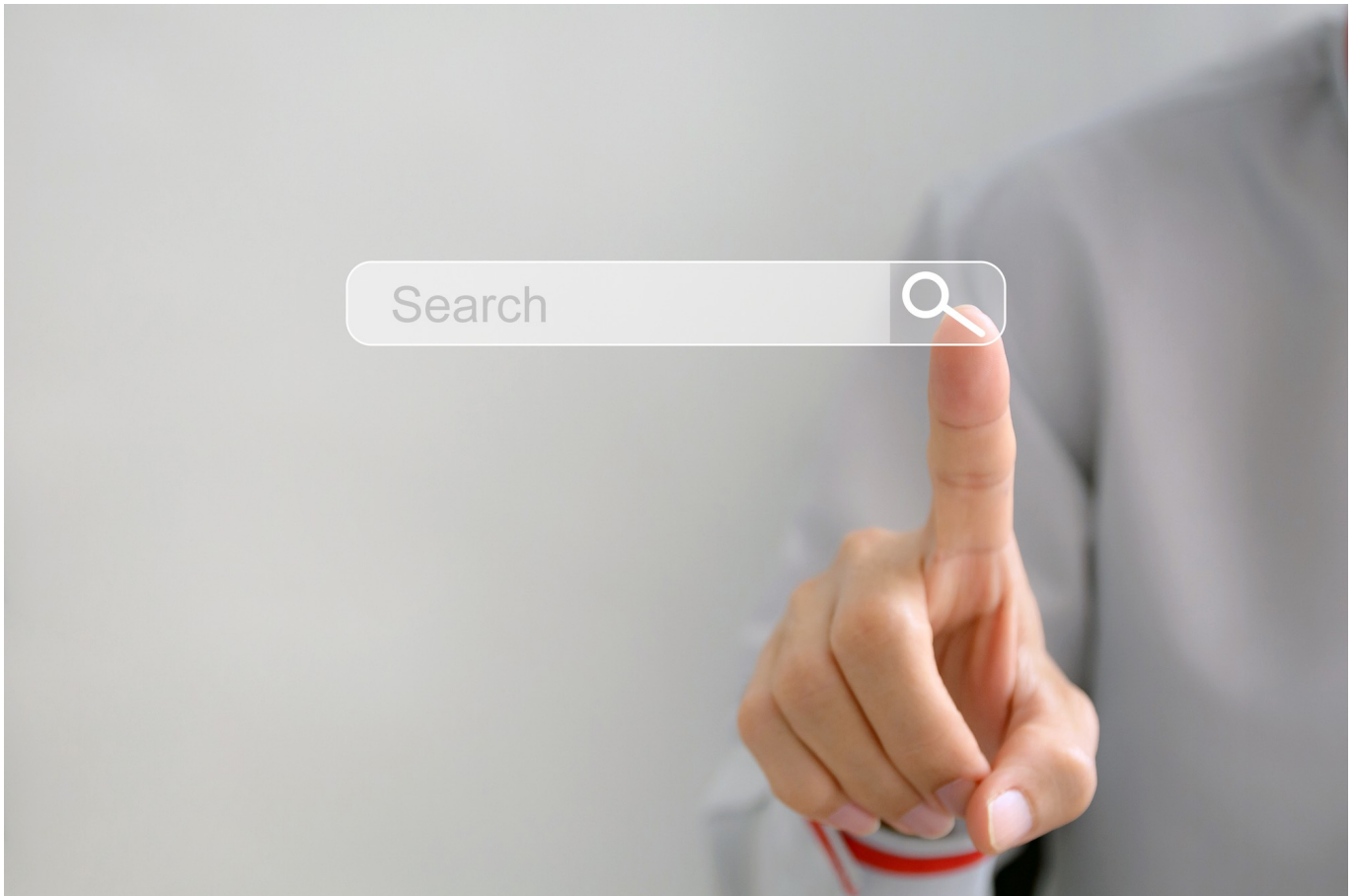


DA RANKBRAIN A BERT: I NUOVI ALGORITMI DI GOOGLE LAVORANO INSIEME



Come funzionano gli algoritmi di Google, Rankbrain e BERT: una breve guida per comprendere come lavora il più importante *search engine* del mondo e ciò che sta dietro alle nostre ricerche online.

Algoritmi di Google: breve storia del più importante motore di ricerca da Panda a BERT

All'inizio-inizio sulla rete si usavano solo link spam per manovrare i posizionamenti: i webmaster acquistavano link e la SEO non rappresentava certo una tecnica leale. Nel 2011 Google comprese che la qualità e i risultati pertinenti dovevano essere premiati in termini di visibilità.

Panda e Penguin

Panda e, l'anno dopo, Penguin, furono due algoritmi che iniziarono a penalizzare i siti inaffidabili. Come per magia i siti di qualità finirono nelle prime posizioni, e Google ottenne la pertinenza nei risultati.

