

# הפינגווין שנשך אותי

**מדריך קידום אתרים  
ל התאוששות מעדכון גוגל פינגווין**



**נכתב על ידי עידן שלומן, 2013**

שלום לך, אני שמח שלא רק הורדת אלא גם פתחת את המדריך "הפינגווין שנשך אותי".

סקר שנערך לאחר עדכון גוגל פינגווין 1.0 בבלוג Search Engine Roundtable [חשף שכ – 65% מהמקדמים נפגעו בצורה כזו או אחרת מהעדכון.](#)

מתוך המקדמים שנפגעו, כ – 81% לא הצליחו לשחזר את הנתונים שהתקבלו לפני העדכון באפריל 2012 (נכון [לינואר 2013](#)) – מדובר במספר בלתי נתפס של בעלי עסקים שביום אחד נזרקו לעמודים האחרונים בתוצאות החיפוש של גוגל.

## האם המדריך "הפינגווין שנשך אותי" מתאים לך ?

"הפינגווין שנשך אותי" הוא ספר אלקטרוני קצר שמיועד להסביר מה הוביל את גוגל לשחרר את עדכון גוגל פינגווין ובמקביל לחשוף בפניך שיטות בדוקות לשחזור דירוגי האתר בצורה אפקטיבית, מהירה ופשוטה יחסית.

כמובן, שמדריך זה רלוונטי מאוד אם האתר שלך נפגע מעדכוני פינגווין המתמשכים. אך, גם אם האתר שלך לא נפגע המדריך ינסה למקד אותך ולתת לך טיפים שיעזרו לך להתקדם מבלי להיענש בעתיד.

המדריך לא מתיימר להיות מדריך בסיסי ללימוד קידום אתרים. על מנת להפיק את המקסימום ממדריך זה נחוץ ידע בסיסי והבנה כללית כיצד מנועי החיפוש עובדים, מהם הפרמטרים לדירוג אתר וכדומה. במידה ואתה לא מקדם אתרים, תוכל לקבל תובנות כיצד לבדוק את איכות העבודה וההתקדמות של חברת הקידום או המקדם ששכרת לאתרך.

## אודות עידן שלומן

שוב שלום, שמי עידן שלומן, אני שותף בחברת [Signup קידום](#) [אתרים](#), מתמחה בקידום אתרים אורגני (אופטימיזציה, מחקר, בניית קישורים וכדומה), ניתוח סטטיסטי ומוניטוריזציה של אתרים באמצעות תוכניות שותפים.



אני מקדם אתרים החל משנת 2005 וחי את התחום מידי יום באמצעות כתיבה פעילה ב**בלוג** של [Signup](#) והשתתפות

בקבוצות דיון בפייסבוק ופורומים שונים ברשת.

אם אתה עדיין לא מנוי לעדכונים מהבלוג של Signup אני ממליץ לך לעצור הכל, [ולהירשם עכשיו בלחיצה כאן](#). לאחר ההרשמה, תצטרך לאמת את תיבת הדואר האלקטרוני שלך באמצעות לחיצה על הקישור שישלח אליך – כל התהליך לוקח פחות מ-2 דקות, אך ישאיר אותך מעודכן כל הזמן!

### תנאי שימוש והסרת אחריות במדריך

זכויות היוצרים למדריך, לתכנים ולאופן הצגת התכנים במדריך שמורות לעידן שלומן ו - Signup קידום אתרים. אין להעתיק ו/או לשכפל ו/או להפיץ ו/או לפרסם ו/או לעשות כל שימוש מסחרי בחלק כלשהו במדריך במישרין או בעקיפין, ללא הסכמת עידן שלומן ו - Signup קידום אתרים מראש ובכתב.

מדריך זה נועד לשם אספקת מידע כללי בלבד ואינו מהווה תחליף להתייעצות עם איש מקצוע בתחום. השימוש במידע שמוצג במדריך הוא באחריות המשתמש, עידן שלומן ו - Signup קידום אתרים לא יהיו אחראים ולא ישאו, במישרין או בעקיפין, בכל נזק, ישיר, עקיף, תוצאתי או מיוחד, כספי או אחר, שנגרם למשתמש או לצד שלישי כלשהו כתוצאה משימוש או הסתמכות על המידע שמוצג במדריך זה ו/או שירות שמקושר ממדריך זה ו/או באתר של צד שלישי, לרבות הפסד הכנסה ו/או מניעת רווח שייגרמו מכל סיבה שהיא.

