

Badanie słów kluczowych. Najważniejszy krok SEO.

Dlaczego badania słów kluczowych są tak ważne?

Badanie słów kluczowych jest pierwszym i najważniejszym etapem każdego projektu SEO. Badanie słów kluczowych jest najważniejszym etapem z dwóch głównych powodów:

1. Jeśli wysoko oceniasz witrynę pod kątem niewłaściwych słów kluczowych, możesz spędzić dużo czasu i wysiłku, aby odkryć, że słowo kluczowe, na które kierujesz, nie odbiera żadnego ruchu.
2. Jeśli nie zbadałeś konkurencyjności swoich słów kluczowych, możesz zainwestować dużo czasu i wysiłku w konkretne słowo kluczowe, tylko po to, aby znaleźć je zbyt konkurencyjne do rankingu, nawet na pierwszej stronie.

Te dwie pułapki są często decydującym czynnikiem decydującym o powodzeniu każdego projektu SEO.

Ta sekcja omawia, jak uniknąć tych pułapek i jak znaleźć najlepsze słowa kluczowe. Po pierwsze, musimy zdefiniować, czym jest słowo kluczowe

Czym dokładnie jest słowo kluczowe?

Jeśli jesteś nowicjuszem SEO, możesz się zastanawiać, co to jest słowo kluczowe? Słowo kluczowe to dowolna fraza, w której witryna ma być umieszczana w wynikach wyszukiwania Google. Słowo kluczowe może być pojedynczym słowem lub słowo kluczowe może być również kombinacją słów. Jeśli próbujesz wycelować w jedno słowo, obserwuj! Twoja praca będzie dla ciebie wycięta. Słowa kluczowe jednowyrazowe są niezwykle konkurencyjne i trudne do uzyskania wysokiej pozycji w wynikach wyszukiwania. Oto kilka różnych rodzajów słów kluczowych:

Terminowe słowa kluczowe: słowa kluczowe z jednym do dwóch słów, tj. Klasyczne filmy.

Długie słowa kluczowe: słowa kluczowe z trzema lub więcej frazami, tj. Klasyczne filmy Akira Kurosawa

Słowo kluczowe nawigacyjne: słowa kluczowe używane do zlokalizowania konkretnej marki lub strony internetowej. Przykładami mogą być Facebook, YouTube lub Gmail.

Słowo kluczowe informacyjne: słowa kluczowe używane do odkrycia konkretnego tematu. Obejmuje to słowa kluczowe zaczynające się od „jak...” lub „co są najlepsze ...”

Słowo kluczowe transakcyjne: słowa kluczowe wprowadzone do Google przez klientów chcących wykonać akcję komercyjną, tj. „Kupić kurtki przez Internet”.

W większości przypadków kierowanie hasła lub słów kluczowych nawigacyjnych dla innych marek jest konkurencyjne i nie jest warte czasu ani wysiłku. Pomimo ich dużej liczby ruchu, na ogół nie prowadzą do żadnej sprzedaży. Z drugiej strony, słowa kluczowe longtail, informacyjne i transakcyjne to dobre słowa kluczowe dla większości projektów SEO. Doprowadzą do większej liczby klientów.

Jak wygenerować ogromną listę słów kluczowych.

Istnieje wiele sposobów na oczyszczenie kota. To samo dotyczy wyszukiwania właściwych słów kluczowych. Zanim będzie można znaleźć słowa kluczowe o dużym natężeniu ruchu w Google, należy najpierw opracować listę potencjalnych słów kluczowych istotnych dla firmy. Istotność jest niezbędna. Jeśli spędzasz czas próbując rzucić zbyt szeroką sieć, możesz skończyć na kreowaniu słowa kluczowego nieistotnego dla odbiorców. Na przykład, jeśli jesteś sprzedawcą detalicznym kurtek piłkarskich online w Stanach Zjednoczonych, przykładami odpowiednich słów kluczowych mogą być:

Kup kurtki piłkarskie

Kup online kurtki piłkarskie

Sklep internetowy z kurtkami piłkarskimi USA

Nieistotne słowa kluczowe to mogą być:

Zdjęcia kurtek piłkarskich

Jak zrobić własną kurtkę piłkarską

Producenci kurtek piłkarskich

Jak zaprojektować kurtkę piłkarską

Możesz zobaczyć, w jaki sposób pierwsza pula słów kluczowych jest bardziej odpowiednia dla grupy docelowej sprzedawcy kurtek piłkarskich, a druga pula słów kluczowych jest powiązana, ale mało prawdopodobne, że przyprowadzi ci klientów. Mając na uwadze trafność, musisz opracować listę potencjalnych kombinacji słów kluczowych, które będą używane jako zasób, dzięki czemu będziesz mógł odkrywać najlepsze słowa kluczowe o przyzwoitym ruchu każdego miesiąca w Google. Poniżej wymienione są potężne strategie, których możesz użyć, aby pomóc w generowaniu tej listy.

1. Kradzież słów kluczowych od konkurentów.

Jeśli czujesz się podstępny, możesz pozwolić swoim konkurentom na ciężkie podnoszenie i wyłapywanie słów kluczowych z ich witryn. Istnieje wiele narzędzi stworzonych w tym jedynym celu. Proste narzędzie to

analizator słów kluczowych SEOBook. Jeśli wprowadzisz stronę w tym narzędziu w ciągu kilku sekund, zeskoczy listę słów kluczowych, które Twój konkurent kieruje na swoją stronę. Następnie możesz użyć tej opcji do zbiorczej listy słów kluczowych.

SEOBook Keyword Analyzer

<http://tools.seobook.com/general/keyword-density/>

2. Burza mózgów na własnej liście głównej.

Zakładając, że konkurenci byli dokładni w swoich badaniach, nie zawsze jest to najlepszą strategią. Dzięki burzy mózgów kombinacji słów kluczowych można wygenerować gigantyczną listę potencjalnych słów kluczowych. Aby to zrobić, naszkicuj siatkę słów, z której może skorzystać Twój docelowy klient. Podziel słowa na różne przedrostki i przyrostki. Następnie połącz je w jedną gigantyczną listę za pomocą bezpłatnego narzędzia Mergewords. Dzięki tej strategii możesz szybko i łatwo zbudować ogromną listę odpowiednich słów kluczowych.

Mergewords

<http://www.mergewords.com>

Prefiks

- kup

- Gdzie mam kupić

Środkowe słowo

- koszulki NFL
- Mundury NFL
- Kurtki NFL

Przyrostki

- online

Połączone słowa kluczowe

- koszulki NFL
- koszulki NFL online
- Mundury NFL
- mundury NFL online
- Kurtki NFL
- Kurtki NFL online
- kupuj koszulki NFL
- kupuj koszulki NFL online
- kupuj mundury NFL
- kupuj mundury NFL online
- kupuj kurtki NFL
- kupuj kurtki NFL online
- Gdzie mogę kupić koszulki NFL
- gdzie mogę kupić koszulki NFL online
- Gdzie mogę kupić mundury NFL
- gdzie mogę kupić mundury NFL przez Internet
- gdzie mogę kupić kurtki NFL
- gdzie mogę kupić kurtki NFL przez Internet
- koszulki NFL
- koszulki NFL online
- Mundury NFL
- mundury NFL online
- Kurtki NFL
- Kurtki NFL online

Jak znaleźć słowa kluczowe, które wyślą ruch do Twojej witryny.

Teraz masz listę słów kluczowych, musisz zrozumieć, ile ruchu te słowa kluczowe otrzymują w Google. Bez danych o ruchu wyszukiwania możesz skończyć na kierowaniu słów kluczowych bez wyszukiwania. Uzbrojeni w odpowiednią wiedzę, możesz kierować słowa kluczowe z setkami lub nawet tysiącami potencjalnych użytkowników każdego miesiąca. Najpierw musisz założyć bezpłatne konto Google Adwords, link podany poniżej. Po zalogowaniu się musisz uzyskać dostęp do narzędzia Planowanie słów kluczowych. Aby to zrobić, zaloguj się, kliknij „Narzędzia” w górnym menu, kliknij „Planer słów kluczowych”, a następnie kliknij „Pobierz dane dotyczące liczby wyszukiwań i trendy”, skopiuj i wklej słowa kluczowe w polu. Wybierz swój kraj, a następnie kliknij niebieski przycisk „Uzyskaj liczbę operacji wyszukiwania”. Kiedy skończysz, będziesz dokładnie sprawdzać, ile razy każde słowo kluczowe było wyszukiwane w Google. Mmm. Świeże dane. To jest właśnie rodzaj danych, których potrzebujemy. Teraz wiemy, które słowa kluczowe otrzymują więcej wyszukiwań niż inne, a co ważniejsze, wiemy, które słowa kluczowe w ogóle nie są wyszukiwane. Możesz skupić się na słowach kluczowych, które doprowadzą do ruchu w Twojej witrynie.

Jak znaleźć słowa kluczowe do łatwego rankingu.

Teraz musisz dowiedzieć się, jak konkurencyjne są Twoje słowa kluczowe. Dzięki zrozumieniu, jak konkurencyjne są Twoje słowa kluczowe, możesz odkryć słowa kluczowe, które Twoja witryna może realistycznie osiągnąć w Google. Powiedzmy, że jesteś sprzedawcą książek używanych i chcesz kierować reklamy na „księgarnię online”. Jest mało prawdopodobne, abyś pokonał Amazon, Barnes and Noble. Ale może na twojej liście kryje się klejnot, na który niewielu ludzi celuje - może coś w stylu „antykwaratów online”. Masz przewagę, jeśli twoi konkurenci nie myśleli o kierowaniu na Ciebie słowa kluczowego. Po prostu musisz robić lepsze SEO niż oni robią i masz naprawdę dobrą szansę na pokonanie ich rankingów. Potrzebujesz sposobu, aby przemyć tę listę i oddzielić śmiesznie konkurencyjne słowa kluczowe od łatwych słów kluczowych, o których nikt nie pomyślał. Jest wiele szkół, w których można to zrobić. Najpopularniejsze praktyki badawcze w zakresie konkurencji są wymienione poniżej, z moimi przemyśleniami na temat każdego z nich.

1. Ręczne przeglądanie listy, przeglądanie rankingów i sprawdzanie, czy w najlepszych wynikach pojawiają się strony o niskiej jakości. To jest dobre dla szybkiego spojrzenia, aby zobaczyć, jak konkurencyjny jest rynek. Jest jednak zawodny i trzeba go uzupełnić prawdziwymi danymi.

2. Sprawdź, ile wyników wyszukiwania w Google dla Twojego słowa kluczowego pojawia się w wynikach wyszukiwania. Liczba wyników jest wyświetlana tuż pod polem wyszukiwania po wpisaniu słowa kluczowego. Ta taktyka jest powszechna w tanich kursach internetowych nauczających SEO, ale całkowicie niewiarygodnych. To moja najmniej ulubiona strategia. Powód? Konkretne strony mogą zawierać bardzo małą liczbę konkurujących ze sobą słów kluczowych, ale mogą to być witryny najwyższej oceny.

3. Korzystanie z wyników konkurencji słowa kluczowego Google AdWords

Nie ulegaj pokusie. Jest to powszechne narzędzie, chwalone w Internecie, jako prosty sposób na ocenę konkurencyjności SEO dla słów kluczowych, a to po prostu nie działa! Wynik zawarty w narzędziu do badania słów kluczowych Google AdWords jest przeznaczony tylko dla AdWords. Wskazuje, ilu reklamodawców rywalizuje o dane słowo kluczowe za pomocą płatnych reklam. Całkowicie nieistotne dla SEO.

4. Korzystanie z narzędzia do analizy konkurencji, takiego jak narzędzie trudności słów kluczowych Moz. Aby uzyskać realistyczne wyobrażenie o swoich szansach na wysoką pozycję w danym słowie

kluczowym, musisz zrozumieć siłę stron w pierwszej dziesiątce. Świetnym narzędziem do tego jest narzędzie do rozwiązywania problemów ze słowami kluczowymi Moz. Dzięki narzędziu trudności słowa kluczowego Moz możesz po prostu wpisać słowo kluczowe w narzędziu, kliknąć „sprawdź trudność”, a następnie kliknąć „wyświetl raporty z analizy serków”, aby wyświetlić istotne statystyki stron wyświetlanych w pierwszej dziesiątce. Najważniejsze z tych statystyk to domeny # root łączące się ze stroną oraz domeny # root łączące się z domeną główną. Te dwie statystyki pokazują, ile unikalnych witryn wskazuje konkretny ranking strony i ile unikalnych witryn łączy się z dowolnym miejscem w witrynie. Następnie, jeśli wpiszesz własną stronę internetową do narzędzia Open Site Explorer, możesz zobaczyć te same statystyki dla swojej witryny, a następnie wiedzieć, ile linków potrzebujesz, aby pokonać konkurencję. Uzbrojeni w tę wiedzę możesz polować, aby znaleźć łatwe słowa kluczowe i ustalić cele dotyczące liczby linków potrzebnych do uzyskania najlepszej listy. Możesz użyć narzędzia trudności Moz, rejestrując się na 30-dniowy darmowy okres próbny. Nie ma wielu alternatywnych narzędzi słów kluczowych zapewniających przyzwoity poziom dokładności w moim przekonaniu, jednak innym narzędziem, które znalazłem jako przydatne, jest Market Samurai, który oferuje podobne raporty do Moz.

Moz - Narzędzie trudności słowa kluczowego

<https://moz.com/researchtools/keyword-difficulty>

Moz - Open Site Explorer

<https://moz.com/researchtools/ose/>

Market Samurai

<http://www.marketsamurai.com/>

SEO na stronie. Jak poinformować Google o swojej stronie.

SEO na stronie to proces zapewniający czytelność Twojej witryny w wyszukiwarkach. Uczenie się poprawnego SEO na stronie jest ważne nie tylko dla zapewnienia, że Google wybiera słowa kluczowe, które chcesz, ale jest okazją do łatwych wygranych i poprawy ogólnej skuteczności witryny.

SEO na stronie zawiera następujące uwagi:

1. Upewnienie się, że treść witryny jest widoczna dla wyszukiwarek.
2. Upewnienie się, że witryna nie blokuje wyszukiwarek
3. Upewnienie się, że wyszukiwarki podnoszą pożądane słowa kluczowe.

Większość SEO na stronie możesz zrobić samodzielnie, jeśli masz podstawowy poziom doświadczenia w obsłudze stron. Jeśli nie jesteś skłonny technicznie, pamiętaj, że w tej części znajdują się sekcje techniczne. Powinieneś je przeczytać, aby zrozumieć, co należy zrobić, aby osiągnąć rankingi w Google, możesz łatwo zatrudnić projektanta stron internetowych lub programistę do wdrożenia technik SEO w tym rozdziale, po tym, jak dowiesz się, co jest potrzebne do osiągnięcia najwyższych rankingów.

Jak zorganizować swoją stronę w celu łatwego i automatycznego pozycjonowania.