Hummingbird

L'algoritmo, però, cercava parole chiave separate all'interno di una query per capire l'intento della ricerca, ma non sempre funzionava, per cui, nel 2013, s'introdusse Hummingbird, nuova elaborazione che portò a una vera svolta nella ricerca semantica, poiché prendeva in considerazione la combinazione tra parole chiave e contesto, anche se il sistema non capiva come elaborare query di ricerca sconosciute che venivano costantemente digitate.



Rankbrain: l'algoritmo sganciato nel 2015

Due anni dopo, nell'ottobre 2015, Google introdusse RankBrain, capace di elaborare query di ricerca mai conosciute prima per restituire un miglior risultato.

Come funziona Rankbrain

RankBrain utilizza le cosiddette entità: oggetti specifici già conosciuti da Google, come persone, luoghi e cose.

Tramite l'algoritmo, Google divide queste entità in vettori che puntano a parole più specifiche: vettori simili portano a SERP simili. La novità di questo aggiornamento consiste nel fatto che se Google ha già raccolto una buona quantità di informazioni, può fornire immediatamente risultati di ricerca più precisi per ogni query, anche sconosciuta.

Fondamentalmente, RankBrain analizza i risultati che gli utenti alla fine ottengono dopo aver digitato la stessa query di ricerca. Se la maggioranza degli utenti preferiranno un particolare risultato di ricerca rispetto ad altri, RankBrain lo considererà più pertinente e, con tutta probabilità, lo classificherà più in alto per altre query simili.

RankBrain, inoltre, fornisce anche ottimi risultati nel comprendere le query orientate alla negazione, con frasi contenenti termini tipo "senza" o "no", mentre in passato Google le avrebbe semplicemente ignorate.



BERT: l'algoritmo che elabora il Natural Language Processing

Poi, nel 2019, ecco la grande entrée di BERT, il nuovissimo algoritmo intelligente. Secondo una stima di



Google, coinvolge circa il 10% delle ricerche, una percentuale che può apparire modesta, ma che invece rappresenta una delle svolte più rilevanti per l'azienda di Mountain View.

Come funziona BERT, l'algoritmo di Google uscito nel 2019

BERT è l'acronimo inglese di Bidirectional Encoder Representations from Transformers. L'algoritmo consiste in un sistema per l'elaborazione del linguaggio naturale, il Natural Language Processing (NLP), fondato sul concetto di reti neurali. In altre parole, un modello informatico che imita il funzionamento neuronale umano e il modo in cui i singoli neuroni si mettono in relazione tra loro.

BERT è l'ultimo frutto di intense ricerche che negli ultimi anni Google ha portato avanti, investendo sui sistemi di intelligenza artificiale e *machine learning*.

Cos'è l'intelligenza artificiale e cosa significa machine learning

Ricordiamo che l'Intelligenza Artificiale è un insieme di macchine in grado di svolgere compiti che normalmente richiedono intelligenza umana, come percezione visiva, riconoscimento del parlato, processo decisionale e traduzione tra lingue. Quando invece parliamo di Apprendimento Automatico, significa che l'Intelligenza Artificiale può apprendere senza essere direttamente programmata.

Adesso BERT è in grado di considerare ogni parola nel contesto in cui si trova inserita, non trattandola come singola, ma mettendola in relazione con le altre che la precedono e la seguono, comprendendo in maniera sorprendentemente avanzata l'intento alla base di una chiave di ricerca.

L'algoritmo Google Bert s'inserisce nel solco del linguaggio naturale, seguendo il modo in cui le persone interagiscono tra loro, attribuendo significato alle sfumature e alle parole chiave secondarie e correlate, aiutando Google a fornire output di ricerca molto più accurati e di qualità.

Uno degli esempi che Google stessa suggerisce per chiarire il funzionamento di BERT è la query: *"Puoi ritirare un medicinale per qualcun altro in farmacia?"*. I vecchi algoritmi avrebbero proposto risultati generici; BERT, invece, è stato in grado d'interpolare le parole tra loro e porre l'attenzione sul sintagma "qualcun altro", offrendo un risultato sensato, ossia informazioni su come si possa fare a ritirare il medicinale acquistabile solo tramite ricetta, per conto di un'altra persona.

Come lavorano insieme gli algoritmi di Google

Google BERT, in ogni modo, non sostituisce RankBrain, ma, al contrario, lo affianca per potenziarlo. Il motore di ricerca potrebbe infatti decidere, secondo le necessità, di applicare uno solo degli algoritmi, oppure una combinazione tra di loro per elaborare al meglio i termini della query.

BERT e Google Assistant

Il nuovo algoritmo ha un impatto anche sull'Assistente. Quando le query condotte su Google Assistant lo attivano per fornire snippet (frammenti o esempi di codici sorgenti) in primo piano o risultati web dalla ricerca, questi risultati potrebbero essere influenzati da BERT.



