

Google June 2025 Core Update Rozpoczęty!

30 czerwca 2025 roku Google ogłosiło rozpoczęcie wdrażania nowej aktualizacji głównego algorytmu – *June 2025 Core Update*. Zgodnie z oficjalnym komunikatem, aktualizacja ta rozpoczęła się o godzinie 07:30 czasu pacyficznego letniego (PDT), a jej wdrożenie może potrwać do trzech tygodni. W tym okresie spodziewane są zmiany w widoczności oraz ruchu organicznym.

Co nowego w aktualizacji?

Nowa aktualizacja wzmacnia dotychczasowe trendy, koncentrując się na:

- **E-E-A-T** (Doświadczenie, Ekspertyza, Autorytet, Zaufanie) oraz **content-first** – Google kładzie jeszcze większy nacisk na tworzenie treści z myślą o użytkownikach, zapewniając wysoką jakość i autentyczność materiałów.
- **Jakość doświadczenia użytkownika (UX)** – Core Web Vitals oraz **mobile-first indexing** pozostają fundamentami w ocenie stron internetowych.
- **Walce ze spamem** – Spodziewajmy się wynideksowania stron, których treści nie są regularnie aktualizowane i wciąż bazują na przestarzałych informacjach.

Ekspert SEO, Jakub Kękuś Team Leader SEO w Harbingers, komentuje:

Ze względu na wdrożenie June 2025 Core Update, mogą wystąpić istotne zmiany w widoczności oraz ruchu organicznym stron. W związku z tym, szczególnie ważne będzie bieżące monitorowanie wyników za pomocą Google Search Console, GA4 oraz narzędzi do śledzenia pozycji dla kluczowych haseł money keywords. Należy również porównywać wyniki z konkurencją, aby upewnić się, czy zmiany są efektem ogólnych trendów rynkowych, czy dotyczą tylko naszej firmy. Szczególnie w momencie takich zmian, kluczowa jest współpraca z zaufanymi partnerami, którzy pomogą w odpowiedniej adaptacji, co pozwoli uniknąć potencjalnych negatywnych skutków aktualizacji w przyszłości.

Jakie działania powinniśmy podjąć?

Firmy borykające się z problemami w zakresie widoczności lub ruchu powinny przede wszystkim:

- Regularnie monitorować wyniki za pomocą Google Search Console, GA4 i narzędzi do monitoringu pozycji.
- Porównywać swoje dane z danymi konkurencji, aby sprawdzić, czy zmiany są wynikiem ogólnych trendów, czy są specyficzne dla danej firmy.
- Należy także zwrócić uwagę na aktualizacje treści i regularność ich odświeżania, aby uniknąć ewentualnych kar za przestarzały content.
- Wskazana jest weryfikacja technicznych aspektów związanych z SEO i użytecznością strony dla użytkowników i robotów indeksujących.

Więcej informacji: [Google Search Status](#)