## מה הוביל את גוגל לשחרר את עדכון פינגווין ?

בשנתיים האחרונות גוגל משחררת עדכונים מסביב לשעון. עדכונים כמו פנדה (שמשפיעים בצורה קטנה מאוד על תוצאות החיפוש בישראל) ופינגווין הפכו לדבר שבשגרה.

### מהו עדכון גוגל פינגווין ?

גוגל פינגווין הוא עדכון אלגוריתם מתמשך שמטרתו להילחם במקדמי אתרים, משווקים ובעלי עסקים אשר משתמשים בספאם לקידום האתר בצורה אורגנית בגוגל.

לפי [הבלוג הרשמי של גוגל](#), עדכון גוגל פינגווין השפיע על כ - 3% - 4% מתוצאות החיפוש - אך לפי צפיות שאני ואחרים ערכנו כמעט ואין ביטוי שגוגל לא השפיעו עליו בעדכון האחרון.

### מהו ספאם מבחינת גוגל פינגווין ?

גוגל מתארים מספר טכניקות ספאם אשר קיימות כבר יותר מעשור (חלקן אפילו לפני שגוגל היו קיימים בכלל...), בין הטכניקות ניתן למצוא:

1. דחיסת מילות מפתח
2. מזימות קישורים
3. קלוקינג, הפניות קבועות/זמניות או עמודי מעבר
4. תוכן משוכפל עם התייחסות ל - Scraping.

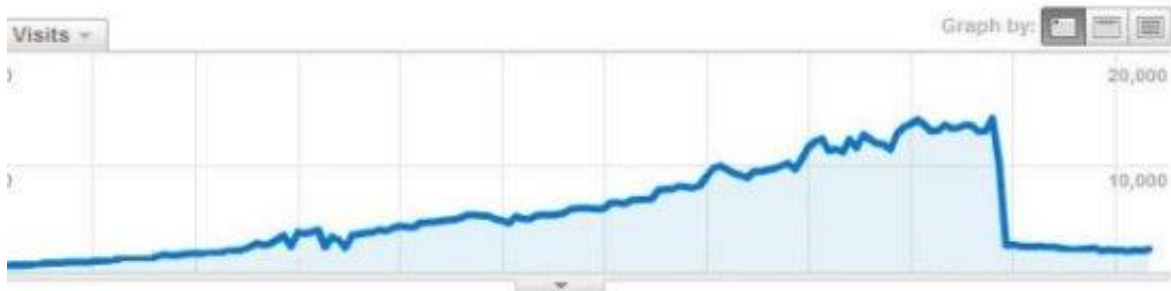
זה לא שרק עכשיו גוגל נזכרו לטפל בטכניקות ספאם, אלא שכעת הם מקווים שהם הצליחו לפתח שיטות חדשות לאיתור אתרים שמשתמשים בטכניקות אלה בצורה קלה יותר.

לצערנו, לא רק שיש אתרי ספאם שממשיכים לחגוג בתוצאות החיפוש, ישנם לא מעט בעלי עסקים ומקדמים שפעלו בצורה נכונה, קידמו אתרים בעלי תוכן איכותי ונענשו ללא כל סיבה ברורה.

## כיצד ניתן לזהות אם נפגעת מעדכון גוגל פינגווין?

בדומה לעדכוני עבר, ניתן לזהות פגיעה על ידי ירידה במיקומים או על ידי ירידה בכמות הכניסות לאתר.

אם אתה יודע מהם מיקומי האתר לפני ה – 24.4.2012 תוכל לבצע בדיקה על ידי סריקת המיקומים. אם אתה לא יודע את מיקומי האתר, תוכל לבדוק את הסטטיסטיקות ולראות אם יש ירידה משמעותית בכמות הכניסות לאתר ב – 24.4.2012.

