto:seo@1mas.it)