



FAST TAKE

A Google bejelentette
a mobilbarát indexelést
(Mobile First Index)

A mobil készülékekről történő keresések aránya dinamikusan növekszik. Ezért a Google az asztali számítógépes megjelenésen alapuló indexelésről a mobilos verzió alapuló rangsorolásra vált a keresőjében

A GOOGLE BEJELENTETTE A MOBILBARÁT INDEXELÉST (MOBILE FIRST INDEX)

Az utóbbi hetek híreszteléseit és találgatásait után a Google [hivatalosan bejelentette](#), hogy teszteli a rangsorolásban a mobilbarát weboldalak előnyben részesítését az asztali számítógépes verzió helyett.

Ez azt jelenti, hogy bár a keresési index továbbra is egységes lesz a weboldalakra és alkalmazásokra, a cég elkezdte frissíteni a keresési algoritmus részzeit, és a rangsoroláshoz elsősorban a weboldal tartalmának mobilverzióját fogja figyelembe venni.

Eddig elsősorban a desktop verziót nézte

A Google történelmében az algoritmus mindig a desktop megjelenésre helyezte a hangsúlyt. Ez azt jelenti, hogy a weboldal tartalmának desktop verzióját használta annak eldöntésére, hogy milyen sorrendben legyenek az oldalak a találati listán, attól függetlenül, hogy mobilról vagy asztali gépről érkezik a keresés.

Amikor a Google elkezdte alkalmazni ezt a szemléletet, akkor ez tökéletes döntésnek bizonyult, hiszen a mobilkeresések száma elhanyagolható volt. Az elmúlt években viszont a mobilon történő keresések száma drámaian megnőtt, és 2015 májusában bejelentették, hogy 10 országot vizsgálva (köztük az Amerikai Egyesült Államokban és Japánban) több keresés valósul meg mobil eszközökön, mint asztali számítógépeken.

A Google folyamatosan terjesztette ki fókuszát a mobil keresésekre

Az elmúlt évek növekvő mobilhasználati trendjét követve a Google folyamatosan elkezdte növelni a mobilkeresésekre jutó figyelmet. Egyre több új, mobilkeresésekre szabott funkciót vezettek be, hogy fejlesszék a mobil eszközről történő keresési élményt.

Ezek között volt például a mobilbarát rangsorolási algoritmus, ami bünteti azon weboldalakat, amik nem tesznek eleget bizonyos kritériumoknak (például ha Flasht használnak, vagy ha nem méretezik a tartalmat a kisebb képernyőre, azaz nem reszponzívak).

Ezenfelül bevezették az alkalmazások indexelését, ami a mobil alkalmazásokban levő tartalmakra fókuszál, és ezt a tartalmat mutatja a találati listában. Többféle próbálkozást követően, most a Google az indexált alkalmazásokból nyert információt a rangsoroláshoz is felhasználja olyan bejelentkezett felhasználóknál, akiknek telepítve van az adott alkalmazás.

Továbbá a Google megköveteli a gyorsabban betöltődő mobil weboldalakat, valamint erősen képviseli az úgynevezett Accelerated Mobile Pages (AMPs) projektet, és 2016 októberében utalt rá, hogy ezt a legnagyobb márkáknak figyelembe kell vennie 2017-ben a weboldalaik kialakításánál.



Logikus lépés a mobilbarát fókuszváltás

Minden korábbi változtatás csupán módosítása volt az eddigi fő indexelési eljárásnak. Amikor a felhasználó mobilról keresett, a Google az asztali számítógépes adatot vette elő, és további szűrőkkel tette relevánsabbá azt, mint például mobilbarát kritériumok, az alkalmazások indexelése, a betöltés sebessége mobilon, és így tovább.

Most, hogy a Google-keresések nagyobb része érkezik mobilról, és mivel a számok várhatóan tovább nőnek a trendek alapján, kézenfekvő lépés a Google-nek, hogy lecserélje az indexet, ami erősen desktop tartalmakból szerzi az adatait, egy olyanra, ami a mobiltartalmak adatait használja, és erre tesz majd extra szűrőket, hogy releváns maradjon a desktop keresések felé is.

A SEO stratégiára vonatkozó következmények

Bár a Google ebben a pillanatban még csak elkezdte a kísérletezést az új mobilbarát indexszel, de mint minden Google-bejelentésnél, fontos, hogy már most elkezdjünk vele tervezni, és felkészülni a változásra.

Az előttünk álló hónapokban egyre fontosabbá fog válni, hogy mennyire jól van mobilra optimalizálva a weboldal, és fontos, hogy beépítsük a mindennapi használatba az Accelerated Mobile Pages (AMPs) projektben megfogalmazott technológiákat.

Az olyan márkáknak valószínűleg nem lesz problémájuk az új indexeléssel, ahol már most is jól optimalizált, reszponzív vagy dinamikus kiszolgálású a weboldal, és ahol a tartalom megegyezik mobilon és desktopon. Ennek oka, hogy a Google szemszögéből a mobil és az asztali számítógépes verzió ugyanaz.

Az olyan márkáknak viszont, akiknél a tartalom nem egyezik meg mobilon és asztali számítógépen, arra kell figyelniük, hogy az oldal mobilverzióját fejlesszék és optimalizálják, és így az konzisztens legyen az oldal desktop verziójával a Google szempontjából.

Keressen bennünket támogatásért!