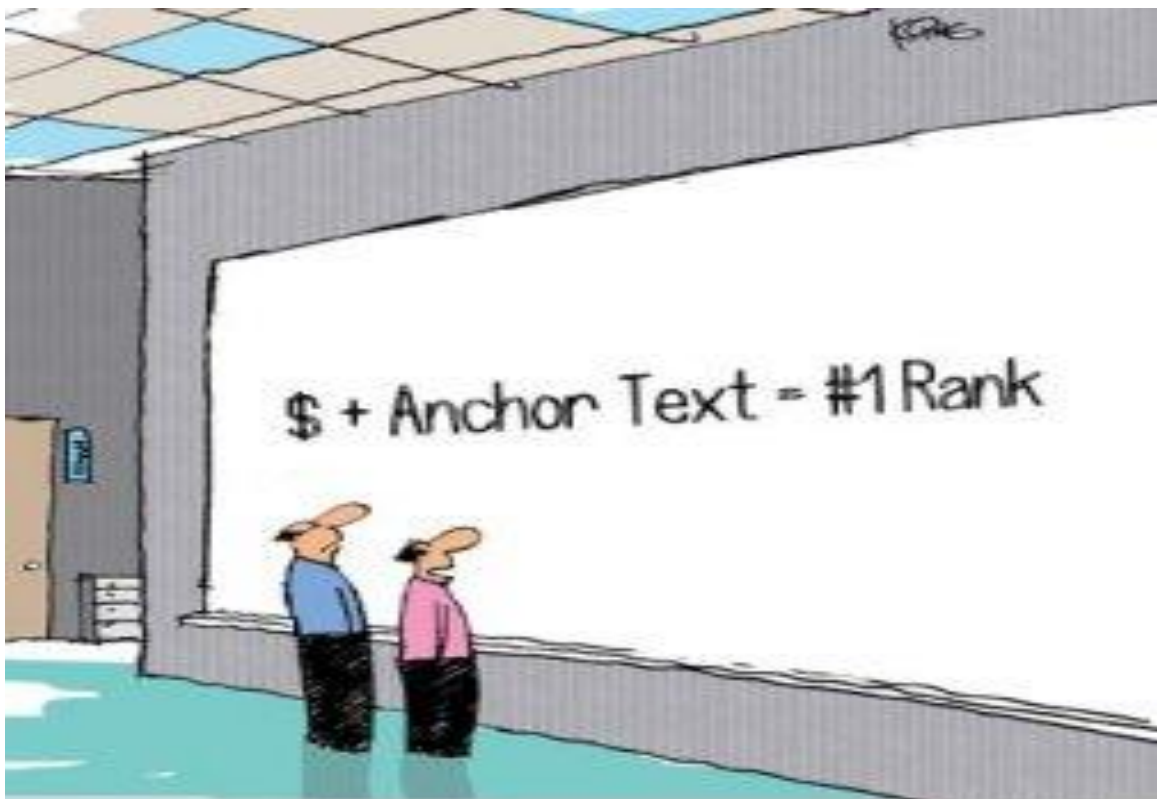


הערה חשובה, אם האתר הוא ישראלי יהיה קשה לבדוק את הנושא באמצעות סטטיסטיקות האתר מכיוון שהעדכון הראשוני של גוגל נפל על יום העצמאות ובכל מקרה פחות אנשים גולשים באינטרנט ויותר אנשים מטיילים, עושים על האש ומבלים (בדוק אם ישנה ירידה כלשהי בימים שלאחר העדכון הראשוני).

## תוכנית עבודה להתאוששות מעדכון גוגל פינגווין

אם גם אתה נמצא ב – 81% מהמקדמים/בעלי עסקים שלא הצליחו לשחזר את הנתונים שהתקבלו לפני אפריל 2012 מבחינת תנועת גולשים/מיקומים בתוצאות החיפוש אני ממליץ לך ליצור תוכנית עבודה שמתבססת על השלבים הבאים :

- ניתוח ותיקון בעיות אופטימיזציה הקשורות ל – On-Page
- ניתוח פרופיל הקישורים המפנים אליך ואל המתחרים העיקריים בנישה שלך.
- גיוון של מקורות, העוגנים (Anchor Text) והנישות שמפנות אליך קישורים.
- גיוון מקורות התנועה לניהול סיכונים טוב יותר בעתיד.



*"This Google Algorithm always works for me!"*

## ניתוח ותיקון בעיות אופטימיזציה הקשורות ל – On-Page

ההמלצה הראשונה שלי היא לעבור על אופטימיזציית ה – On-Page שבוצעה באתר, לנתח ולתקן בעיות שעדכון גוגל פינגווין נותן להן דגש, הבעיות המרכזיות הן :

1. **דחיסת מילות מפתח** – ברוב המקרים, ניתן לזהות דחיסת מילות מפתח בצורה קלה יחסית. פשוט עבור על הטקסטים באתר ובדוק האם ביטויי המפתח מופיעים פעם אחר פעם – ללא סיבה אמיתית.