Te najlepsze praktyki zapewnią, że twoja witryna będzie miała lepszą rozpoznawalność przez Google i inne wyszukiwarki.

1. Adresy URL przyjazne dla wyszukiwarek.

Czy odwiedziłeś kiedyś stronę internetową, a adres URL wyglądał mniej więcej tak...

<http://www.examplesite.com/~articlepage21/post-entry321.asp?q=3>

Co za bałagan!

Tego rodzaju adresy URL to szybki sposób na zmylenie wyszukiwarek i odwiedzających witrynę. Czyste adresy URL są bardziej logiczne, przyjazne dla użytkownika i przyjazne dla wyszukiwarek. Oto przykład czystego adresu URL:

<http://www.examplesite.com/football-jerseys>

Dużo lepiej.

Rzuć okiem na wyniki wyszukiwarki Google. Zobaczysz bardzo dużą część witryn w pierwszej dziesiątce, które mają czyste i czytelne adresy URL, takie jak powyższy przykład. I przez bardzo dużą część... mam na myśli ogromną większość. W większości systemów zarządzania treścią witryny w witrynie wbudowane są przyjazne dla wyszukiwarek adresy URL. Często wystarczy włączyć opcję w ustawieniach witryny. Jeśli w Twojej witrynie nie ma adresów URL przyjaznych dla wyszukiwarek, czas na „przyjazny” chat z programistą, aby to naprawić.

2. Nawigacja wewnętrzna

Nie ma ograniczeń dotyczących struktury nawigacji w witrynie. To może być błogosławieństwo lub przekleństwo. Niektórzy zmuszają odwiedzających do oglądania animacji lub wstępu, zanim będą mogli uzyskać dostęp do witryny. W związku z tym niektóre witryny utrudniają odwiedzającym i bardziej myślące dla wyszukiwarek pobieranie treści na stronie. Inne witryny zachowują prostotę, ponieważ menu jest wyświetlane wzdłuż górnej części witryny lub w dół po lewej stronie okna przeglądarki. W większości witryn stało się to standardem branżowym. Przestrzegając tego standardu, znacznie

ułatwiasz użytkownikom i wyszukiwarkom zrozumienie Twojej witryny. Jeśli zamierzasz złamać tę konwencję, musisz zrozumieć, że prawdopodobnie utrudnisz wyszukiwarkom pobieranie wszystkich stron w Twojej witrynie. Zasadniczo ułatwienie użytkownikom ułatwi Google. Przede wszystkim nawigacja w witrynie musi być oparta na prawdziwych linkach tekstowych - nie na obrazach.

Jeśli nawigacja na głównej stronie składa się obecnie z obrazów, uderz swojego projektanta stron internetowych i zmień je teraz na tekst! Jeśli nie masz głównej nawigacji w tekście, twoje wewnętrzne strony będą prawie niewidoczne dla Google i innych wyszukiwarek. Aby uzyskać dodatkowe wzmocnienie SEO, dołącz linki do stron, które mają być widoczne dla wyszukiwarek i odwiedzających na stronie głównej. Umieszczając linki specjalnie na stronie głównej, pajak wyszukiwarki Google może przyjść do Twojej witryny i szybko zrozumieć, które strony w Twojej witrynie są ważne i które warto uwzględnić w wynikach wyszukiwania

Jak sprawić, by Google wybierał słowa kluczowe, które chcesz.

Krąży wiele nieporozumień na temat tego, co robić, a czego nie, jeśli chodzi o optymalizację słów kluczowych na stronie. Niektórzy blogerzy posuwają się tak daleko, że mówią swoim czytelnikom, aby w ogóle nie umieszczali słów kluczowych w treści stron docelowych. Ci blogerzy - nie nazywam nazwisk - mają najlepsze intencje i naprawdę przejmowałem się wykrywaniem spamu Google na wyższy poziom. Ale to kompletne szaleństwo. Brak słów kluczowych na Twojej stronie powoduje, że Google prawie nie może dopasować Twojej strony do słowa kluczowego, dla którego chcesz umieścić pozycję. Gdyby Google całkowicie zdewaluowało posiadanie słów kluczowych na stronie, Google byłoby kiepską wyszukiwarką. Pomyśl o tym. Jeśli szukasz „Ford Mustang 65 Auto Parts” i dotrzesz na strony bez tych słów na stronie, jest bardzo mało prawdopodobne, że znalazłeś to, czego szukasz. Google musi zobaczyć słowa kluczowe na Twojej stronie, a te słowa kluczowe muszą być widoczne dla użytkowników. Łatwym podejściem jest albo utworzenie treści wokół słowa kluczowego, albo naturalnie splot słowo kluczowe na stronie. Nie twierdzę, że twoja strona powinna wyglądać jak poniższy przykład. „Witamy w sklepie z koszulkami NFL. Mamy tu mnóstwo koszul NFL, z szeroką gamą koszulek NFL, w tym koszulki damskie NFL, męskie koszulki NFL i koszulki dziecięce NFL i wiele innych.” Takie podejście mogło zadziałać 10 lat temu, ale nie teraz. Słowo kluczowe powinno pojawić się naturalnie na stronie. Wszelkie próby oszukania słów kluczowych będą wyglądać okropnie i mogą wywoływać filtry spamu w wyszukiwarkach. Używaj słowa kluczowego w sposób naturalny w całej treści. Powtarzanie słowa kluczowego kilka razy jest więcej niż wystarczające. To naprawdę takie proste. Następnie musisz upewnić się, że masz kilka słów kluczowych LSI na swojej stronie. LSI oznacza Latent Semantic Indexing. Nie zniechęcaj się terminem technicznym „słowa kluczowe LSI” to termin SEO dotyczący powiązanych wyrażień. Google uważa, że strona jest bardziej naturalnie napisana i ma wyższą tendencję do dobrej jakości i trafności, jeśli zawiera również odpowiednie i powiązane słowa kluczowe do głównego wyrażenia. Aby pomyślnie zoptymalizować stronę, musisz mieć swoje główne słowa kluczowe i powiązane słowa kluczowe na stronie. Znajdź dwa lub trzy powiązane słowa kluczowe z głównym słowem kluczowym i powtórz je na stronie dwa lub trzy razy. Ubersuggest to świetne narzędzie do wyszukiwania słów kluczowych, które Google uważa za powiązane z głównymi słowami kluczowymi - robi to, zgarniając sugestie z pola automatycznego sugerowania Google. Użyj Ubersuggest i badań słów kluczowych, aby określić listę najbardziej powiązanych słów kluczowych.

Ubersuggest - za darmo.

<http://ubersuggest.org>

Obszary, w które możesz wplatać słowa kluczowe na stronie, obejmują:

- Metaopis i meta title.

- Tekst zakotwiczenia nawigacji.
- Znaczniki tytułu kotwicy nawigacji.
- Nagłówki (znaczniki h1, h2, h3 i h4).
- Treść tekstu.
- Tekst pogrubiony i kursywą.
- Wewnętrzne linki w treści.
- Nazwa pliku obrazu, znacznik alt obrazu i znacznik tytułu obrazu.
- Nazwa pliku wideo, tytuł wideo.

Jak zachęcić więcej osób do klikania w rankingach Google.

Meta tagi są często mylnie rozumiane jako tajemnicze fragmenty kodu SEO profesjonalistów, z którymi się bawi, i tajemnica osiągnięcia najwyższych rankingów. To nie może być dalej od prawdy. Funkcja metatagów jest naprawdę bardzo prosta. Meta tagi to fragmenty kodu w witrynie kontrolujące sposób wyświetlania witryny w Google. Jeśli nie wypełnisz tagów meta, Google automatycznie użyje tekstu z Twojej witryny do utworzenia wpisu wyszukiwania. To jest dokładnie to, czego Google nie chce robić, w przeciwnym razie może to wyglądać jak bełkot! Wypełnij te tagi poprawnie, a możesz zwiększyć liczbę osób klikających na Twoją stronę z wyników wyszukiwania. Poniżej znajduje się przykład kodu metatagu.

```
<title> Paul's NFL Jerseys </ title>
```

```
<meta description = „Kup koszulki NFL online. Szeroka gama kolorów i rozmiarów.”
```

```
/>
```

```
<meta name = „robots” content = „noodp, noydir” />
```

Poniżej znajduje się przykład, w jaki sposób strona z powyższym tagiem meta powinna pojawić się jako wynik wyszukiwania w Google:

Koszulki Paul NFL

Kup koszulki Paul NFL online. Szeroka gama kolorów i rozmiarów.

<http://www.yoursite.com/>

Dość proste, co?

Tag tytułowy ma limit znaków wynoszący około 70 znaków w Google. Używaj więcej niż 70 znaków, a Google prawdopodobnie obcina tag tytułowy w wynikach wyszukiwania. Znacznik opisu meta ma limit znaków wynoszący około 155 znaków. Podobnie jak tag title, Google skróci Twoją wizytówkę, jeśli w tagu jest więcej niż 155 znaków. Ostatni tag meta robota wskazuje Google, który chcesz kontrolować, w jaki sposób Twój wpis pojawia się w wynikach wyszukiwania. Dobrze jest to uwzględnić, w przeciwnym razie Google może zignorować twoje tagi i zamiast tego użyć tych wymienionych w innych katalogach, takich jak Open Directory Project i Yahoo Directory. Aby zmienić te tagi w swojej witrynie, masz trzy opcje:

1. Użyj oprogramowania, na którym jest zbudowana Twoja witryna. Większość systemów zarządzania treścią ma możliwość zmiany tych tagów. Jeśli tak się nie stanie, może być konieczne zainstalowanie wtyczki, aby zmienić te tagi.
2. Porozmawiaj ze swoim projektantem stron internetowych lub programistą, aby ręcznie zmienić tagi Meta.
3. Jeśli jesteś osobą znającą się na technice i znasz HTML, możesz zmienić te tagi w kodzie samodzielnie.

Szybkość ładowania witryny - magiczny pył Google.

Jak szybko (lub powoli) ładowanie witryny jest kolejnym czynnikiem brany pod uwagę przez Google przy podejmowaniu decyzji o tym, jak powinna oceniać strony w wynikach wyszukiwania. Bardzo znany pracownik Google, Matt Cutts, przyznał publicznie dużą szybkość ładowania. Jeśli Twoja witryna jest tak powolna jak martwy ślimak, to prawdopodobnie Twoja witryna nie spełnia swojego potencjału w wyszukiwarkach. Jeśli czas ładowania strony jest średni, poprawa szybkości ładowania jest szansą na łatwe zwiększenie SEO. Szybkość ładowania jest nie tylko czynnikiem przyczyniającym się do osiągnięcia najwyższych rankingów w Google, ale za każdym razem, gdy strona jest ogolona, wyświetlana jest obszerna liczba raportów branżowych, średni współczynnik konwersji witryny wynosi 7%. Innymi słowy, im szybciej strona się ładuje, tym więcej masz szans na wypełnienie przez ludzi sprzedaży lub wypełnienie formularza zapytania. Oczywiście nie jest to aspekt, który należy pominąć. Na szczęście istnieje kilka narzędzi, które ułatwiają zwiększenie prędkości ładowania.

1. Google Page Speed Insights.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

Świetne bezpłatne narzędzie Google, narzędzie Page Speed Insights, da ci 100-stronicowy wynik ładowania strony. Możesz sprawdzić, jak dobrze porównuje się szybkość ładowania z innymi witrynami. Możesz również sprawdzić, jak dobrze witryna ładuje się na urządzenia mobilne i komputery stacjonarne. Wyniki bliższe 100 są niemal idealne. Po przeprowadzeniu testu w witrynie narzędzie wyświetli listę obszarów o wysokim priorytecie, średnim priorytecie i niskim priorytecie do ulepszenia. Możesz przekazać je swojemu deweloperowi, aby przyspieszyć swoją witrynę, lub jeśli jesteś trochę zaawansowany technicznie,

sam możesz sobie z tym poradzić.

2. Narzędzia do pingowania

<http://tools.pingdom.com/>

Narzędzia Pingdom są doskonałym narzędziem do sprawdzania, ile czasu zajmuje załadowanie witryny w różnych częściach świata, a także szybkie rozbicie plików i zasobów spowalniających działanie witryny. Po zakończeniu testu, jeśli przewiniesz w dół, zobaczysz listę plików, które każdy użytkownik musi pobrać za każdym razem, gdy odwiedzają Twoją witrynę. Jeśli odkryjesz pliki, które można zmniejszyć, możesz zwiększyć szybkość ładowania witryny.

Łatwymi celami ulepszeń są duże obrazy. Jeśli masz jakieś obrazy o rozmiarze ponad 200 KB, można je zoptymalizować i skrócić do ułamka rozmiaru bez utraty jakości. Zanotuj te pliki, wyślij je do swojego programisty lub projektanta stron internetowych i poproś o kompresowanie plików do mniejszego rozmiaru pliku.

Zwykli podejrzani - sitemaps.xml i robots.txt

Sitemaps.xml

Wyszukiwarki automatycznie szukają specjalnego pliku w każdej witrynie o nazwie plik sitemaps.xml. Posiadanie tego pliku w witrynie jest konieczne, aby ułatwić wyszukiwarkom odkrywanie stron w witrynie. Mapy witryn to w zasadzie olbrzymia mapa wszystkich stron w Twojej witrynie. Na szczęście utworzenie tego pliku i umieszczenie go w witrynie jest prostym procesem. Większość systemów CMS automatycznie generuje plik map witryn. Obejmuje to systemy takie jak Wordpress, Magento, Shopify. Jeśli tak nie jest w Twojej witrynie, może być konieczne zainstalowanie wtyczki lub użycie darmowego narzędzia XML Sitemaps Generator. Generator map witryn XML automatycznie utworzy sitemaps.xml plik dla ciebie.

XML Sitemaps Generator

<http://www.xml-sitemaps.com>

Następnie poproś programistę lub projektanta stron internetowych o przesłanie go do głównego katalogu witryny lub zrób to sam, jeśli masz dostęp do FTP. Po przesłaniu plik powinien być publicznie dostępny z adresem takim jak poniższy przykład:

<http://www.yoursite.com/sitemaps.xml>

Po wykonaniu tej czynności należy przesłać mapę witryny na konto Narzędzi Google dla webmasterów dla swojej witryny. Jeśli nie masz konta Narzędzi Google dla webmasterów, poniższy artykuł Google zawiera proste instrukcje dla programistów lub projektantów stron internetowych

to u góry. Dodaj i zweryfikuj witrynę w Narzędziach Google dla webmasterów

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=pl&answer=34592>

Zaloguj się na swoje konto i kliknij swoją witrynę. W obszarze „konfiguracja witryny” kliknij „mapy witryn”, a w polu tekstowym wpisz pełny adres do swojej witryny.

Robots.txt

Kolejnym obowiązkowym elementem każdej witryny jest plik robots.txt. To powinno znajdować się w tym samym miejscu, co plik sitemaps.xml. Adres do tego pliku powinien wyglądać tak samo jak w poniższym przykładzie:

<http://www.yoursite.com/robots.txt>

Plik robots.txt to prosty plik, który istnieje, dzięki czemu można wskazać obszary witryny, w których Google nie chce wyświetlać wyników wyszukiwania.