Google ha dichiarato a Search Engine Land che BERT non è ad oggi utilizzato per gli annunci di Google Ads, ma qualora in futuro dovesse esservi integrato, potrebbe aiutare ad alleggerire alcune delle varianti simili che affliggono gli inserzionisti.



Leggi anche: [Il web compie 28 anni e TuscanyPeople festeggia l'evento](#)





Cosa è cambiato nella SEO con l'arrivo dei nuovi algoritmi di Google

Molti, da quando è stato introdotto BERT, si sono chiesti quale impatto abbia effettivamente il nuovo algoritmo sui contenuti, e cosa cambia a livello di SEO. I testi per il web devono forse essere redatti e ottimizzati in modo diverso da quanto avveniva prima?

Ma Google è intervenuto affermando che non è necessario cambiare niente sulla SEO. L'obiettivo dell'azienda infatti era proprio quello di eliminare gli aspetti maggiormente tecnici e avvicinarsi il più possibile a un linguaggio di scrittura naturale. Infatti, da anni, Google sottolinea l'importanza di produrre contenuti rivolti agli utenti, e BERT ne è la dimostrazione.

Come scrivere contenuti per il web

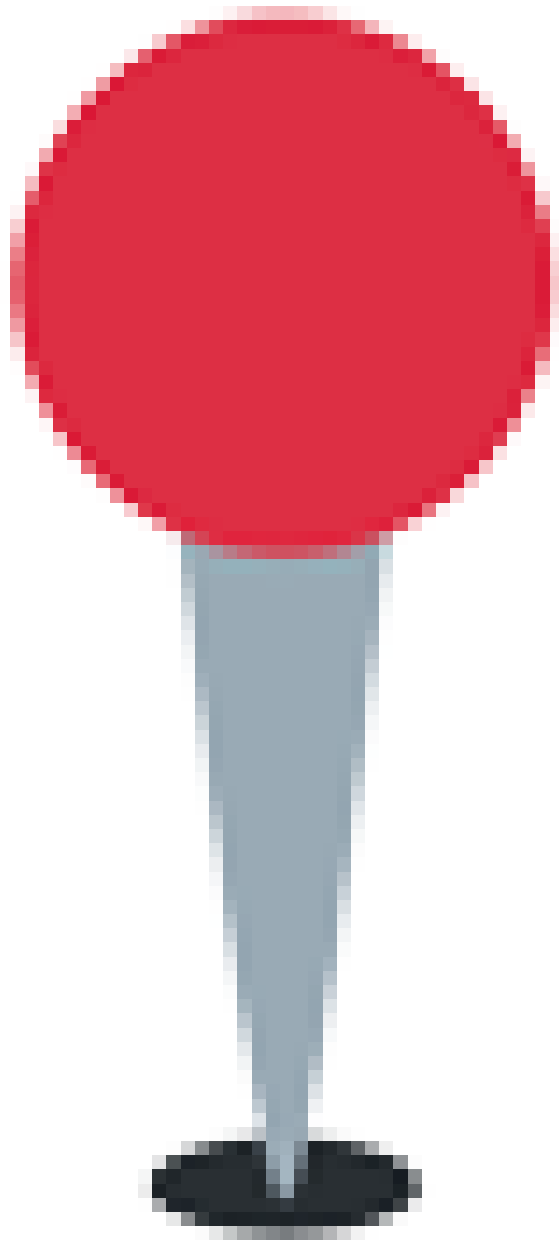
Tuttavia Google mantiene il segreto sulla complessa serie di algoritmi che interpretano il linguaggio umano. D'altronde, già in passato, riguardo a RankBrain, aveva chiarito come i SEO non potessero completamente influire sull'ottimizzazione dei siti web; a maggior ragione, lo stesso concetto varrà per Google BERT. A livello di contenuti SEO, pertanto, sarà fondamentale redigere i testi mirando all'utente finale.

La strategia migliore, per chi si occupa di contenuti web, sarà quindi, non di lavorare in maniera keyword--

centrica, ma di creare contenuti di qualità finalizzati a rispondere al meglio alle ricerche degli utenti, tramite una comunicazione il più semplice e naturale possibile.



Caro imprenditore, cara imprenditrice, conoscevi Rankbrain e BERT? Ti siamo stati utili? Se sì, renditi utile anche tu, condividi l'articolo con altri imprenditori e imprenditrici, creiamo tutti insieme una cultura generale che aiuti le tante settorialità. E se ne vuoi sapere di più: clicca sul pulsante giallo in cima all'articolo a destra, dopo l'eBook. A presto.



PER APPROFONDIRE:





9 segreti per un marketing irresistibile: poi non dite che non ve lo avevamo detto





Email marketing: la fase di nurturing dei lead e tutte le azioni correlate





Il content marketing ha messo in crisi la vecchia pubblicità. Ma cos'è? E perché?

La Toscana è la tua passione? Anche la nostra!

Teniamoci in contatto