ברוב המקרים, מקדמי אתרים ממליצים לשמור על צפיפות של 2%-5% (תלוי כמובן את מי אתה שואל 😊). ההמלצה שלי היא לא להתייחס להמלצות אלה בכלל - כתוב טקסטים ברורים, טבעיים ומקוריים אשר יתנו דגש למילת המפתח, ללא חישוב נוסחאות. זכור תמיד כי אתה כותב את הטקסטים לאנשים ולא לרובוטים של גוגל.

2. **תוכן משוכפל** – שוב, כמו בבעיה הקודמת, מאוד קל לזהות תוכן שהעתקת או העתיקו ממך (לפעמים, לא אתה אשם! 😊) ברשת.

בדוק את האתר שלך באמצעות כלים אוטומטיים כדוגמת CopyScape וטפל בנושא בהקדם. במידה ואתה הגורם המעתיק מומלץ להימנע מכך משום שהעתקת תכנים ברשת פוגעת בך ישירות וחושפת אותך לתביעות עתידיות.

3. **ניווט** – בדוק, האם הניווט באתרך בעייתי, מציג קישורים פנימיים לא רלוונטים או קישורים חיצוניים שפוגעים בך.

ההתייחסות פה היא לא לתפריטי הניווט בחלק העליון/תחתון אלא לתפריטים צדדיים, קישורים שמוצפים בחלק התחתון (ברוב המקרים) וכדומה.

4. אופטימיזציה לא אחידה – בדוק האם יש לך מספר עמודים שעברו אופטימיזציה בדיוק לאותו ביטוי. ברוב המקרים, מומלץ לבצע אופטימיזציה לביטוי אחד בכל עמוד ולא לנסות ולהתאים מספר רב של עמודים לאותו ביטוי, דבר המקשה על גוגל לאתר את העמוד הרלוונטי ביותר אצלך ולהציג אותו בתוצאות החיפוש.

רוב הסיכויים שאם חברה מקצועית מקדמת אותך, האתר שלך לא יתמודד מול הבעיות הנ"ל והטיפול בהשלכות עדכון גוגל פינגווין יתבצע בדרכים שיתוארו בהמשך המדריך.

עם זאת, במידה ואתה מצליח לאתר בעיות הקשורות לאופטימיזציית ה – On-Page, מומלץ לטפל בהן בצורה מיידית!

## ניתוח פרופיל הקישורים המפנים אליך ואלא המתחרים העיקריים בנישה שלך

במידה ואין לך בעיות On-Page ברורות, עליך לנתח את מדדי ה - Off-Page של האתר שלך ושל אתרי המתחרים שלך (ששרדו או נפגעו גם כן מעדכוני הפינגווין..).

אני ממליץ לך לא לוותר על שלב זה ולהשתמש במגוון הכלים שעומדים ברשותך על מנת להבין את המצב שלך מול המתחרים. כיום, קיימים הרבה מאוד כלים בתשלום כמו Moz, Majestic SEO ואחרים. בנוסף, קיימים כלים חינמיים כמו [טו הכלים של Bing](#) ו- [Webmaster Tools](#) שמאפשר לך לבצע את אותן פעולות בקנה מידה קטן יותר.



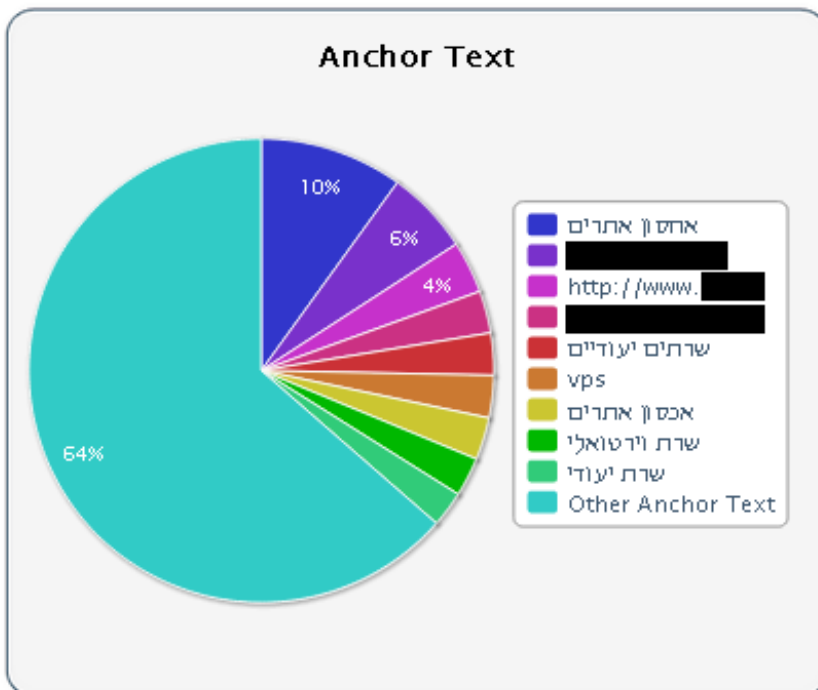
לאחר שתנפיק דו"ח המפרט את הקישורים הנכנסים אליך תוכל לסדר את עמודת טקסט העוגן (Anchor Text) ולראות אלו ביטויים מופיעים בתדירות גבוהה ומה היחס ביניהם. במידה ואחוז הקישורים שמופנים לביטויי המפתח שלך (לעיתים מתייחסים אליהם כאל ביטויי הכסף, הביטויים שדרכם מגיעים הגולשים..) גבוה מ- 20% תהיה חייב לשנות את היחס לטובת הביטויים הכלליים.