Nie ma prawdziwego bodźca z posiadania pliku robots.txt na swojej stronie. Ważne jest, aby upewnić się, że nie masz obszarów robots.txt blokujących obszary witryny, które wyszukiwarki mają znaleźć. Plik robots.txt jest zwykłym dokumentem tekstowym, jego zawartość powinna wyglądać jak poniżej:

dobry przykład robots.txt

Agent użytkownika: *

Disallow: / admin

Agent użytkownika: *

Disallow: / logs

Jeśli chcesz, aby Twoja witryna informowała wyszukiwarki, aby nie indeksowały Twojej witryny, powinna wyglądać jak następujący przykład. Jeśli nie chcesz blokować całej witryny, musisz upewnić się, że nie wygląda ona tak jak w poniższym przykładzie. Zawsze dobrze jest sprawdzić, czy nie jest skonfigurowany w ten sposób, aby był bezpieczny.

robots.txt - blokowanie całej witryny

Agent użytkownika: *

Disallow: /

Ukośnik w tym przykładzie informuje wyszukiwarki, że ich oprogramowanie nie powinno odwiedzać katalogu domowego. Aby utworzyć plik robots.txt, utwórz zwykły dokument tekstowy za pomocą Notatnika, jeśli pracujesz w systemie Windows, lub Textedit, jeśli używasz systemu Mac OS. Upewnij się, że plik jest zapisany jako zwykły dokument tekstowy i użyj „dobrego przykładu robots.txt” jako wskazania, jak powinien wyglądać. Zadbaj o listę wszystkich katalogów, których nie chcesz odwiedzać w wyszukiwarkach, takich jak wewnętrzne foldery dla pracowników, obszary administracyjne, obszary zaplecza CMS i tak dalej. Jeśli nie ma obszarów, które chcesz zablokować, możesz całkowicie pominąć plik robots.txt, ale po prostu sprawdź, czy nie blokujesz ważnych obszarów witryny, jak w powyższym przykładzie.

Powielona treść - tagi kanoniczne i inne zabawy.

W kolejnych częściach opiszę, w jaki sposób Google Panda karała strony zawierające zduplikowane treści. Niestety, wiele systemów zarządzania treścią witryny czasami automatycznie tworzy wiele wersji jednej strony. Załóżmy na przykład, że Twoja witryna ma stronę produktu na kluczach nasadowych, ale z powodu systemu, w którym jest zbudowana witryna, do tej samej strony można uzyskać dostęp z wielu adresów URL z różnych obszarów witryny:

<http://www.yoursite.com/products.aspx?=23213>

<http://www.yoursite.com/socket-wrenches>

<http://www.yoursite.com/tool-kits/socket-wrenches>

W oczach wyszukiwarki jest to mylące, ponieważ piekło i wiele wersji strony uważa się za duplikat treści. Aby to uwzględnić, powinieneś zawsze upewnić się, że specjalny tag jest umieszczony na każdej stronie w Twojej witrynie, zwanej tagiem „rel canonical”. Tag rel kanoniczny wskazuje oryginalną wersję strony internetowej dla wyszukiwarek. Informując Google o stronie, którą uważasz za „prawdziwą” wersję strony, możesz wskazać, którą stronę chcesz umieścić w wynikach wyszukiwania. Wybierz adres URL zapewniający użytkownikom jak najwięcej sensu i najlepsze korzyści SEO, zazwyczaj powinien to być adres URL, który brzmi jak zwykły angielski. Korzystając z wcześniejszego przykładu kluczy nasadowych, z poniższym znacznikiem, Google częściej wyświetlałoby najlepszą wersję strony w wynikach wyszukiwania.

<link rel = „kanoniczny

”Href =„ <http://www.yoursite.com/socket-wrenches>

„/>

Jako ogólną zasadę należy dołączyć ten tag na każdej stronie w witrynie, krótko przed tagiem </head> w kodzie.

Użyteczność - wyjaśniono nowy SEO.

Jak wspomniano w pierwszym rozdziale, zaufanie i trafność witryn stają się coraz ważniejsze dla Google. Udział rynkowy użytkowników Internetu mobilnego i tabletu gwałtownie wzrósł do ponad 29% w 2015 r. - aby wyszukiwanie było dobrym doświadczeniem dla wszystkich użytkowników, Google zaczęło preferować witryny zapewniające użytkownikom dobre wrażenia na wszystkich urządzeniach. W związku z tym użyteczność zyskała na znaczeniu w branży SEO, ponieważ eksperci ds. SEO mogą zyskać przewagę dzięki ułatwieniu korzystania z witryny. Załóżmy na przykład, że użytkownik mobilny szuka dostawy pizzy w późnych godzinach nocnych w Los Angeles. Jedna lokalna firma ma witrynę z dużą liczbą linków zwrotnych, ale nie ma specjalnego wsparcia dla użytkowników telefonów komórkowych, trudno jest użytkownikowi poruszać się po witrynie, ponieważ nie jest ona automatycznie dopasowywana do ekranu, a tekst nawigacji jest mały i trudny w użyciu na ekranie dotykowym. Inna konkurencyjna lokalna firma ma małe ilości linków zwrotnych, ale dobre wsparcie dla użytkowników mobilnych. Jego konstrukcja idealnie pasuje do ekranu i ma specjalną nawigację dla użytkowników mobilnych, dzięki czemu łatwo się poruszać.

W wielu przypadkach druga strona będzie miała wyższą rangę niż pierwsza, dla użytkowników mobilnych. To tylko jeden przykład tego, jak użyteczność może mieć znaczący wpływ na twoje rankingi. Chociaż termin „użyteczność” może wydawać się zrozumiały trochę niejasny, spójrzmy na praktyczne kroki, aby poprawić użyteczność i siłę SEO Twojej witryny.

1. Udostępnij swoją witrynę wszystkim urządzeniom.

Spraw, by Twoja strona była dostępna i łatwa dla wszystkich użytkowników: komputer stacjonarny, telefon komórkowy i tablet. Prostym sposobem na to jest upewnienie się, że witryna jest responsywna, co oznacza, że automatycznie zmienia rozmiar na wszystkich urządzeniach i ma mobilną nawigację dla użytkowników mobilnych. Wsparcie mobilne jest opisane bardziej szczegółowo w części bonusowej 2 w sekcji Mobile SEO Update, ale możesz wprowadzić swoją witrynę do poniższego narzędzia, aby szybko sprawdzić, czy Google rejestruje Twoją witrynę jako „przyjazną dla komórek”.

Test przyjazny dla telefonów komórkowych.

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

2. Zwiększ jakość treści.

Dawno minęły czasy, kiedy zatrudniano grupę pisarzy w Indiach, aby masowo publikować treści na Twojej stronie. Musi być sprawdzony i edytowany, a im bardziej „lepki” twoja treść, tym lepszy wynik uzyskasz. Jeśli dostarczasz atrakcyjne treści, użytkownicy spędzają więcej czasu w witrynie i rzadziej „odbijają się” od wyników wyszukiwania. Użytkownicy będą również bardziej skłonni udostępnić Twoje treści. Google zobaczy to i zwiększy Twoje rankingi.

3. Użyj czystego kodu w swojej witrynie.

Istnieje zaskakująco duża liczba witryn z podejrzanym kodem, trudnych zarówno dla wyszukiwarek, jak i przeglądarek internetowych. Jeśli w Twojej witrynie występują błędy kodu HTML, co oznacza, że jeśli kod nie został zakodowany zgodnie z najlepszymi praktykami branżowymi, możliwe, że Twój projekt zostanie przerwany, gdy Twoja witryna będzie wyświetlana w różnych przeglądarkach lub, co gorsza,

wprowadzi w błąd wyszukiwarki. chodź i spójrz na swoją stronę. Uruchom swoją witrynę za pomocą poniższego narzędzia i poproś programistę o naprawienie błędów.

Walidator standardów internetowych

<https://validator.w3.org/>

4. Nie przejmuj się wyskakującymi oknami i reklamami.

Witryny ze spamem i agresywnymi reklamami są często słabo oceniane w wynikach wyszukiwania. Guru SEO nie osiągnęli konsensusu co do ilości reklam prowadzących do kary od Google, więc używaj zdrowego rozsądku. Upewnij się, że reklamy nie przesłaniają treści i zajmują większość nieruchomości na ekranie.

5. Popraw ogólną „funkcjonalność” swojej witryny.

Czy Twoja witryna ma powolny hosting lub kilka uszkodzonych linków i obrazów? Proste techniczne przeoczenia, takie jak te, przyczyniają się do słabego doświadczenia użytkownika. Upewnij się, że Twoja witryna jest niezawodna dla firmy hostingowej i nie spada w szczytowym ruchu. Co więcej, upewnij się, że witryna jest hostowana na serwerze w Twoim mieście, a to przyspieszy działanie użytkownikom lokalnym. Następnie przejdź do 404 błędów z programistą. Błędy 404 to błędy wskazujące, że użytkownicy klikają linki w witrynie i są wysyłani na pustą stronę. Przyczynia się to do słabego doświadczenia użytkownika w oczach Google, gdy mamy przerwane linki na stronie wysyłające użytkowników do stron błędów. Na szczęście błędy te są łatwe do naprawienia. Możesz znaleźć 404 błędy w swojej witrynie, logując się na konto Narzędzi dla webmasterów Google, klikając na swoją witrynę, a następnie klikając „Indeksuj” i „Błędy indeksowania”. Tutaj znajdziesz listę 404 błędów. Jeśli klikniesz błąd, a następnie klikniesz „Połączony z”, możesz znaleźć strony z uszkodzonymi linkami. Napraw je samodzielnie lub porozmawiaj ze swoim programistą. Zwykle dość szybko można usunąć stronę z błędami 404

Narzędzia Google dla webmasterów

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

Jeśli chcesz, aby narzędzia zewnętrzne przyspieszyły poprawę użyteczności Twojej witryny, znalazłem te dwa pomocne zasoby:

BrowserStack. Wolno spróbować, plany zaczynają się od 29 \$ miesięcznie.

<https://www.browserstack.com>

BrowserStack umożliwia testowanie witryny na ponad +700 różnych przeglądarkach jednocześnie. Możesz zobaczyć, jak działa Twoja witryna na tabletach, urządzeniach mobilnych i wszystkich różnych przeglądarkach, takich jak Chrome, Firefox, Safari, Internet Explorer i tak dalej. Pomocne jest sprawdzenie, czy wyświetla się poprawnie na wielu różnych urządzeniach.

Wypróbuj mój interfejs użytkownika. Dodatkowe próby, bezpłatne, zaczynają się od 35 \$.

<http://www.trymyui.com>

Wypróbuj mój interfejs udostępnia filmy, narrację audio, ankiety użytkowników przechodzących przez Twoją witrynę i informuje o wszelkich napotkanych trudnościach. Testy użyteczności są dobre dla większych projektów wymagających obiektywnej informacji zwrotnej od zwykłych użytkowników. Pierwszy wynik testu jest bezpłatny, dzięki czemu Try My UI jest dobrym dostawcą testów użyteczności.

Czytelność - SEO na przyszłość.

Jeden z najsilniejszych czynników rankingowych leciał pod radarem, pomijane przez wielu specjalistów SEO w ich listach kontrolnych optymalizacji, pozostawiając złotą szansę dla tych, którzy o tym wiedzą. Mówię o czytelności. Google otwarcie mówi o czytelności jako ważnej uwadze dla webmasterów. Sam Matt Cutts, król spamu SEO Google, stwierdził, że źle zbadana i błędnie napisana treść będzie słabo notowana, a przejrzystość powinna być Twoim celem. A dzięki czytelności oznacza to nie tylko uniknięcie błędów ortograficznych, ale także uczynienie treści czytelnej dla jak najszerszej publiczności, z prostymi strukturami językowymi i zdaniami. Od tego czasu czytelność Flescha pojawiła się w rankingu Google Searchmetrics wykazujący wysoką korelację między witrynami o wysokim rankingu i łatwą do odczytania treścią. W raporcie rankingów Searchmetrics odkryto, że witryny pojawiające się w pierwszej dziesiątce wykazują średni wynik czytania Flescha 76,00 - treści, które są dość łatwe do odczytania dla uczniów w wieku 13-15 lat i więcej. To sprawia, że czytelność ma sens dla Google. Zachęcając wyniki wyszukiwania do odczytywania treści dla szerokiego grona odbiorców, Google maksymalizuje przychody z reklam. Gdyby Google zachęcało do skomplikowanych wyników głównie odwołując się do mniejszej grupy demograficznej, takiej jak absolwenci, zmniejszyłoby to ogólny apel Google i jego udział w rynku. Możesz zwiększyć SEO na stronie, jednocześnie zwiększając zaangażowanie użytkowników, dzięki czemu treść będzie czytelna dla szerokiego grona odbiorców. Uruchom swoją zawartość za pomocą testu czytelności Flescha. Spójrz na twoje słowo i użycie zdania, i da ci ocenę, jak jest czytelna. Wyniki pomiędzy 90-100 są łatwo zrozumiałe dla 11-letniego ucznia, 60-70 lat łatwo zrozumiałego dla uczniów w wieku od 13 do 15 lat, a 0-30 lat najlepiej dla absolwentów uniwersytetów. Możesz użyć darmowego narzędzia poniżej i dążyć do uzyskania wyniku czytelności między 60-100. Aby poprawić swój wynik, edytuj treść, aby używać mniej słów na zdanie, i używaj słów o mniejszej liczbie sylab.

Ocena czytelności

<https://readability-score.com>

Budowanie linków. Jak zaliczyć bardzo wysoką pozycję w Google.

Dlaczego budowanie linków jest tak ważne? W poprzedniej części opisano, w jaki sposób uczynić witrynę widoczną dla wyszukiwarek i jak zoptymalizować słowa kluczowe za pomocą SEO na stronie. Jeśli chcesz, aby Twoje rankingi poprawiały się skokowo, Twoja witryna potrzebuje linków.

Być może zastanawialiście się, co sprawia, że budowanie linków jest tak ważne, zwłaszcza gdy Google korzysta z wielu czynników do rangowania witryn. Prawda jest taka, że linki są tak silnym czynnikiem, że jest mało prawdopodobne, abyś znalazł się wysoko na liście słów kluczowych, jeśli konkurujesz z witrynami o większej liczbie linków zwrotnych. Kiedy o tym myślisz, linki są walutą sieci. Za każdym razem, gdy strona łączy się z inną, jest to głosowanie na wartość strony, do której prowadzi link. Jeśli strona zapewnia ogromną wartość internautom, ma powód, by linkować ją z innych stron. Dlatego linki są tak silnym czynnikiem w algorytmie Google. Tworzenie linków to klucz do wysokiej pozycji witryny w wynikach wyszukiwania.

