

Google separa le ricerche desktop e mobile, chi non si aggiorna è penalizzato



È da tanto che circolano voci sulla questione, ma ora pare certo: pare proprio che Google abbia deciso di separare gli **indici** da cui raccoglie le informazioni che poi sono

fornite all'utente del suo noto ed utilizzatissimo (soprattutto in Italia, Europa e Usa) **motore di ricerca**.

Ad affermarlo, per ora, sono solo indiscrezioni, ma di quelle di cui fidarsi, come ci dice in un articolo molto preciso il blog html.it:

*Iniziamo con [un tweet di Danny Sullivan](#) che sostiene che Big G stessa (a sua volta tramite le parole di Gary Illyes) abbia comunicato a "Search Engine Land" che il lancio del fino ad ora presunto **indice "solo-mobile"** di Google sia oramai unicamente una questione di "mesi" (quindi praticamente imminente).*

Anche il "Search Engine Journal" lo confermerebbe con un articolo pubblicato soltanto alcuni giorni fa; infine persino il "Guardian" ha pubblicato un post nel quale l'aggiornamento verrebbe dato per certo.

Fin'ora, infatti, l'indice era unico – desktop e mobile (cioè c'era un solo indice in cui venivano inserite le ricerche, sia che arrivassero da computer tradizionali, sia che arrivassero da dispositivi mobili); ora, invece, con questo cambiamento, gli indici sarebbero due: uno per le ricerche che arrivano dai desktop e dai portatili, uno per le ricerche che arrivano da

dispositivi mobili.

È evidente che le fonti sono autorevoli, e che si parla di **mesi**: ma, in sostanza, per i possessori di siti e, in generale, di risorse online, cosa significa tutto ciò?

Significa, per non star a fare discorsi troppo tecnici, che chi ha un sito e il suo sito **NON** è correttamente visualizzabile da dispositivi mobili (smartphone e tablet), questo sito **NON** verrà indicizzato nell'**indice "solo-mobile"** di Google e, quindi, non verrà "offerto" nelle ricerche fatte dagli utenti che usano i dispositivi mobili di cui sopra.

Considerando dice sempre html.it, e cioè che

*Quello nuovo, dedicato espressamente alle ricerche eseguite via smartphone, sarebbe inoltre destinato a diventare l'indice principale! L'indice attuale invece, che pensato per diventare quello secondario, potrebbe essere utilizzato esclusivamente per le query da desktop, e **aggiornato con minore frequenza**.*

chi non ha un sito [mobile friendly](#) – cioè chi non ha un sito con un [design grafico responsive](#) – rischia seriamente di trovarsi **dimezzato** (se non peggio) il proprio rating su Google, che da noi significa [non essere trovati dal 94,65% di chi fa una ricerca sul web in Italia](#) (in Europa è il 92%, negli Usa l'85%).

A questo punto il mio consiglio – in particolar modo ai nostri clienti – è di affrettarsi: i mesi passano in fretta, e se non ci si aggiorna velocemente alle nuove esigenze del mercato, poi si corre il rischio di trovarsi seriamente **penalizzati**.

E a quel punto recuperare diventa molto difficile, e costoso.