ככל שהיחס הקיים גבוה יותר, הזמן שתצרך להשקיע על מנת להפוך את פרופיל הקישורים של האתר שלך לטבעי יהיה גדול יותר.

### דוגמא מעשית לניתוח פרופיל קישורים

בשביל להדגים את ניתוח פרופיל הקישורים, אני אשתמש בכלי של Majestic SEO אשר מאפשר לזהות את היחס בין העוגנים בצורה מהירה ללא ניתוח ידני באקסל.

הנישה שבחרתי להדגמה היא אחסון אתרים וניתן לראות כאן 3 אתרים ששניים מהם נפגעו (ברמות שונות) ואחד עלה כתוצאה מהעדכון.



האתר הראשון, הוא אתר שיחס הקישורים שלו נמוך מאוד וניתן לראות שאחוז הקישורים על מילת המפתח העיקרית לא עולה על 10%.

ישנה חלוקה יפה מאוד על פני שם האתר, כתובת האתר וביטויים רלוונטים אחרים (VPS, שרת

וירטואלי, שרת יעודי וכדומה).



## גיוון של מקורות, העוגנים (Anchor Text) והנישות שמפנות אליך קישורים

כעת כשאתה מצוייד ביחסי הקישורים של אתרך ושל מתחריך, אתה יכול להבין טוב יותר כמה קישורים חדשים תצטרך ליצור על מנת להפוך את פרופיל הקישורים שלך לטבעי יותר.

במהלך תהליך בניית הקישורים מומלץ להקפיד על החוקים הבאים:

### 1. גיוון טקסט העוגן – מומלץ לנסות ולגוון את טקסט העוגן

(טקסט הקישור) עד כמה שניתן. לדוגמא, הנה כמה

דוגמאות שתוכל לאמץ לאתרך:

- שם האתר/החברה
- השם המלא שלך
- כתובת האתר
- לחץ כאן
- לקבלת X בחינם
- בקר באתר X
- הרשם באתר X
- לקבל ייעוץ באתר X
- ביטוי מפתח אשר מורכב מ – 4 ויותר מילים.

### 2. שילוב בין קישורי NoFollow לקישורי Follow – מומלץ

לנסות ולשלב בצורה אקראית בין קישורי NoFollow (קישורים אשר מנוע החיפוש אינו מתייחס אליהם בעת העברת PageRank) ובין קישורי Follow רגילים. אם אחוז גבוה מהקישורים שלך (מעל 90% ויותר) הם קישורי Follow מומלץ לנסות ולהוריד את היחס בין שני סוגי הקישורים.

ברוב המקרים, השארת תגובות בבלוגים מוכרים בתעשייה שלך יכולה להגדיל את קישורי ה – Nofollow שמופנים אליך בצורה משמעותית.

3. **רלוונטיות הקישורים** – נסה להקפיד על החלפות/קניית קישורים מאתרים בעלי קשר נושאי לאתר שלך.

4. **מקורות הקישורים** – נסה לאתר מקורות מגוונים עד כמה שניתן (אתרים מאמרים, תגיות, בלוגים, עסקים, ספקים, ביקורות, חדשות וכדומה), לעולם אל תסתמך רק על סוג אחד של אתרים. הרבה בעלי אתרים ומקדמים מתחילים מתבססים אך ורק על אתרי מאמרים ו – Web 2.0 אשר נענשו בצורה משמעותית בעדכונים האחרונים.