Brudny mały sekret, którego nikt nie chce ci powiedzieć o budowaniu linków.

W Internecie krąży wiele opinii na temat najlepszego rodzaju linków do Twojej witryny. Tak bardzo często przeradzają się w gorące dyskusje. Jaki jest najlepszy link? Link z witryny rządowej lub z bloga o dużym natężeniu ruchu? Czy lepiej jest uzyskać link z bardzo odpowiedniej witryny lub z witryny o dużej aktywności w mediach społecznościowych? Brudny sekret, którego nikt nie chce ci powiedzieć o budowaniu linków, nie ma jednego najlepszego rodzaju łącza. Gdyby tak nie było, Google nie działałoby. Wszyscy wychodziliby i znaleźli sposób, by bardzo szybko spamować na szczyt rankingu. Mający tysiące jednego typu linku wskazującego na stronę jest podejrzane i wyraźny znak, że właściciel witryny gra w system. Mimo to z reguły powinieneś starać się tworzyć linki na autorytatywnych, trafnych i wysokiej jakości stronach. Odpowiednie linki o wysokiej jakości są znacznie silniejsze niż linki z niezwiązanych witryn o niskiej jakości.

Jak zdobyć linki i czego unikać w budowaniu linków.

Istnieje wiele opowiadań o właścicielach firm blokowanych przez Google bez powodu. Nie pozwól, by horrory cię nawiedziły. W większości przypadków webmaster robił coś wyraźnie podejrzanego lub przestarzałego, na przykład budując tysiące linków do swojej witryny z katalogów linków, a następnie ich rankingi nagle spadły z 10 najlepszych wyników wyszukiwania Google. Jeśli nie zachowujesz nadmiernie spamowego zachowania w budynku linków, z zasady będziesz w porządku. Te najlepsze praktyki zapewnią prawidłowe pobieranie linków i nie naruszają warunków korzystania z usług Google:

1. Pozyskaj linki naturalnie i równomiernie w czasie. Twoje linki powinny być osiągnięte konsekwentnie i organicznie. Nie wychodź i nie kupuj tysięcy linków prowadzących do Twojej witryny w ciągu jednego tygodnia.
2. Z reguły nie kupuj linków. Kupowanie linków z zamiarem zwiększenia pozycji w rankingu jest niezgodne z warunkami korzystania z usługi Google i grozi Ci karanie. Tego rodzaju linki mogą działać, ale zazwyczaj nie są warte potencjalnych szkód, chyba że masz pewność, że wiesz, co robisz.
3. Zapomnij o zamianie linków lub systemach wymiany linków. Są one całkowicie oczywiste dla Google i już nie działają lub mogą nawet zaszkodzić Twojej stronie. Jest to sprzeczne z powszechną wiedzą, ale osiągnięciem niezliczone rankingi numer jeden dla śmiesznie konkurencyjnych słów kluczowych, nie

zmieniając nigdy linków. Wymiana linków jest niezwykle czasochłonna i całkowicie niepotrzebna. Przejdź bez niego.

4. Nie spamuj forów dyskusyjnych ani stron z artykułami z kiepską zawartością. Może to działać tymczasowo, ale takie strategie są zazwyczaj bardzo przestarzałe.

5. Istnieją płatne sieci oferujące możliwość tworzenia nowych linków do Twojej witryny za niską miesięczną opłatą. Nigdy ich nie używaj. Te sieci są niezgodne z warunkami korzystania z usługi Google i korzystanie z nich to szybki sposób na zapewnienie sobie dostępu do gorącej wody z Google.

Tekst zakotwiczenia. Co to za zamieszanie?

W tekście zakotwiczonym pojawiły się pewne kontrowersje, jak wspomniano w poprzedniej sekcji. Anchor text był jednym z najsilniejszych czynników do osiągnięcia najwyższych rankingów. Jeśli zastanawiasz się, jaki jest tekst zakotwiczenia, tekst zakotwiczenia to tekst zawarty w łączy. Jeśli miałeś tysiąc linków do swojej witryny z „koszulkami piłkarskimi NFL” jako tekstem linku, a konkurenci mieli tylko kilka linków z tym samym tekstem zakotwiczającym, prawdopodobnie byłbyś na pierwszym miejscu. Oznacza to, że dopóki aktualizacja Penguin firmy Google nie zakończy się skutecznie, SEO przestanie wykorzystywać tekst „dokładnego dopasowania” jako strategię. Teraz jest po prostu zbyt ryzykowne. Nie tylko nie jest już tak skuteczny, jak kiedyś, budowanie setek linków do „ściśłego dopasowania” do witryny może w rzeczywistości uniemożliwić jej ocenę tego słowa kluczowego. Więc może zastanawiasz się, jaki jest najlepszy sposób na zbudowanie zakotwiczonego tekstu? To powinno być naturalne.

Określenie słowa kluczowego docelowego w tekście zakotwiczenia jest w porządku, ale nie powinno być jedynym słowem kluczowym lub głównym słowem kluczowym we wszystkich linkach, a powinno być połączenie powiązanych słów kluczowych. Jeśli o tym pomyślisz, jest to wzorzec, który przyciągają wszystkie legalne strony. Nie zgadza się z logiką, że wysokiej jakości witryna zostanie automatycznie powiązana z dokładnie tym samym tekstem w całej sieci World Wide Web. Przejrzyj poniższe przykłady, aby zobaczyć zły profil tekstu kotwicy w porównaniu z naturalnym profilem tekstu kotwicy:

Zły tekst kotwicy - linki zewnętrzne

<http://www.examplefootballbrand.com/football-jerseys.html>

Koszulki piłkarskie NFL - 200 linków

Dobry tekst kotwicy

<http://www.examplefootballbrand.com/football-jerseys.html>

examplefootballbrand - 50 linków

Sklep z koszulkami piłkarskimi NFL - 10 linków

Koszulki piłkarskie NFL - 5 linków

<http://www.example.com> - 25 linków

sklep z koszulkami piłkarskimi - 5 linków

koszulki piłkarskie online - 5 linków

sklep z kurtkami do piłki nożnej - 15 linków

kliknij tutaj - 7 linków

strona internetowa - 15 linków

Powyższy przykład dobrego tekstu zakotwiczenia ilustruje naturalny sposób gromadzenia linków przez strony w czasie. Twoje słowo docelowe nie powinno być najbardziej linkowanym frazą na stronie. Możesz się wiele nauczyć, przeglądając ranking wyników wyszukiwania w Google, wprowadzając witryny o wysokiej pozycji do Eksploratora otwartej witryny i przeglądając ich tekst zakotwiczenia. Zauważysz, że prawie każda strona najwyższego poziomu ma naturalny tekst zakotwiczenia, jak dobry przykład powyżej. Śledź wysiłki związane z budowaniem linków i przechowuj je w arkuszu kalkulacyjnym. W ten sposób możesz monitorować tekst kotwicy i upewnić się, że pasuje on do najlepszych praktyk.

[Open Site Explorer](#)

<https://moz.com/researchtools/ose/>

Proste strategie budowania linków.

Poniższe strategie budowania linków pomogą Ci w tworzeniu wysokiej jakości linków prowadzących do Twojej witryny i dadzą Google posunięcie w górę, aby uszeregować Twoją witrynę.

[Linki do katalogów.](#)

Łącza do katalogów to wypróbowana i prawdziwa forma budowania linków, która w ostatnich latach zyskała niewielką popularność. Wynika to z faktu, że Google penalizuje spamerów, którzy zbudowali absurdalne ilości niskiej jakości linków do ich stron. Linki do katalogów nie powinny być pomijane. W rzeczywistości linki do katalogów powinny być pierwszym miejscem do rozpoczęcia każdego projektu budowania linków. Istnieje solidna liczba wysokiej jakości katalogów biznesowych, w których można uzyskać potężne i silne linki wsteczne zbudowane przy minimalnym wysiłku. Ale aby być bezpiecznym, linki do katalogów nie powinny stanowić więcej niż 10-20% wszystkich linków. Muszą być również witrynami odpowiednimi i wysokiej jakości, tj. Nie witrynami z adresami internetowymi, takimi jak seolinksdirectory.com lub freelinksdirectory.com. Takie strony po prostu pachną spamem! Zanim utworzysz łącze w katalogu, zadaj sobie pytanie: „Czy to wygląda jak uzasadniona i godna zaufania strona internetowa?” Jeśli odpowiedź brzmi „nie”, przejdź dalej i skup się wyłącznie na legalnych witrynach o wysokiej jakości. Jeśli pracujesz zgodnie z tymi wytycznymi, nie będziesz narażony na żadne kary Google. Aby znaleźć odpowiednie katalogi, użyj poniższych wyszukiwanych haseł w Google, zastępując „słowo kluczowe” kierowanym słowem kluczowym lub branżą, a znajdziesz odpowiednie katalogi dla swojej niszy:

słowo kluczowe + przesłać

słowo kluczowe + dodaj adres URL

słowo kluczowe + dodaj link

słowo kluczowe + katalog

słowo kluczowe + zasoby

Oto krótka lista katalogów biznesowych, z których możesz zacząć:

<http://www.manta.com/claim>

<http://www.linkedin.com/company/add/show>

<http://www.hotfrog.com/AddYourBusiness.aspx>

<http://www.angieslistbusinesscenter.com>

<http://www.merchantcircle.com/signup>

<http://www.citysearch.com>

<https://biz.yelp.com>

Kradzież linków konkurentów.

Kradzież linków konkurentów jest staromodną taktyką, która odrodziła się w ostatnim czasie ze względu na zwiększoną koncentrację Google na linkach z witryn wysokiej jakości, co utrudnia znalezienie łatwych okazji do linków. Jeśli twój konkurent wykonał wszystkie ciężkie prace, dlaczego nie skorzystać z ich ciężkiej pracy. Użyj poniższych witryn, aby wyeksportować linki zwrotne konkurencji. Przeglądając ich linki, często możesz znaleźć możliwości tworzenia linków do budowania linków prowadzących do Twojej witryny. W większości przypadków możesz być pewien, że poszukujesz źródeł linków przyjaznych dla SEO, jeśli konkurencja już dobrze zajmuje pozycję w Google. Ahrefs Backlink Checker - Wypróbuj za darmo, a następnie 79 \$ miesięcznie.

<http://www.ahrefs.com>

Majestic SEO Backlink Checker - Wypróbuj za darmo, a następnie 49 USD miesięcznie.

<https://majestic.com>

Open Site Explorer - bezpłatnie, a następnie 99 USD miesięcznie

<https://moz.com/researchtools/ose/>

Budowa z łączem wideo.

Google uwielbia filmy, a szczególnie uwielbia filmy z YouTube'a. Jeśli chcesz uchwycić odwiedzających z największej na świecie wyszukiwarki wideo, publikowanie filmów znacznie ułatwi Ci SEO. Publikuj odpowiednie poradniki, aktualizacje wiadomości branżowych i filmy instruktażowe, aby uzyskać najlepszą odpowiedź użytkowników. Następnie link do odpowiednich stron w witrynie w opisie. Kluczem do sukcesu w budowaniu linków wideo jest zapewnienie powiązania filmu i opisu. Powinieneś dążyć do tego, aby słowo kluczowe lub trafne słowa kluczowe pojawiły się gdzieś na stronie. I nie martw się. Twój film nie musi być na równi z najnowszym arcydziełem Martina Scorsese. Może to być proste 5 lub 10-minutowe wideo, które informuje użytkowników o przydatnej wiedzy na dany temat. Wystarczy skupić się na tym, aby wnieść wartość dla widza.

Poniższe narzędzia mogą pomóc w szybkim tworzeniu filmów i przesyłaniu ich do sieci.

Screenr

<http://www.screenr.com>

Screenr to darmowa aplikacja do nagrywania wideo, która pozwala nagrywać wysokiej jakości screencasty z wygody własnej przeglądarki internetowej. Po zakończeniu możesz pobrać pliki wideo w wysokiej jakości i działa ono zarówno na komputerach z systemem Windows, jak i Mac.

Wysokiej jakości witryny, które możesz łatwo odwiedzać, przysyłać filmy i uzyskiwać linki zwrotne z:

<http://www.youtube.com>

<http://www.veoh.com>

<http://www.dailymotion.com>

<http://www.metacafe.com>

<http://www.youku.com>

<http://www.archive.org>

Połącz przynętę.

Link bait to nowa i skuteczna strategia budowania wysokiej jakości i potężnych linków na dużą skalę. Link przynęta jest świetny, ponieważ tworzysz zawartość raz, ale możesz udostępniać i łączyć się z treścią tysięcy ludzi, podczas gdy ty usiądziesz i podniesiesz stopy. Ale czym dokładnie jest przynęta linkowa? Link bait to każdy rodzaj atrakcyjnej treści, która w naturalny sposób pozyskuje linki z innych stron. Chociaż tworzenie przynęty linkowej jest sztuką, zdziwiłbyś się, jak łatwo można zdobyć linki i aktywność w mediach społecznościowych dzięki tej strategii. Musisz udostępnić swoją zawartość za darmo i udostępniać. Twoje treści muszą być tak cenne, że warto byłoby za nie zapłacić.

Aby stworzyć tę zawartość, powinieneś wykorzystać swoją wiedzę lub nawet zatrudnić naukowców, aby połączyć soczyste treści branżowe, które mogą być udostępniane. Podsumuj tę treść do białej książki, listy 10 najlepszych, łatwej do zrozumienia infografiki lub zasobu do pobrania, dzięki czemu odwiedzający mogą przekonać się do czytania i udostępniania. Po utworzeniu treści musisz promować swoje treści, aby rozpocząć. Promuj tę treść mocno za pośrednictwem swojej witryny i kont mediów społecznościowych. Monitoruj czytelników, aby udostępnił post na dole treści. Spraw, aby udostępnianie treści było tak proste, jak to możliwe, a zmaksymalizujesz wyniki. Następnie znajdź popularną przynętę linkową w swojej branży lub niszy. Następnie użyj narzędzia do analizy linków, takiego jak Ahrefs lub Open Site Explorer, aby pobrać listę witryn z linkami do popularnych treści w swojej niszy. Wyślij szybki e-mail do właścicieli witryn i blogerów, aby poinformować ich o swoim większym i lepszym zasobie. Jeśli naprawdę chcesz połączyć linkowanie na wyższy poziom, napisz i opublikuj fascynujący komunikat prasowy o treści linku do przynęty. Dzięki komunikatowi prasowemu może zostać ujawniony tysiącom dziennikarzy i potencjalnie ma szansę przyciągnąć uwagę mediów. Być może zastanawiasz się, jak wygląda skuteczna kampania linkowania przynęt.

Poniżej zamieściłem przykłady:

Przewodnik SEO WordPress

<https://yoast.com/articles/wordpress-seo/>

Joost de Valk jest dobrze znany w branży SEO, głównie ze względu na jego jednostronicowy przewodnik po SEO WordPress, który jest aktualizowany co miesiąc. Ten przewodnik zdobył wiele linków i akcji przez wiele lat.

