Ezt kell először megtudnod

A világ nem tudja, hogy a weboldalad létezik se az emberek, se a google.

Bekerülés a Google találati listájába

Amennyiben most indítod a weboldalad egy teljesen új domain név alatt, akkor a Google sem tudja, hogy létezik a weboldalad. Hiába írod be a google keresőbe azokat a szavakat, amikre megszeretnél jelenni, nem fogsz. A google tudtára kell hozni, hogy létezik az új weboldalad!

Ezt az alábbiakkal érhetjük el:

Egyik megoldás:
A Google-be a weboldalt egy robot fogja bejegyezni. Ez a robot a weboldalak linkjein keresztül jut el egyik weboldalról a másik weboldalra. Tehát fel kell tenned a webáruház linkjét egy másik weboldalra, amit már látogat az a bizonyos Google robot.
Ilyen oldal lehet egy partnered oldala, egy tematikus oldal, pl.: lap.hu oldalak megfelelő rovata, fórumok, internetes hirdető oldalak, közösségi oldalak stb.

A link szövege legyen a webáruházad témájával kapcsolatos és persze kattintásra a webáruházadra vigyen. Pl.: Webáruház bérlés

Másik megoldás:
Ha beregisztrálod a webáruházad a Google weboldal elemző rendszerébe itt: https://analytics.google.com/analytics/web/ akkor automatikusan bekerül a listába. Itt statisztikát is látni fogsz a webáruházad látogatottságáról.

Ez módszer csak arra jó, hogy bekerülj a listába. Az előző, link kihelyezős verzió pedig a listában való jó helyezést is segíti.
Javaslatom, hogy mind a kettőt végezd el!

Az még nem elég, hogy bekerültél a Google listájába. Eleinte nem a lista elején fog megjelenni a weboldalad a találatok között. Mivel a vásárlóid, témád utáni érdeklődők 90%-a már a Google első oldalán megtalálja a termékedet, szolgáltatásod más weboldalakon, ezért keresőoptimalizált tartalmat kell feltöltened, hogy előre kerülj a listában.

Az elv egyszerű

A cél, hogy sok érdeklődő keressen a weboldaladon keresztül. ⇒ Ehhez sok látogató kell. ⇒ A sok látogatóhoz jó Google helyezés kell. ⇒ A jó Google helyezéshez a Google számára megfelelő tartalom kell.

Hogy kell a Googlere optimalizálni a tartalmat?

Az optimalizálás azt jelenti, hogy igyekszünk megfelelni a Google azon szabályrendszerének, amely szerint a találati listát alakítja.
Ez a szabályrendszer teljes egészében nem ismert, ez a Google legféltettebb titka. A keresőoptimalizáló szakemberek a Google által közzétett irányelvekre és a saját tapasztalatukra támaszkodva végzik a munkájukat. Így teszünk mi is ebben az ismertetőben.

A weboldal keresőre optimalizálást három részre osztottuk. Fontossági sorrendben ezek a következők:

1. A tartalom optimalizálása.
   Ez a Te által feltöltött tartalomra vonatkozik, melyeket a menüpontokba töltesz fel.

2. Weboldal kódjának, szerkezetének az optimalizálása.
   Ez a mi, azaz a weboldal készítő dolga. Ez azt jelenti, hogy a Te által felvitt tartalmat, hogy mutatja meg az oldal a Google robotnak, amikor az megvizsgálja az oldalt.

3. Külső hivatkozások.
   Ez azt jelenti, hogy hány, más weboldalról mutat a weboldaladra hivatkozás. Ez azért kell, mert a Google egyik irányelve szerint annál értékesebb a weboldal tartalma, minél többen hivatkoznak rá.

Neked az 1. és 3. pontokat kell elvégezned, de hogy ezeket jól meg tudd csinálni, értened kell a 2. ponthoz is.

1. A tartalom optimalizálása.

Menüpont neve:

Olyan menüpont nevet válassz, amit a téma iránt érdeklődők szerinted beírnak a google keresőbe, mikor erre a témára keresnek.

Menüpont tartalma:

Használj szakszavakat és olyan szavakat, amik szakmailag kapcsolódnak a témához. A szakmai rész kivastagíthatod, ezzel jelezve a robotnak, hogy ez egy releváns gondolat a tartalomhoz. Használj felsorolást és képeket.

A menüpontnál a több, jobb a kevésnél.

FONTOS

Ne használj másolt tartalmat!
A Google bünteti a másolt tartalma, tehát a weboldal eléggé hátra fog kerülni a találati listában, ha másolt tartalommal rendelkezik.

Mi a másolt tartalom?
Az a szöveg, amit a Google más weboldalon már megtalált előtted és a Te weboldaladban is szerepel jelentősebb, hozzáadott érték nélkül.
Ha minden kötél szakad, pl.: gyógyszer leírás esetén kötelező mindenkinek a termék leírását közzétenni, így minden webáruházban ez ugyan az lesz, ez esetben tapasztalatunk szerint, legalább 30%-ban különbözzön a szöveg. Ezt úgy kell elérni, hogy a kötelező szöveghez írj egyedi tartalmat.

Termékleírás keresőoptimalizálása:
A termék leírásának keresőoptimalizálásában nagy szerepet játszik, illetve nagy segítséget nyújt az adminisztrációs felületen lévő, keresőoptimalizálást segítő program.
Nem kell megtanulnia a keresőoptimalizálást csak be kell tartani a program által javasolt változtatásokat.

2. Webáruház kódjának, szerkezetének az optimalizálása.

Itt leginkább azt kell tudnod, hogy az általad felvitt tartalmat hogyan mutatjuk meg a Google robotnak.

A rövid leírásból nem lehet két egyforma. Minden menüponthoz mást kell írni! Ez kb.:200 karakter lehet. Amint látható a webáruház a termék nevét elhelyezi a linkben is. Ezen kívül egyéb fontos helyeken is elhelyezi, mint pl. a navigációs sávban linkként is.

3. Külső hivatkozások

Bár a Google azt mondja, hogy ha többen hivatkoznak az oldalra, akkor értékesebb a tartalma, azért nem minden hivatkozás fajtával lehet ezt elérni.

Milyen legyen az oldaladra mutató link?
A link szövege legyen annak a lapnak a kulcsszava, ahova a link mutat és ne a webcím.

Példa:
Link szövege: Fradi sporttáska (erre lehet kattintani)
Cél oldalunk címe: http://onlinekiarusitas.hu/termek/193-sporttaska-fradi-mintaval

A link akkor a legértékesebb, ha olyan szövegkörnyezetben van, melynek témája rokon az oldalad témájával. Az értéktelen linkek halmozása, főleg ha egyszerre sok keletkezik, nem segít a keresőoptimalizálásba. A linkek keletkezése legyen természetes, életszerű.

Horváth Zsolt

WEBHASZON