5. **עמודי היעד** – מומלץ להפנות קישורים למספר רב של עמודים תחת כתובת האתר ולא רק לעמוד הבית (טכניקה רווחת בקרב בעלי אתרים שמקדמים את האתר בצורה עצמאית).

ככל שתקפיד על גיוון גדול יותר, התוצאות שתקבל ישוחזרו וישמרו בצורה טובה יותר לאורך זמן.

## **גיוון של מקורות התנועה לניהול סיכונים טוב יותר לאחר גוגל פינגווין**

הנקודה האחרונה שאני רוצה להעביר לך היא החשיבות של גיוון מקורות התנועה שמגיע אליך.

אחרי כל עדכון אלגוריתם בגוגל, אני חושב לעצמי, למה לעזאזל אני צריך את זה?! – אני יושב משקיע בתוכן מקורי, קישורים איכותיים, זוכה במיקומים שמגיעים לי בזכות ובסוף גוגל באים עם איזה עדכון שלא ברור בכלל מה הקריטריונים שלו ומנפצים את הכל בעדכון אחד.

ישנם לא מעט בעלי אתרים שנפגעו מהעדכון האחרון שבוצע בגוגל, רובם לא יעידו על כך בפומבי, אבל בחדרי חדרים רואים פניקה רצינית.

## האם אתה שולט בנדל"ן שלך ?

בכנס VisionCamp האחרון, איתי אדם סיפר למה בכלל הוא התחיל עם דיוור אלקטרוני. איתי סיפר על מיזם שהוא רצה להפעיל באיביזה ולאחר שהוא קיבל אישורים, השקיע כסף רב והקים דוכנים במקום – הגיע המאפיה המקומית וסגרה לו את העסק.

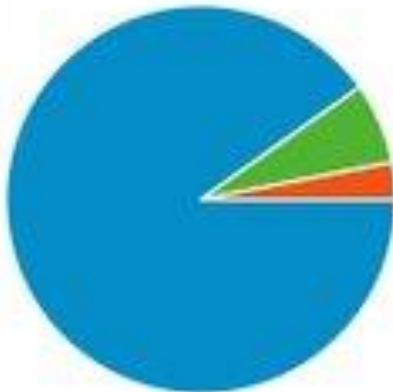
המסקנה שלו היתה שמאותו יום הוא ישלוט בנדל"ן שלו. כאשר אתה עוסק בדיוור אלקטרוני, הנדל"ן שייך לך, אף אחד לא יכול לסגור אותך מחר בבוקר, הרשימות ישארו איתך לנצח. לפני ההרצאה של איתי אספתי פה ושם כתובות, אבל ההרצאה שלו נתנה לי את הדחיפה לקחת את זה צעד נוסף קדימה.

בכל יום שעובר, אני מקבל יותר ויותר חיזוקים לכך שעסקים אשר מתבססים אך ורק על גוגל ליצירת מכירות שוטפות – חיים על זמן שאול. זה לא משנה אם אתה עובד על [קידום אתרים ממומן](#) או [קידום אתרים אורגני](#), הנפילה תבוא ביום מן הימים ואז יתכן שלא תוכל להתאושש מזה.

## אז מה עושים עם המסקנה הזו ?

קודם כל, עליך לבדוק כיצד האתר שלך מתנהג, בדוק בסטטיסטיקות מהם מקורות התנועה של האתר. במידה ויש לך חשיפה גבוהה למנועי החיפוש או למקורות תנועה אחרים (למשל, פייסבוק), נסה לצמצם אותה עד כמה שניתן.

X

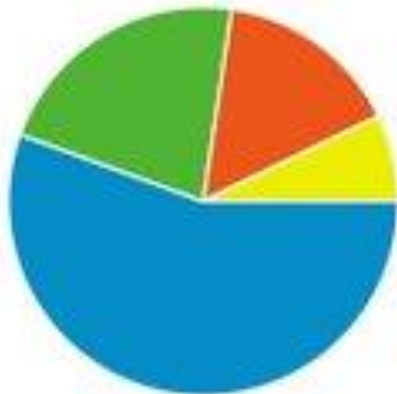


■ **90.16% Search Traffic**  
21,569 Visits

■ **6.75% Referral Traffic**  
1,614 Visits

■ **3.09% Direct Traffic**  
740 Visits

Y



■ **55.57% Search Traffic**  
1,263 Visits

■ **21.78% Referral Traffic**  
495 Visits

■ **15.44% Direct Traffic**  
351 Visits

■ **7.22% Campaigns**  
164 Visits

למשל, צילום המסך הנ"ל מתאר אתר X שיותר מ-90% מהתנועה שלו היא אורגנית לעומת אתר Y ש"רק" 55% מהתנועה שלו היא אורגנית – בשני המקרים, פגיעה במנועי החיפוש תגרור פגיעה משמעותית בעסק אך העסק השני הרבה יותר עמיד לשינויים מאשר העסק הראשון.