101 motywacyjnych cytatów biznesowych

<http://www.quicksprout.com/2009/12/07/101-motivational-business-quotes/>

Doskonały przykład świetnego artykułu o przynętach linkowych, który stał się wirusowy i może zostać zlecony na zewnątrz za grosze za dolara.

Rodzaje przynęt linkowych:

- Infografiki

- Poradniki
- Przewodniki dla początkujących
- Z ostatniej chwili
- Top 10 list
- Raporty branżowe

Pictochart. Za darmo zacząć.

<http://ww.piktochart.com>

Świetna usługa do generowania infografiki, posiada łatwy dostęp do infografiki w przeciągu kilku minut.

Prlog.

<http://www.prlog.org>

Prlog oferuje darmowe usługi syndykacji prasowej na poziomie podstawowym, z dodatkową opłatą za dodatkową opłatą.

PRNewswire.

<http://www.prnewswire.com>

Wiele firm PR po prostu napisze komunikat prasowy, a następnie udostępni go PRNewswire i pobierze opłatę za to. Odetnij pośrednika, napisz swój komunikat prasowy, a dostaniesz ogromny PR za ułamek kosztów wynajmu agenta PR. Pakiety zaczynają się od 425 USD i powiększają o zwiększone syndykowanie.

Zepsuty link / zasięg linku.

Złamane budowanie linków to nowa, ale skuteczna strategia. Dzięki tej nowej strategii możesz dotrzeć do wysokiej jakości witryn z niedziałającymi linkami na swoich stronach i wykorzystać to jako okazję do przekonania administratora witryny do dostarczenia zaktualizowanego linku do Twojej witryny. Gdy znajdziesz uszkodzony link, daj im znać, że istnieje uszkodzony link i masz alternatywny zasób w swojej witrynie, który przyniesie korzyści czytelnikom. Dzięki tej strategii powinieneś utworzyć zasób linkable na swojej stronie. To bardzo ułatwia webmasterowi wskazanie linku do Twojego zamiennika. Użyj poniższych wzorów, aby znaleźć potencjalne strony z uszkodzonymi linkami, zastępując „słowo kluczowe” słowem kluczowym, na które kierujesz reklamy:

przydatne linki do słów kluczowych

użyteczne zasoby słowa kluczowego

przydatne strony słów kluczowych

słowa kluczowe polecane linki

słowo kluczowe zalecane zasoby

słowa kluczowe polecane witryny

sugerowane linki słowa kluczowego

sugerowane zasoby słów kluczowych

sugerowane witryny słów kluczowych

więcej słów kluczowych

słowo kluczowe więcej zasobów

słowo kluczowe więcej witryn

linki powiązane ze słowami kluczowymi

zasoby powiązane ze słowami kluczowymi

witryny powiązane ze słowami kluczowymi

Jeśli chcesz zautomatyzować ten proces, poniższa usługa wykona ciężkie operacje i da Ci listę witryn z uszkodzonymi linkami i danymi kontaktowymi, dzięki czemu możesz szybko skontaktować się z webmasterem.

Złamane budowanie linków. 67 \$ miesięcznie.

<http://www.brokenlinkbuilding.com>

To narzędzie jest wszechstronne, ale ma swoją cenę. Wpisując słowa kluczowe, na które kierujesz reklamy, narzędzie do łamania linków znajdzie solidną liczbę zepsutych linków. Oszczędza czas i znajduje możliwości jakościowe.

Śledzenia wzmianki o marce.

Śledzenie stać do niemal każdego projektu SEO. To wygląda tak: w niektórych przypadkach, gdy ktoś wspomina o Twojej marce, zapomina opublikować link. Śledź wzmianki o swojej marce i tam, gdzie jest to odpowiednie, sięgnij i poproś o link do Twojej witryny. Użyj poniższych narzędzi do śledzenia wzmianek o swojej marce. Jeśli zobaczysz wzmiankę o swojej marce bez linku, wyślij szybko wiadomość e-mail do autora, a oni często będą chętnie linkować do Twojej witryny.

Witryny monitorowania marki, które uznałem za przydatne:

Social Mention. Darmowe do spróbowania.

<http://www.socialmention.com>

Social Mention to bardzo potężne narzędzie do monitorowania marki. Social Mention jest całkowicie darmowy i potężny, więc warto go sprawdzić.

Mention. Bezpłatne wypróbowanie ceny zaczyna się od 29 £ miesięcznie.

<https://en.mention.com>

Mention to potężne narzędzie do monitorowania marki, które wyśle powiadomienie e-mailem, gdy Twoja marka zostanie wymieniona online, dzięki czemu możesz szybko reagować.

Płatne linki

Chociaż w Google „płatne” linki są sprzeczne z warunkami korzystania z usługi, poniższe taktyki tworzenia linków działają i mogą latać pod radarem. Nie trzeba dodawać, że jeśli czujesz się odważny, zostałeś ostrzeżony i nie biorę odpowiedzialności za to, co dzieje się w wyniku strategii płatnego linku.

Wpłać na cele charytatywne i non-profit.

Organizacje charytatywne i organizacje non-profit często mają stronę dawców. Wyszukaj w witrynie „witrynę: .org + darczyńcy” lub „witrynę: .org + sponsorzy”, aby uzyskać listę organizacji, które mają te strony, zaoferować darowiznę i poprosić o wpis na stronie.

Better Business Bureau

Linki z Better Business Bureau należą do najlepszych linków, które możesz otrzymać. Linki Better Business Bureau przekażą autorytet i zaufanie. Sprawdź swoją wizytówkę, aby sprawdzić, czy już powracasz do swojej witryny, a jeśli jeszcze nie jesteś członkiem, rozważ rejestrację.

Zaawansowane budowanie linków.

Wymienione wyżej techniki budowania linków wystarczą, aby około 90% czytelników wypchnęło rankingi wyżej niż konkurenci. W przypadku ćpunków do budowania linków, którzy wyczerpali powyższe opcje, oto garść strategii wymienionych szybko w szybkim tempie. Są one przeznaczone dla zaawansowanych użytkowników SEO, którzy aktywnie prowadzą blogi lub mają ustaloną obecność w mediach społecznościowych.

1. Utwórz profil na Twitterze.

Dodanie linku do profilu na Twitterze jest wielką szansą ukrytą jako mała szansa. Po prostu, tworząc profil na Twitterze i wyświetlając swoją witrynę zarówno w polach „witryna”, jak i „bio”, otrzymasz garść linków z agregatorów wysokiego poziomu domen, które zeskrobują Twoje informacje z Twittera. Witryny, które to robią, to Klout, Twellow, Twitter Counter i wiele innych. Aby uczynić te linki bardziej wydajnymi, możesz aktywować swój profil bez dużego kosztu czasu. Skorzystaj z usługi takiej jak HootSuite, aby automatycznie publikować posty na blogach z kanałów RSS odpowiednich dla Twojej niszy, aby Twój profil był aktywny. Zbuduj podstawowy poziom obserwatorów na swoim koncie z niewielkim budżetem dzięki usłudze takiej jak Twitter Ads lub Twitter Counter - poleceni użytkownicy.

HootSuite

<http://www.hootsuite.com>

Reklamy na Twitterze

<https://ads.twitter.com>

Twitter Counter - Wyróżnieni użytkownicy

<http://twittercounter.com/pages/featured>

2. Pingback i link do śledzenia budynku kierującego do stron z uprawnieniami.

Możesz uzyskać kilka łatwych do wygrania linków do autorytetów, w tym linki .edu i .gov, łącząc się z blogami w swojej branży, z włączonymi pingbackami. Pingbacks to powiadomienia z Twojego bloga wysyłane do innych blogów, gdy wspominasz o zewnętrznym wpisie. Blogi z włączoną opcją pingbacków będą wyświetlać link do Twojej witryny w sekcji komentarzy, kiedy to nastąpi. Oto, jak będzie wyglądał komentarz, jeśli jest to trackback lub pingback:

Cyfrowy blog nomadów

[...] Przeczytaj najnowsze wskazówki, jak podróżować tylko z bagażem podręcznym [...]

Pingbacks tworzą cenne linki do Twojej strony. Mogą być również źródłem ruchu, zbierając zaangażowanych czytelników z innych witryn i wysyłając je na swoją stronę. Uruchom szybkie wyszukiwanie w Google, aby znaleźć 50 najlepszych lub 100 najlepszych blogów w swojej branży, a następnie przejrzyj i znajdź blogi z włączonymi trackbackami. Na przykład, aby znaleźć cyfrowe blogi nomadów, możesz wpisać się do Google:

intitle: „cyfrowy nomad” „komentarz”

Następnie, w nadchodzących wpisach na blogu, link do blogów z włączonymi pingbackami. Aby to działało pomyślnie, pamiętaj, że musisz połączyć się z rzeczywistymi postami, a nie ze stroną główną.

3. Utwórz własne linki do autoryzacji.

Najpotężniejszą strategią budowania linków jest po prostu wyjście i utworzenie własnych linków. Kupując wcześniej posiadaną stronę internetową lub domenę, możesz przekształcić ją w blog i nieograniczone źródło potężnych, wysoce odpowiednich linków do Twojej witryny. Są czytelnicy, którzy będą sztydzić z tej strategii i są czytelnicy, którzy kiwają głowami - to czytelnicy kiwają głowami, wiedząc, jak potężna jest ta strategia. Linki ze źródeł urzędowych na twoim rynku są o wiele potężniejsze niż jakiegokolwiek inny rodzaj linku, a najłatwiejszym sposobem uzyskania linków do autorytetu jest utworzenie własnej witryny. Zastanów się nad zakupem strony internetowej sprzed ponad trzech lub czterech lat z odpowiednią domeną, aby uzyskać mocniejszy efekt.

Flippa.

<https://flippa.com>

Rynek zakupu i sprzedaży stron internetowych.

Sedo

<https://sedo.com>

Kupuj i sprzedawaj domeny.

4. Budowanie powiązań.

Jeśli w ciągu ostatnich kilku lat korzystałeś z porad online dotyczących blogowania i tworzenia linków, zauważysz powtarzający się temat: budowanie relacji z innymi blogerami w branży jest skutecznym sposobem na uzyskanie silnych linków do Twojej witryny.

Chociaż strategia ta dotyczy tylko użytkowników z aktywnymi blogami na ich stronie, na szczęście tworzenie tych relacji i uzyskiwanie linków jest łatwiejsze niż się wydaje.

Media społecznościowe i SEO.

Czy media społecznościowe są ważne dla SEO?

Media społecznościowe stały się integralną częścią naszego sposobu korzystania z Internetu. Ważna treść jest nie tylko połączona, jest udostępniana, lubiana, tweetowana i przypinana. Sposób, w jaki ludzie korzystają z Internetu, drastycznie się zmienił, a to nie pozostało niezauważone w Googleplex. Wiele niezależnych badań nad algorytmem rankingowym Google wykazuje dużą korelację z wysokimi rankingami stron o silnej aktywności w mediach społecznościowych. Podczas gdy oficjalne stanowisko Google jest takie, że nie „bezpośrednio” korzystają z usług społecznościowych w ich algorytmie, społeczność SEO całkiem zgadza się, że jest to silny czynnik w osiąganiu rankingów. Pomijając nieporozumienia, z osobistych doświadczeń mogę powiedzieć, że witryny z dużymi społecznościami uzyskują znacznie wyższe rankingi w krótszym czasie o milę. Nie tylko możesz używać mediów społecznościowych do budowania aktywności społecznej, aby zwiększyć ogólną siłę SEO, możesz używać mediów społecznościowych do regularnego tworzenia linków zwrotnych, które są bezpłatne i łatwe do zbudowania. Zwiększa również ruch polecający do Twojej witryny i angażuje poprzednich klientów. Z reguły media społecznościowe powinny być częścią każdego projektu SEO.

Google+ i SEO.

Google konsekwentnie nagradza firmy korzystające z własnej sieci społecznościowej o wyższych rankingach. Mówiąc konkretnie, Google+ jest uważany za jeden z najsilniejszych czynników rankingowych w ciągu ostatnich kilku lat, tak bardzo, że jeśli spojrzysz na ankiety dotyczące współczynnika SEO, Google+ jest stale na szczycie listy! Wiele firm nadal nie korzysta z Google+, więc jest to okazja do uzyskania przewagi nad konkurencją. Jako minimum powinieneś skonfigurować stronę biznesową i dodać kilka postów do swojego profilu. Następnie zachęcaj zwolenników do dodania przycisku śledzenia Google+ na swojej stronie i link do strony Google+ w stopce e-mail. Zarządzanie mediami społecznościowymi wykracza poza zakres tej książki, ale po prostu rozpoczęcie i zbudowanie podstawowej aktywności w Google+ pozwoli wyprzedzić inne firmy - jest to serwis społecznościowy najczęściej pomijany przez wiele marek i możesz z niego korzystać na swoją korzyść. Zaczynaj od poniższych linków:

Google - Moja firma

<https://www.google.com/business/>

Przycisk Follow Google+

<https://developers.google.com/+web/follow/>

Facebook i SEO.

Facebook to najpopularniejsza na świecie sieć społecznościowa. To, co jest popularne na Facebooku, jest w istocie migawką opinii publicznej, a Google zauważyło to, czyniąc aktywność na Facebooku bardzo ważnym czynnikiem w ich algorytmie. Należy rozważyć użycie Facebooka do każdego projektu SEO. Jeśli masz tylko czas lub budżet, aby korzystać z jednej sieci społecznościowej w swojej strategii SEO, użyj Facebooka. Aby poprawić aktywność społecznościową w serwisie Facebook, regularnie udostępniaj treści z własnej strony na swojej stronie na Facebooku. Za każdym razem, gdy to robisz, otrzymujesz więcej ekspozycji od swoich fanów, a także budujesz aktywność społeczną wokół treści na swojej stronie. Uważaj, aby połączyć to z odpowiednią, angażującą niekomercyjną treścią dla swojej bazy użytkowników, aby nie wyłączyć ich i utrzymać wysoki poziom zaangażowania. Przykłady

obejmują infografiki, inspirujące cytaty, inspirujące zdjęcia i tak dalej. Zbuduj swoją publiczność, dodając przycisk śledzenia Facebooka na swojej stronie, podpisy e-mail i strony z podziękowaniami lub sukcesem. Jeśli chcesz przyspieszyć budowanie publiczności, możesz użyć reklamy na Facebooku, aby zbudować odpowiednią grupę odbiorców lokalnych. Jest to dobra strategia, jeśli twoi konkurenci w rankingach mają większych obserwatorów i chcesz ich pokonać. Możesz także użyć reklam na Facebooku, aby zwiększyć ekspozycję swoich postów, a nawet prowadzić kampanie reklamowe w celu uzyskania oferty promocyjnej. Reklama na Facebooku wyróżnia się jako świetny sposób na budowanie widowni, aktywności społecznej i sprzedaży skierowań dla projektów z budżetem.

Facebook dla biznesu

<https://www.facebook.com/business>

Reklama na Facebooku

<https://en-gb.facebook.com/business/products/adsa>

Twitter i SEO.

Twitter jest pełen dyskusji na temat najnowszych wiadomości i wydarzeń na świecie. W wielu przypadkach przełomowe wiadomości są publikowane na Twitterze przed największymi światowymi punktami informacyjnymi. Śmierć Osamy Bin Ladena jest doskonałym przykładem - wyciekł na Twitterze przez byłego szefa sztabu do sekretarza obrony USA i w ciągu kilku minut był już w wiadomościach. Google rozpoznało to i wykorzystuje aktywność Twittera w swoim algorytmie. Choć może nie być tak silny jak inne sieci społecznościowe, możesz użyć Twittera, aby wzmocnić ogólną siłę SEO. Twitter to świetna sieć społecznościowa, dzięki której możesz wplatać swoją strategię SEO, ponieważ możesz zaplanować wiele swoich tweetów z wyprzedzeniem, bez zbytniego spamowania, i zarządzać swoim kontem przy niewielkim zaangażowaniu czasu i wysiłku. Zaplanuj tweety na swoich stronach, takich jak HootSuite, i zacznij budować swoje tweety na swoich stronach. Połącz to z odpowiednimi i pouczającymi tweetami o swojej branży. Powinieneś dążyć do maksymalnie 12 tweetów dziennie. 12 tweetów dziennie to mniej więcej limit, który możesz opublikować bez irytujących zwolenników. Jeśli jesteś leniwy jak ja, możesz zaplanować wszystkie swoje posty o 3-z góry. Jeśli chcesz zachęcić użytkowników witryny do publikowania treści dla Ciebie, dołącz link „ćwierknij tę stronę” na każdej stronie lub w blogu na swojej stronie internetowej.

Tweetdeck. Darmowy.

<http://www.tweetdeck.com>

Darmowe i łatwe oprogramowanie do zarządzania Twitter. Możesz zainstalować Tweetdeck na swoim komputerze i zarządzać całym kontem Twittera z poziomu programu. Popularne funkcje obejmują zarządzanie wieloma kontami, planowanie tweetów i organizowanie kanałów, dzięki czemu wyświetlane są tylko aktualizacje Twittererów, którymi jesteś zainteresowany.

HootSuite. Za darmo dla początkujących. 10 USD miesięcznie dla zaawansowanych użytkowników.

<http://www.hootsuite.com>

Bardziej zaawansowany niż Tweetdeck, możesz używać Hootsuite do planowania tweetów, analizowania ruchu w mediach społecznościowych, zarządzania wieloma kontami, tworzenia raportów mediów społecznościowych w celu monitorowania sukcesu i wiele innych. Zalecany dla zaawansowanych użytkowników lub automatyzacji wielu kont.

Inne sieci społecznościowe.

Spójrzmy prawdzie w oczy, wszyscy uwielbialiśmy bawić się w sieci społecznościowe przez cały dzień, ale nie mamy wolnego czasu, aby zawsze szukać wspaniałych pomysłów i dzielić się nimi bez końca na kontaktach mediów społecznościowych. Jeśli masz ograniczone zasoby, skup się na Facebooku, Google+ i Twitterze. Jeśli szukasz dodatkowej przewagi, robisz SEO dla dużej marki, a może masz armię pomocników oczekujących na Twoje polecenie, możesz zyskać znaczny wzrost, rozszerzając swoją aktywność społeczną na kilka witryn mediów społecznościowych. Skonfiguruj konto w poniższych sieciach, publikując w sieciach najbardziej odpowiednich dla Twojej firmy:

LinkedIn

<http://www.linkedin.com>

LinkedIn to Facebook dla profesjonalistów. LinkedIn jest fantastycznym narzędziem sieciowym, jeśli jesteś w branży business-to-business i chcesz zbudować własną markę lub markę swojej witryny. Jeśli chcesz zwiększyć swoją skuteczność na LinkedIn, dołącz do grup i uczestnicz w dyskusjach, publikuj odpowiednie aktualizacje na temat swojej branży i publikuj treści w kanale wiadomości.

Pinterest

<http://www.pinterest.com>

Pinterest stał się jedną z najszybciej rozwijających się sieci społecznościowych w bardzo krótkim czasie. Szybko rozwijająca się baza użytkowników Pinteresta składa się głównie z kobiet. Witryna przekształciła się w gigantyczną listę zakupów z listą życzeń. Jeśli docelową grupą docelową są kobiety, powinieneś być na Pinterest.

Instagram

<http://www.instagram.com>

Początkowo aplikacja mobilna, która pomaga użytkownikom sprawić, by ich zdjęcia wyglądały ładnie, Instagram podskoczył z raczkującej aplikacji mobilnej do konkurencji z dużymi sieciami społecznościowymi w ciągu zaledwie kilku lat. Instagram ogranicza liczbę linków, które możesz opublikować, co oznacza, że linki z Twojego profilu na Instagramie są znacznie bardziej wydajne. Jeśli pracujesz w przemyśle modowym lub graficznym, Instagram jest niezbędnym portalem społecznościowym do włączenia do Twojej SEO i ogólnej strategii cyfrowej.

Analizy mediów społecznościowych.

Jeśli zainwestujesz czas i wysiłek w budowanie profili mediów społecznościowych, będziesz chciał śledzić swoje wyniki, aby móc oddzielić te części strategii, które odnoszą sukces, a nie tak skuteczne. Analityka w mediach społecznościowych jest inna niż w przypadku innych analiz internetowych, ponieważ analizy społeczne są nastawione na pomiar rozmowy i interakcji z Twoją bazą fanów z Twoją marką. Korzystając z oprogramowania wymienionego poniżej, możesz monitorować wyniki i uzyskiwać cenne informacje na temat sposobów poprawy wysiłków w mediach społecznościowych:

Sprout Social. Bezpłatnie przez 30 dni. 59 USD miesięcznie za regularne używanie.

<http://sproutsocial.com/features>

Świetny pakiet do zarządzania analityką internetową i mediami społecznościowymi, który pozwala śledzić wydajność profili mediów społecznościowych w czasie. Sprout Social ma bezpłatną wersję próbną, dostosowaną do zaawansowanego poziomu i oferuje potężne raporty analityczne dla głównych sieci społecznościowych.

HootSuite. Bezpłatny plan. Płatne plany zaczynają się od 10 \$ miesięcznie.

<https://hootsuite.com/products/social-media-analytics>

Hootsuite jest cytowany wielokrotnie tu i nie bez powodu - Hootsuite to solidne oprogramowanie do zarządzania mediami społecznościowymi, które pozwala kontrolować wiele sieci społecznościowych, a także wnikliwe analizy internetowe. Płatne plany są również dość przystępne dla użytkowników pro.

Śledzenie społeczne Google Analytics. Darmowy

<http://www.google.com/analytics/>

Funkcje śledzenia społeczności Google Analytics doskonale nadają się do śledzenia podstawowych interakcji społecznych, które występują, gdy użytkownicy są na Twojej stronie. Jest bezpłatny i zawiera gotowe do użycia standardowe ustawienia. Aby zobaczyć raporty społecznościowe, zaloguj się do Google Analytics, kliknij zakładkę Akwizycja w menu głównym, a następnie Social.

Analityka internetowa w pigułce. Jak zmierzyć swój sukces.

Analityka internetowa zmieniła sposób prowadzenia działalności w XXI wieku. Teraz możemy znaleźć cenne informacje na temat klientów, w tym dane demograficzne i zachowania, spostrzeżenia, które wcześniej były trudne lub niemożliwe do odkrycia. Teraz możemy uzyskać bardzo dokładny wgląd w wyniki marketingowe na poziomie szczegółowym. Możemy dowiedzieć się, co działa, a co nie, ograniczyć kampanie marketingowe i zwiększyć budżety na zwycięskie kampanie. Mówiąc najprościej, analityka internetowa ułatwiła rozwój prawie każdej firmy. Zapoznaj się z krótkim przewodnikiem zawierającym informacje na temat analiz internetowych i sposobu, w jaki analityka internetowa może działać w Twojej firmie.

Dlaczego warto korzystać z Google Analytics?

Być może słyszałeś już o Google Analytics. Google Analytics to platforma do analiz internetowych używana przez większość witryn. Ma swoje dziwactwa, ale jest najlepszym dostępnym, wszechstronnym narzędziem analitycznym dostępnym dla zrozumienia ruchu w witrynie. A najlepsze jest to, że jest bezpłatne.

Jeśli nie masz zainstalowanego Google Analytics, zostaw wszystko, zainstaluj Google Analytics teraz, a następnie „uderz” do swojego programisty. Nie żartuję. Bez konfiguracji Google Analytics rozwój firmy online jest jak próba pilotowania samolotu z zasłoniętymi oczami. Bez Google Analytics trudno jest dowiedzieć się, co działa, a co nie, zidentyfikować problemy i rozwiązać je, zanim przekształcą się w większe problemy, i poznać ogólny kierunek, w którym zmierza Twoja firma. Dotyczy to około 90% firm. Aby rozpocząć korzystanie z Google Analytics, przejdź do poniższego adresu URL i kliknij „zaloguj się”. Utwórz konto Google, jeśli jeszcze go nie masz, i przejdź przez proste kroki, aby zacząć. Jeśli nie możesz edytować kodu na swojej stronie, możesz potrzebować pomocy swojego programisty.

Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

Jak korzystać z Google Analytics.

Pozwól, że powiem ci coś trochę ryzykownego. Sama większość danych jest bezużyteczna. Słusznie słyszałeś, dla prawdziwej świadomości i spostrzeżeń, musimy być w stanie porównywać dane i identyfikować trendy w czasie. Istnieją dwa sposoby analizowania i rozumienia danych w Google Analytics w odniesieniu do czasu:

1. Porównaj dwa zakresy dat.

Kliknij pole daty w Google Analytics. Wprowadź dwa przedziały czasowe i możesz je porównać. Przydatne porównania dat obejmują porównanie wyników w tym tygodniu z wynikami z ubiegłego tygodnia, wyniki z poprzedniego miesiąca do poprzedniego miesiąca oraz wyniki z poprzedniego miesiąca do tego samego miesiąca w poprzednim roku.

2. Spójrz na wykresy przez długi czas.

Wystarczy spojrzeć na wykresy w najdłuższym możliwym okresie i poszukać trendów, bez porównywania zakresów dat. Podejście to jest przydatne w widoku z lotu ptaka ogólnego kierunku, w którym zmierza ruch. Nie jest to tak skuteczne, aby znaleźć trudne do znalezienia informacje lub zidentyfikować szczegółowe spostrzeżenia, a nie będziesz w stanie porównać konkretnych procentów ruchomych trendów.

Uwaga: Sezonowość jest czynnikiem wpływającym na wiele firm. Czasami może wystąpić spadek natężenia ruchu, ale niekoniecznie oznacza to, że witryna działa słabo. To może być twój rynek doświadczający tendencji spadkowej w niektórych miesiącach. Jeśli Twoja firma ma tendencję spadkową, użyj podejścia „porównaj dwa zakresy dat” i porównaj ruch bieżącego miesiąca z tym samym miesiącem zeszłego roku. Jeśli widzisz wzrosty, wiesz, że Twoja witryna działa dobrze, niezależnie od sezonowych trendów.

Akwizycja

Akwizycja to obszar Google Analytics, któremu każdy właściciel firmy lub sprzedawca powinien poświęcić dużo czasu na przeglądanie. Sekcja Acquisition w Google Analytics zawiera informacje o tym, skąd pochodzi ruch w Twojej witrynie. Bez bacznego przyglądania się źródłom ruchu, prawie niemożliwe jest dokonywanie świadomych osądów dotyczących wydajności witryny lub marketingu. Kliknij „Akwizycja” na głównym pasku bocznym po lewej stronie. W sekcji „Cały ruch” możesz zobaczyć rzeczywiste ilości ruchu otrzymanego z danego źródła. Sekcja Kanały wymieniona w sekcji „Cały ruch” ma szczególne znaczenie. Zawiera listę głównych źródeł wysyłających klientów do Twojej witryny. Na karcie „Kanały” możesz zagłębić się w głębsze informacje o wydajności konkretnych źródeł wysyłających klientów do Twojej witryny, takich jak odwiedzający, użytkownicy wyszukiwarek, odwiedzający e-mail i tak dalej.

Raport wyszukiwania organicznego

Raport Organic Search jest niezbędny do monitorowania wydajności w wyszukiwarkach. W raporcie Wyszukiwanie organiczne możesz zobaczyć, ile razy otrzymałeś gościa z wyszukiwarki. Warto wspomnieć, że kilka lat temu Google wprowadziło zmiany w Google Analytics, które powodują, że wielu specjalistów od marketingu w wyszukiwarkach i specjalistów ds. marketingu potrzęsających pięścią w niebo. Na początku 2012 r. Google zmieniło to narzędzie, aby ukryć dużą część informacji o słowach kluczowych, co utrudnia uzyskanie dokładnych informacji na temat słów kluczowych używanych przez klientów. Dzięki Google! Teraz, gdy ktoś wpisze frazę do Google, jeśli podczas przeglądania zaloguje się na konto Google, słowo kluczowe, którego szuka użytkownik, pojawi się w raporcie Google Analytics jako słowo „nie dostarczone”. Gdy tak się stanie, nie masz pojęcia, co ta osoba wpisała w Google przed przybyciem na Twoją stronę. Liczba ukrytych informacji o słowach kluczowych stopniowo się zwiększa, ale nie przejmuj się. Możemy nadal mierzyć ogólną skuteczność ruchu w wyszukiwarce, szukając całkowitego wzrostu lub spadku w raporcie wyszukiwania ekologicznego. Aby wyświetlić raport Organic Search, kliknij zakładkę Acquisition na lewym pasku bocznym, kliknij „All Traffic”, kliknij „Channels” i kliknij „Organic Search”.

Segmenty.

Wyobraź sobie, że możesz ograniczyć się do konkretnego segmentu odbiorców, takiego jak płatny ruch, ruch w wyszukiwarkach, ruch mobilny, użytkownicy iPada itd., I natychmiast zobaczyć, ile zapytań dokonali ci użytkownicy, ile czasu spędzają na twojej stronie, z jakiego kraju pochodzą i ile sprzedają. Ta funkcja istnieje i nazywa się segmentami. Segmenty są potężne. Dzięki segmentom możesz zidentyfikować części odbiorców, które potencjalnie generują więcej zapytań lub sprzedaży niż inni klienci. Można nawet zidentyfikować fragmenty odbiorców, które mają trudności z korzystaniem z witryny, i uzyskać wgląd w te obszary, aby uzyskać lepszą wydajność. Aby użyć Segmentów, kliknij kartę „Dodaj segment” u góry każdej strony w Google Analytics i możesz wybrać z listy dużą liczbę segmentów do głębszego wglądu.

Wyjaśnienie typowych terminów analiz internetowych.

Wyświetlenia strony.