לאתר Y יש תנועת גולשים ישירה, מפנים טבעיים וקמפיינים אשר מספקים מחצית מהתנועה לאתר לעומת אתר X שרק 10% מהתנועה אליו לא מבוססת על חיפוש.

# כלי להסרת קישורים Disavow Links Tool

באמצע אוקטובר 2012 גוגל שיחררה פצצה שהרבה מאוד בעלי אתרים חיכו לה, כלי חדש שעונה לשם Disavow Links Tool ומטרתו לאפשר לבעל האתר או למקדם האתר לקבוע לגוגל איזה קישורים בעייתיים מבחינתו ואיזה קישורים מועילים לבעל האתר.

## למה בכלל להשתמש בכלי של גוגל להסרת קישורים ?

מאז ומתמיד כמות, איכות ומקור הקישורים היו סיגנלים חשובים מאוד לדירוג אתרים בגוגל. לכן, נשאלת השאלה למה בכלל להשתמש בכלי אשר מסיר קישורים שמפנים אליך לאתר ?

התשובה לכך היא שלא כל הקישורים שווים, ישנם קישורים שפוגעים בך (בצורה כזו או אחרת, לפי הנחיות גוגל) ונחשבים לקישורים לא טבעיים, הנה כמה דוגמאות :

1. החלפות קישורים אוטומטיות
2. אתרי מאמרים באיכות ירודה
3. אתרי אינדקסים באיכות ירודה
4. רשתות בלוגים מלאכותיות
5. פרופילים מזוייפים
6. [ספאם תגובות בבלוגים](#)
7. ספאם תגובות בפורומים
8. ספאם קישורי Footer
9. [קניית קישורים](#)
10. אתרי לוויין באיכות ירודה
11. בלוגרולים עמוסים תחת בלוגים
12. [קידום אתרים שלילי Negative SEO](#) ,

כל הדוגמאות הנ"ל נחשבות בעיני גוגל לטקטיקות בעייתיות להשפעה על תוצאות החיפוש שלה.

## מתי כדאי להשתמש בכלי Disavow Links Tool ?

לפי דעתי, ישנם 2 מצבים ברורים בהם כדאי להשתמש בכלי Disavow Links Tool של גוגל :

1. **שימוש בכלי כאמצעי מניעה** – במידה ואתה חושש שכוחות חיצוניים מפעילים על אתרך אמצעים לקידום אתרים שלילי או שאתה חושב שחלק מהקישורים שיצרת אינם איכותיים מספיק תוכל לבקש הסרה של קישורים מסויימים.
2. **שימוש בכלי כאמצעי לריפוי האתר** – הצורך בכלי החדש נולד כתוצאה ממצאות אחרת בתוצאות החיפוש. בשנים האחרונות יכולנו לראות כמות גדולה מאוד של פעולות מצד גוגל אשר השפיעו גם על אתרים לגיטימיים לחלוטין.

בין הפעולות שגוגל ביצעה בעבר ניתן למצוא עדכוני אלגוריתם (גוגל פנדה, גוגל פינגווין ואלפי עדכונים קטנים במהלך התקופה), שליחת [הודעות על קישורים לא טבעיים](#), פעולות ידניות כנגד אתרים בעייתיים במיוחד והסרה מוחלטת של דומיינים מהאינדקס (במקרים קיצוניים במיוחד).

חשוב מאוד לדעת שגוגל טוענים שהשימוש בכלי להתנערות מקישורים הוא כלי אשר מיועד למשתמשים מתקדמים ויש להשתמש בו במשנה זהירות וכמוצא אחרון (לאחר שניסית באופן פעיל להסיר את הקישורים הבעייתיים מהרשת ולא הצלחת..). תיאורטית שימוש לא נכון בכלי יכול להביא דווקא לפגיעה באתר ולא לשיפור דירוגי האתר במנועי החיפוש.

כמו כן, מצד אחד גוגל שומרים לעצמם את הזכות להתעלם מבקשות ההתנערות שלך, אך מצד שני הם טוענים שהם יתייחסו לבקשות ברצינות (כרגיל, הם אומרים הרבה ושום דבר..).