Odłona strony jest liczona za każdym razem, gdy użytkownik ładuje stronę w witrynie.

Unikalne odsłony.

Podobny do Widoku strony, ale jeśli jeden użytkownik ładuje stronę kilka razy, będzie traktowany tylko jako jeden Unikalny widok strony.

Sesja.

Sesja jest tym, co dzieje się, gdy odwiedzający przybywa na stronę, a następnie w pewnym momencie zamyka przeglądarkę. Jeśli ten użytkownik powróci ponownie, jest to liczone jako dodatkowa sesja.

Użytkownik.

Jeśli użytkownik odwiedzi Twoją witrynę, a następnie wróci na późniejszym etapie, jest to liczone jako jeden unikalny Użytkownik.

Współczynnik odrzuceń.

Jeśli odwiedzający odwiedzi Twoją witrynę, a następnie odejdzie bez odwiedzania kolejnych stron, jest to odbicie. Odsetek odwiedzających, którzy się odbijają, to współczynnik odrzuceń. Częstym pytaniem wśród rynków i właścicieli firm jest: jaki jest dobry współczynnik odrzuceń? Nie ma ogólnej zasady. Współczynniki odrzuceń różnią się znacznie między witrynami i branżami. Jeśli znajdziesz konkretną stronę o bardzo wysokim współczynniku odrzuceń (+ 70%), może to być wskaźnik, że odwiedzający nie lubią treści lub doświadczają problemów technicznych.

Współczynnik konwersji.

Jednym z najważniejszych wskaźników do monitorowania jest współczynnik konwersji witryny. Współczynnik konwersji to procent użytkowników wykonujących pożądaną akcję. Działanie może polegać na wypełnieniu formularza zapytania, pobraniu produktu lub kupieniu czegoś od Ciebie. Jeśli otrzymasz sto gości, a trzech z nich zakończy sprzedaż, będzie to współczynnik konwersji wynoszący trzy procent.

Cele.

Cele to niestandardowe cele, które można skonfigurować w Google Analytics, aby śledzić konkretne cele lub cele biznesowe, które możesz mieć w swojej witrynie. Typowe cele do skonfigurowania obejmują rejestrację biuletynu, pobieranie produktów, wypełnianie formularzy zapytań i tak dalej.

Inne narzędzia do analityki internetowej.

Istnieje wiele narzędzi do analityki internetowej, które pomagają poprawić wydajność witryny. Google Analytics doskonale nadaje się do zrozumienia ogólnej wydajności ruchu, ale jeśli chcesz zagłębić się głębiej, sprawdź następujące narzędzia, aby uzyskać lepszy wgląd:

Crazy egg. Za darmo zaczyna. Zaczyna się od 108 USD rocznie za funkcje premium.

Aby rozpocząć, wymagane jest konto Google.

<http://www.crazyegg.com>

Jeśli chcesz uzyskać wizualną informację o tym, jak użytkownicy zachowują się na Twojej stronie po ich przybyciu, Crazy Egg to fantastyczne narzędzie. Z Crazy Egg możesz uzyskać mapy ciepła, na których użytkownicy klikają stronę. Możesz również zobaczyć mapy cieplne, jak daleko odwiedzający przewijają stronę.

Optimizely. Bezpłatnie dla podstawowych użytkowników.

<http://www.optimizely.com>

Optimizely to popularne narzędzie analityczne do dzielonego testowania. Dzięki Optimizely możesz podzielić się testami różnych odmian witryny i sprawdzić, która wersja zwiększa sprzedaż lub konwersję.

Rozwiązywanie typowych problemów z SEO i sposoby ich rozwiązywania.

Radzenie sobie z Google może być czasem frustrujące. Obsługa klienta prawie nie istnieje i staramy się zrozumieć, dlaczego Twoja witryna nie współgra dobrze z Google, może prowadzić do dzikiego pościgu. Nie pozwól, aby brak wsparcia ze strony Google cię zniechęcił. W większości przypadków, jeśli witryna ma problemy z Google, jest to tylko tymczasowe. Problemy z SEO rzadko są nieodwracalne. Zwykle jest to tylko kwestia ustalenia przyczyny problemu - częściej niż nie wynika to z tego, co mówią popularne posty na blogu. Czasami oznacza to naprawienie kilku przedmiotów. Gdy wszystko zostanie naprawione, ułożyłeś talię na swoją korzyść i masz większe szanse na szybki powrót do zdrowia. W tym rozdziale omówiono typowe problemy SEO, które nękają właścicieli witryn internetowych. Jeśli nie jesteś wcale skłonny technicznie, zachęcam do przeczytania sekcji dotyczącej uzyskiwania dodatkowych porad, a nawet rozważenia uzyskania profesjonalnej pomocy, jeśli witryna ma poważne problemy z SEO.

Co zrobić, gdy witryna nie jest w ogóle wyświetlana w Google.

Jest to powszechny problem zarówno wśród webmasterów, jak i właścicieli firm. Jeśli właśnie uruchomiłeś zupełnie nową witrynę, możliwe jest, że Google jeszcze nie zaindeksował Twojej witryny. Możesz zrobić szybkie sprawdzenie, wpisując „site: yoursiteaddress.com” w pasku wyszukiwania Google i sprawdzanie, czy witryna w ogóle pojawia się. Jeśli tak nie jest, możliwe, że pająk Google nie zaindeksował Twojej witryny i nie wie, że istnieje. Zazwyczaj wszystko, czego potrzebuje Google, aby odebrać Twoją witrynę, to wygenerowanie kilku linków do Twojej witryny i aktywności społecznej. Tweeting linku do Twojej witryny to szybki sposób na sprawdzenie, czy Twoja witryna jest indeksowana przez oprogramowanie Google, zazwyczaj w ciągu 24 godzin. Spróbuj udostępnić swoją witrynę z kilku sieci społecznościowych, aby uzyskać szybsze wyniki. Sprawdź Google ponownie w ciągu 24 godzin za pomocą zapytania „site: www.yoursite...” i sprawdź, czy pojawiają się jakieś strony z Twojej witryny. Jeśli widzisz strony, oznacza to, że Google zaindeksował Twoją witrynę. Jeśli to nie zadziała, poproś projektanta stron internetowych o skonfigurowanie Narzędzi Google dla webmasterów, zaloguj się i

sprawdź, czy są jakieś błędy. Jeśli wystąpią błędy, Google nakreśli kroki, aby je naprawić, aby Google mógł zobaczyć Twoją witrynę.

Co robić, gdy Twoja firma nie zajmuje miejsca w rankingu pod własną nazwą firmy.

Firma, która nie znalazła się na najwyższym miejscu w Google do wyszukiwania oficjalnej nazwy firmy, jest zaskakująco powszechnym problemem wśród zupełnie nowych witryn. Google jest sprytny, ale czasami musisz dać Google szturchnięcie, aby powiązać nową witrynę z nazwą swojej marki. Rozwiązanie to można łatwo naprawić, budując linki do witryny, z niektórymi linkami z nazwą marki jako tekstem zakotwiczenia. To może potrwać kilka tygodni, zanim Google zobaczy te linki, połączy kropki i uświadomi sobie, że Twoja witryna jest naprawdę interesująca. Szybkim sposobem na szybkie przetestowanie jest szybkie wyszukanie katalogów biznesowych używanych w Twoim kraju - Whitepages, Yellow Pages, Yelp, itd. - wypełnij listę firm w każdej witrynie i dołącz link do strony Twoja strona internetowa. Im więcej łączy, tym lepiej, ale powinieneś dążyć do minimum 50 linków. W 95% przypadków rozwiąże to problem, że witryna nie znajdzie się w najlepszych wynikach wyszukiwania nazwy firmy. Jeśli to nie zadziała, skonfiguruj konta Facebook i Twitter dla swojej firmy, wypełniając w profilu jak najwięcej informacji o swojej działalności. Następnie postuj codziennie przez około dwa tygodnie, mieszając linki do swojej strony w postach. Jeśli nadal nie możesz uzyskać wystarczająco wysokiego rankingu witryny, użyj Eksploratora otwartej witryny, aby szpiegować konkurencyjne witryny o wyższej pozycji pod względem nazwy marki. Czy ich strony mają więcej linków niż całkowita liczba linków do Twojej witryny? Jeśli tak jest, będziesz musiał zbudować więcej linków.

Co zrobić, gdy spadły Twoje rankingi.

Oto smutna prawda o SEO: jeśli osiągniesz najwyższy ranking, może nie utrzymać swojej pozycji na zawsze. Istnieją miliardy stron internetowych rywalizujących o najwyższe pozycje w Google. Nowe witryny są tworzone codziennie. Wymaga to ciągłego wysiłku, aby utrzymać wysoką pozycję stron. Jeśli Twoje rankingi spadły z najwyższej pozycji i powoli przesuwały się w dół wyników wyszukiwania, prawdopodobnie twoi konkurenci po prostu zdobyli więcej linków lub więcej aktywności społecznej. Użyj Eksploratora Otwartej Witryny, aby szpiegować konkurentów, dowiedzieć się, ile mają linków zwrotnych, ile mają aktywności w mediach społecznościowych, i ustawić te kwoty jako cel, aby zwiększyć swoje rankingi. Następnie nadszedł czas, aby rozpocząć kampanię budowania linków z ukierunkowanymi słowami kluczowymi przedstawionymi w rozdziale dotyczącym budowania linków. Jeśli obawiasz się, że możesz zostać ukarany przez ostatnie aktualizacje Google, takie jak aktualizacja Penguin lub aktualizacja Pandy, przeczytaj następną sekcję dotyczącą typowych kroków odzyskiwania.

Co zrobić, gdy Twoja strona została ukarana przez aktualizację Penguin.

Najnowsze aktualizacje Google powodują, że wielu właścicieli witryn martwi się. Winę za to ponosi cyrk medialny, ale kontrowersje wokół aktualizacji Pandy i Pingwina spowodowały błędne przekonanie, że większość problemów związanych z ruchem jest spowodowana przez te aktualizacje. Prawdziwa prawda - te aktualizacje wpłynęły na ułamek witryn, a właściciele tych witryn są bardzo głośną mniejszością. W większości przypadków, jeśli twoje rankingi spadły, twoi konkurenci po prostu nabyli więcej „SEO Juice” na swoich stronach i nadszedł czas, aby podnieść twoją grę. Jeśli Twoje strony przesunęły się w dół o kilka pozycji, zapoznaj się z powyższą sekcją dotyczącą kroków odzyskiwania. Jeśli Twoje rankingi całkowicie zniknęły z 30 najlepszych w Google, a wcześniej były w rankingu 10 najlepszych, możliwe jest, że zostałeś ukarany przez aktualizację Penguina Google. Postępuj zgodnie z poniższymi krokami, aby potwierdzić, że tak było, i wykonaj zalecane kroki, aby odzyskać dane. Czytaj dalej z ostrożnością. Kary z aktualizacji Pandy i Pingwina są trudne do zdiagnozowania i jeszcze trudniejsze do wyleczenia. Jeśli jesteś poza zasięgiem swoich możliwości, możesz potrzebować profesjonalnej pomocy w celu szybkiego powrotu do zdrowia.

1. Sprawdź Narzędzia Google dla webmasterów.

Każdy właściciel witryny, który ma nałożoną ręczną karę przez Google, otrzyma zawiadomienie takie jak poniżej. Zaloguj się na konto Narzędzi Google dla webmasterów, aby sprawdzić, czy otrzymałeś powiadomienie takie jak jeden z poniższych przykładów: „Narzędzia Google dla webmasterów zauważają wykryte nienaturalne linki do...”. Wykryliśmy, że niektóre strony Twojej witryny mogą wykorzystywać techniki poza wskazówkami Google dla webmasterów... ”. Jeśli byłeś świadkiem powyższej wiadomości w narzędziach Google dla webmasterów, Google nałożyła na Twoją stronę ręczną karę w wyniku nowych aktualizacji Google. Jeśli nie widzisz powyższego komunikatu, jest mało prawdopodobne, że otrzymasz ręczną karę od Google.

2. Sprawdź swój profil linku.

Użyj Open Site Explorer, a Majestic SEO i przejrzyj linki wskazujące na podejrzaną stronę, która mogła zostać ukarana. Zrób to samo w przypadku konkurencyjnych stron, które obecnie znajdują się w najwyższej pozycji dla słów kluczowych. Sprawdź poniższe wskaźniki, aby potwierdzić, że Twoja witryna została ukarana przez aktualizację Google.

1. Twoja witryna ma znacznie większą liczbę linków niż konkurenci, ale nie zajmuje miejsca w pierwszej 50 dla tego samego słowa kluczowego. Jeśli masz znacznie większą liczbę linków wskazujących na swoją stronę niż konkurencyjne witryny, a twoja strona nie jest widoczna w pierwszej 50 (ale była wcześniej), być może zostałeś ukarany przez aktualizację Penguin.

2. Twoja witryna ma bardzo dużą liczbę linków z tandetnie wyglądających witryn, np. witryny wyglądające jak poniżej, seolinksdirectory.com, addurlsfree.com, freelinkdirectory.com i tak dalej.

3. Twoja strona zawiera zakotwiczony tekst wskazujący na stronę docelowego słowa kluczowego większą niż 20% co do zasady. Przykład: jeśli 90% linków wskazujących na stronę ma docelowe słowo kluczowe jako tekst zakotwiczenia, możliwe, że zostałeś ukarany przez aktualizację Penguin.

4. Użyj narzędzia Panguin, aby sprawdzić, czy nie ma nagłego spadku natężenia ruchu w czasie aktualizacji Google. Jeśli ruch nie został odzyskany, możliwe jest, że Twoja witryna została ukarana przez Penguin.

Narzędzie Panguin

<http://barracuda.digital/panguin-tool/>

Kroki odzyskiwania Google Penguin

Poniższa lista prowadzi użytkownika przez proces wymagany do wyleczenia witryny ukaranej przez Google Penguin. Pamiętaj, że przed wykonaniem któregośkolwiek z tych elementów musisz mieć pewność, że te aktualizacje zostały naruszone. Jeśli Twoja witryna nie została ukarana przez te aktualizacje, poniższe kroki mogą przynieść więcej szkody niż pożytku Twojej witrynie. Jeśli masz pewność, zaleca się zasięgnięcie profesjonalnej porady.

1. Wyeksportuj wszystkie linki wsteczne na stronę, która została ukarana, używając konta narzędzi Google dla webmasterów, Eksploratora otwartej witryny i SEO Majestic. Skompiluj wszystkie linki w arkuszu kalkulacyjnym Excel. Przejrzyj i zgrupuj linki w domenach spamowych (np. Freelinks.tv, seolinksdirectory.com, freeseolinks.com, bizlinks.biz itd.).

2. Odwiedź każdą z tych spamerskich witryn i poszukaj strony usuwania linków. Jeśli nie ma strony usuwania linków, znajdź stronę kontaktową i poproś administratora witryny o usunięcie linku ze swojej witryny. Podaj link do strony w wiadomości, aby ułatwić webmasterowi. Jeśli nie możesz znaleźć żadnych informacji kontaktowych na stronie, użyj Domain Whois aby znaleźć dane kontaktowe właściciela witryny i skontaktować się bezpośrednio z właścicielem.