## איך משתמשים בכלי הסרת הקישורים (Disavow Links Tool) בכלי מנהלי האתרים של גוגל ?

על מנת להתחיל בתהליך עליך למצוא מאיפה אתה מקבל קישורים לאתרך – בשביל לעשות זאת, הכנס לפאנל הניהול של כלי מנהלי



האתרים של גוגל < תנועה < (Traffic) קישורים לאתר שלך (Links to Your Site) < לחץ על עוד תחת מי מספק את המספר הרב ביותר של קישורים והורד את כל טבלת הקישורים.

כעת שיש לך את רשימת הקישורים שמפנה לאתרך, תוכל להתחיל ולעבור על כל הקישורים ולזהות עמודים או דומיינים בעייתיים. איך ניתן לזהות זאת? – כרגע, אני בעיקר מפעיל הרבה שיקול דעת.

נסה למצוא דומיינים לא מוכרים לך (סביר להניח שאחוז נכבד מהקישורים יהיו קישורים שאתה יצרת ולא אחרים הפנו אליך), נסה למצוא אתרים ש"הפכו את עורם" והשתנו במרוצת השנים (שינוי בעלים או שינוי נושא) ובמידה ואתה עוקב אחר המיקומים שלך נסה לזהות מגמות הקשורות לפעילות הקישורים שלך (כלומר, האם יש ירידות לאחר הוספת קישורים ממקורות חדשים).

לאחר שזיהית את הקישורים הבעייתיים, הכן קובץ TXT או CSV אשר מכיל את רשימת הקישורים, קישור אחד בכל שורה. במידה ותרצה להתנער מעמוד ספציפי הכנס את הקישור בצורה הזו:

<http://www.bad-domain-name.co.il/bad-page.html>

במידה ותרצה להתנער מכל הדומיין הכנס את הקישור בצורה הזו:

domain:bad-domain-name.co.il

אם כמות הקישורים היא רבה תוכל לחלק את הקובץ באמצעות הערות על ידי שימוש בסולמית, בצורה הבאה:

#Blog Comment Spam

<http://www.bad-domain-name.co.il/bad-page1.html>

<http://www.bad-domain-name.co.il/bad-page2.html>

<http://www.bad-domain-name.co.il/bad-page3.html>

#Article Spam

domain:bad-domain-name.co.il

לאחר שסיימת להכין את הקובץ הדרוש, [הכנס לכלי מנהלי האתרים ושייך אותו לדומיין הרצוי](#).

מומלץ מידי תקופה לדגום את הקישורים החדשים שנוספו לאתר ולהוסיף קישורים בעייתיים לרשימת הקישורים שאתה מעוניין להתנער ממנה. לא תוכל להעלות עוד קבצים אך תוכל לערוך את הקובץ הקיים ולשנות אותו במידת הצורך.

לסיכום, מומלץ להיזהר מאוד בעת שימוש בכלי Disavow Links של גוגל. סביר להניח שרוב בעלי האתרים לא ישתמשו בכלי החדש בעיקר מסיבות כמו חוסר ידע, קושי לזהות את הקישורים הבעייתיים ופחד מהסרת קישורים שיבצעו את הפעולה ההפוכה ויורידו אותם בדירוג.

## דברי סיכום

ראשית, אני רוצה להודות לך שקראת את המדריך עד סופו, אני בהחלט מקווה שבאמצעות הרעיונות, הטיפים והכלליים שקראת במדריך תוכל לשפר את דירוגי האתר שלך ולהתאושש מהשפעות עדכון גוגל פינגווין.



אם אתה רוצה ללמוד איך להיות ראשון בגוגל, להשיג לקוחות חדשים ולהגדיל את המחזור החודשי שלך באמצעות קידום, שיווק ופרסום אתרים באינטרנט, אני מזמין אותך [להרשם לעדכונים מהבלוג של Signup](#).

שנית, אם יש לך שאלות, דרישות או בקשות כלשהן, אתה תמיד מוזמן ליצור עימי קשר באמצעות [טופס יצירת הקשר באתר Signup](#) או במייל [idan@signup.co.il](mailto:idan@signup.co.il).

בנוסף, במידה ואתה מעוניין לקרוא על פתרונות קידום האתרים שאנו מציעים הכנס לאתר Signup תוכל לקבל שם את כל הידע המקדים בנושא – גם כאן, [נשמח לייעץ לך ללא כל התחייבות](#).