Domena Whois

<http://whois.domaintools.com/>

Dokumentuj wszystkie te wysiłki w arkuszu kalkulacyjnym z datą, godziną i wynikiem.

3. Po umożliwieniu webmasterom od 1 do 2 tygodni usunięcia linków do Twojej witryny, znajdź spamowe linki do witryn, których nie możesz usunąć, i umieść każdy z tych złych linków w zwykłym pliku tekstowym, z każdym linkiem umieszczonym w nowej linii. Zaloguj się do Narzędzi Google dla webmasterów i prześlij te linki za pomocą strony „Usuń adresy URL” w sekcji „Optymalizacja”. Ponownie, jeśli nie jesteś pewien co robisz, skonsultuj się z profesjonalnym SEO, w przeciwnym razie możesz ryzykować więcej szkody niż pożytku.

4. Złóż wniosek o ponowne rozpatrzenie w narzędziach Google dla webmasterów. Powinno to nastąpić dopiero po bardzo dokładnym usunięciu linków ręcznie, a następnie usunięciu linków za pomocą narzędzia link disavow. Musisz przesłać prośbę do Google, aby poinformować ich, że uważasz, że została zablokowana przez aktualizację Penguin, i dołożyliśmy wszelkich starań, aby oczyścić spam linków. Aby to zrobić, odwiedź następujący adres URL po zalogowaniu się na konto narzędzi dla webmasterów:

[Złóż wniosek o ponowne rozpatrzenie](https://www.google.com/webmasters/tools/reconsideration?pli=1)

<https://www.google.com/webmasters/tools/reconsideration?pli=1>

5. Oczekuj odpowiedzi i monitoruj zmiany w rankingach.

Jak już wspomniano, odzyskiwanie z kary Google Penguin nie jest czymś, co ktoś powinien zrobić bez podstawowego poziomu profesjonalnego doświadczenia SEO i całkowitej pewności, że strona została ukarana przez aktualizację Penguin. Kroki te zostały uwzględnione dla osób z doświadczeniem SEO i ilustrują kroki wymagane do odzyskania kary Penguin. Zaleca się, abyś porozmawiał z ekspertem, zanim podejmiesz którąkolwiek z powyższych czynności, aby spróbować odzyskać od kary.

Jak szukać profesjonalnej pomocy za darmo.

Znalezienie właściwej pomocy SEO może być frustrujące dla właścicieli witryn. Do nawigacji jest wiele informacji o różnym poziomie jakości i dokładności. Trudno jest skontaktować się z praktykami SEO na najwyższym poziomie. Mimo to istnieją strony, które mogą zadawać pytania przed czołowymi światowymi ekspertami niemal każdego tematu za darmo. Skorzystaj z poniższych stron, aby uzyskać wysoce techniczne odpowiedzi, a możesz stworzyć armię ekspertów internetowych, aby spróbować rozwiązać problem. Klucz do sukcesu z poniższymi zasobami ma być konkretny. Im bardziej jesteś konkretny i im więcej informacji podasz, tym większe masz szanse na otrzymanie szczegółowej odpowiedzi, która wskaże ci właściwy kierunek. Aby uzyskać lepsze wyniki, opublikuj swoje pytanie we wszystkich poniższych witrynach i usiądź wygodnie i poczekaj, aż pojawią się odpowiedzi. Otrzymasz więcej odpowiedzi i będziesz w stanie lepiej rozważyć, które rozwiązanie jest najlepsze.

MOZ Q&A

<http://moz.com/community/q>

Fora pytań i odpowiedzi MOZ były kiedyś prywatne, ale w końcu niedawno udostępniono tę funkcję publicznie. Tutaj możesz porozmawiać z dużą liczbą specjalistów SEO bezpośrednio i przyciągnąć wysokiej jakości odpowiedzi na swoje pytania. Świetne dla specyficznych problemów SEO.

Pro Webmasters

<http://webmasters.stackexchange.com>

Pytania i odpowiedzi z forum Pro Webmasters mogą odpowiadać na pytania webmasterów witryn o wysokiej skuteczności.

Quora

<http://www.quora.com>

Quora to wszechstronna tablica ogłoszeń z pytaniami i odpowiedziami, na której można uzyskać odpowiedź na niemal wszystko. W Quorze na pytania często odpowiadają znani eksperci. Marketerzy, właściciele firm, jak ty to nazywasz, istnieje wiele wiodących autorytetów w branży, które publikują odpowiedzi na pytania dotyczące Quora.

Przepełnienie stosu

<http://stackoverflow.com>

Stworzony przez założycieli Pro Webmasters, Stack Overflow to społeczność twórców stron internetowych, którzy odpowiadają na pytania związane z tworzeniem stron internetowych. Jeśli masz bardzo techniczne pytanie związane z Twoją witryną lub po prostu chcesz, aby Twój webmaster był szczerzy, otrzymując drugą opinię, Stack Overflow jest doskonałym źródłem odpowiedzi na pytania techniczne.

Odpowiedzi Wordpress

<http://wordpress.stackexchange.com>

Jeśli twoja strona jest zbudowana na Wordpresie, nieuniknione jest, że w końcu napotkasz jakiś techniczny problem. Pytania i odpowiedzi w Wordpress Answers to doskonałe źródło pomocy. Indeksowanie i problemy z wyświetlaniem SERP i pytania

Forum wysokich rankingów

<http://www.highrankings.com/forum/index.php/forum/67-indexing-and-serpdisplay-problems-and-questions/>

Ta tablica dyskusyjna na forum Wysokich rankingów jest szczególnie powiązana z użytkownikami, którzy mają problemy z umieszczeniem swojej witryny w rankingu Google. Tutaj znajdziesz odpowiedzi na trudne pytania z szybkim czasem realizacji. Podobnie jak w przypadku wszystkich forów dyskusyjnych, możesz prowadzić ożywioną dyskusję na dowolny temat, ale zawsze powinieneś odwoływać się i sprawdzać otrzymane informacje.

Lokalne SEO. SEO dla lokalnych firm.

Dlaczego warto korzystać z lokalnego SEO?

Jeśli nie mieszkałeś pod kamieniem, widziałeś aukcje lokalnych firm pojawiające się na górze niektórych wyników wyszukiwania w Google. Lokalne aukcje - znane wcześniej jako wykazy stron Google Place, znane obecnie jako strony Google+ - są doskonałym narzędziem dla lokalnych firm, które chcą uzyskać

więcej klientów. Lokalne wyniki wyszukiwania różnią się od tradycyjnych wyników wyszukiwania „organicznego”, ponieważ są to wyniki wyszukiwarki reprezentujące lokalną firmę, a nie stronę internetową, jak zwykłe wyniki wyszukiwania. Użytkownicy mogą zobaczyć dane kontaktowe firmy w mgnieniu oka i znaleźć potrzebne informacje, zamiast klikać i przekopywać się na niezgrabną stronę biznesową. Lokalny SEO może być potężnym narzędziem przyciągającym ruch. W wielu przypadkach lokalne SEO może prowadzić do znacznie większej liczby zapytań dla lokalnych firm niż regularne rankingi SEO. Czy to oznacza, że powinieneś pozbyć się tradycyjnego SEO na rzecz lokalnego SEO? Nie. Możesz zrobić obie te rzeczy i zwiększyć potencjalny ruch w witrynie

Jak wysoko oceniać lokalny SEO.

Wysokie rankingi w lokalnym SEO mają zupełnie inne podejście niż tradycyjne SEO. Algorytm Google poszukuje innego zestawu sygnałów, aby określić popularność firmy, aby zdecydować, jak wysoko ją uszeregować w wynikach wyszukiwania. Jeśli zastanowisz się nad tym, jeśli restauracja jest naprawdę popularna w mieście, cały szereg linków z witryn na całym świecie prawdopodobnie nie jest najlepszym czynnikiem określającym popularność firmy w okolicy. Lepszym wskaźnikiem znaczenia lokalnej firmy byłoby podanie nazwy firmy i numeru telefonu, opinii klientów oraz bliskości firmy do obszaru, który jest wyszukiwany. Poniżej znajduje się lista najważniejszych czynników rankingowych, których Google używa dla lokalnych aukcji:

1. Adres fizyczny w mieście wyszukiwania.
2. Właściwe skojarzenia kategorii (musisz wybrać najdokładniejszą kategorię dla swojej firmy).
3. Spójność ustrukturyzowanych cytatów (ilość stron zawierających poprawnie nazwę firmy i numer telefonu).
4. Jakość / autorytet ustrukturyzowanych cytatów (jakość witryn z podaniem nazwy firmy i numeru telefonu).
5. Html NAP pasujący do moich danych na stronie firmy (dokładne poprawne dane biznesowe wymienione na listach firmowych i na stronie internetowej).
6. Słowo kluczowe produkt / usługa w tytule biznesowym.
7. Uprawnienie do domeny witryny (ilość i jakość linków prowadzących do strony internetowej).
8. Bliskość adresu do punktu wyszukiwania (odległość poszukiwawczo-biznesowa).
9. Indywidualnie zweryfikowana przez właściciela strona mojej firmy.
10. Bliskość adresu do centroidu miasta (lokalizacja firmy do centrum miasta).

Są to najsilniejsze czynniki pobrane z Moz. Jeśli chcesz uzyskać wysoką pozycję w lokalnych wynikach wyszukiwania, wystarczy upewnić się, że witryna i strona miejsca mają więcej funkcji niż ranking konkurencji dla docelowych słów kluczowych. Aby uzyskać pełny podział lokalnych współczynników rankingu SEO, odwiedź poniższy link, gdzie jeden z wiodących autorytetów w dziedzinie lokalnego SEO publikuje co roku ankietę branżową na temat lokalnych czynników rankingowych.

Lokalne współczynniki rankingu wyszukiwania Moz

<https://moz.com/local-search-ranking-factors>

Pierwsze kroki z lokalnym SEO.

Aby rozpocząć, pierwszym krokiem jest utworzenie strony firmy w Google+. Odwiedź poniższy adres URL i uzupełnij każdy obszar swojego profilu, jak to możliwe. Oznacza to tworzenie szczegółowego opisu firmy, przesyłanie jak największej liczby zdjęć, wyświetlanie godzin handlu, akceptowanych metod płatności i tak dalej. Im więcej informacji uzupełnisz w swoim profilu, tym bardziej zwiększysz swoje szanse na to, że Google uszereguje twoją stronę wyżej.

Google+ Moja firma

<https://www.google.com/business>

Podczas tworzenia wpisu o firmie upewnij się, że wybrałeś właściwą kategorię, w której ma być wyświetlana informacja o firmie, np. jeśli zapewnisz instalację wodno-kanalizacyjną jako usługę, chcesz wybrać „instalację wodno-kanalizacyjną” jako kategorię, a nie „handel” lub „naprawy domowe”.

Budowanie cytatów.

Cytaty są linkami lokalnego SEO. Cytat pojawia się za każdym razem, gdy Twoje imię i nazwisko, adres, numer telefonu (NAP) jest wymieniony w sieci. Im więcej cytowań masz niż konkurentów, tym bardziej prawdopodobne jest, że Twoja witryna będzie miała wyższą pozycję niż ich. Najłatwiejszymi miejscami do tworzenia cytatów są liczne lokalne katalogi biznesowe dostępne dla firm. Odwiedź poniższą listę z LocalSEOGuide.com, aby uzyskać bardziej wyczerpujące informacje o liście lokalnych katalogów biznesowych:

55 największych lokalnych katalogów biznesowych w USA:

<http://www.localseoguide.com/best-local-business-directories-seo/>

Budowanie ocen

Cytaty i recenzje są linkami do lokalnego SEO. Jeśli tylko jesteś budującym cytaty, masz tylko połowę równania. Aby uzyskać wysoką rangę, musisz być agresywny w zapewnieniu, że Twoja firma gromadzi recenzje online. Wiele firm zmagają się z tym. To dlatego, że trudno jest zmusić klientów do wypełniania opinii! Musisz ułatwić to swoim klientom. Ułatw swoim klientom wypełnianie opinii, a otrzymasz więcej recenzji. Dołącz linki do Twojej strony Google+ w swojej witrynie, podpisy e-mail, ulotki i wizytówki, zachęcając klientów do opuszczenia recenzji. Zachęcaj klientów pod koniec każdego zlecenia lub transakcji do opuszczenia recenzji. Tworząc każdą możliwą możliwość opuszczenia recenzji przez klientów, znacznie zwiększysz liczbę otrzymywanych recenzji. Ale cokolwiek robisz, nie kupuj recenzji. To szybki sposób na wejście do niegrzecznych księzek Google. Zakupione recenzje można pobierać za pomocą filtrów Google i nie dołączać do profilu

Nowe meta: Microformats, Microdata, schema.org i Facebook Open Graph.

Microformats, RDFa, microdata & schema.org. Gdzie zacząć? W ciągu ostatnich kilku lat pojawił się narastający problem w Internecie. Dosłownie miliardy witryn i stron internetowych z nieskończoną ilością informacji - wszystko całkowicie nieorganizowane... Biurokratyczny koszmar! Istnieją niekończące się strony o filmach, opiniach klientów, lokalnych firmach, katalogach produktów i tak dalej, i nie ma znormalizowanego sposobu organizacji lub prezentacji tych informacji. Pojawiła się potrzeba uniwersalnej metody ułatwiającej wyszukiwarkom szybkie rozpoznanie tych informacji. Stąd narodziny znaczników „metadanych” lub „danych semantycznych” - nowych technologii, które można wykorzystać w witrynie, ułatwiając wyszukiwarkom - i innym technologiom - indeksowanie, rozpoznawanie i prezentowanie treści użytkownikom Internetu. głowa do ściany, zastanawiając się, dlaczego jesteś tu czytając tak wyniszczający duszę temat? Cóż, nie wyrzucaj jeszcze tej książki przez okno... Te nowe technologie oznaczają, że możesz mieć większą kontrolę nad aukcjami wyszukiwania,

ułatwiać wyszukiwarkom indeksowanie witryny i uzyskiwać „bogate fragmenty”, takie jak w poniższym przykładzie, dzięki czemu można osiągnąć wyższe współczynniki klikalności i uzyskać więcej informacji na temat treści. Pomyśl o tej nowej technologii, np. Metaopisach w steriodach.

Dlaczego warto używać schema.org

Teraz wiemy, co możemy zrobić z tą nową technologią, od czego zacząć? Jak zawsze w przypadku nowych technologii, trwa ciągła debata na temat tego, co najlepiej wykorzystać - RDFa, mikro dane, karty hCards, mikroformaty, lista jest długa... Cóż, nie będę tracić czasu na debatę techniczną. Google, Yahoo i Bing połączyli się w 2011 r., Aby zdobyć przewagę nad danymi i stworzyć standardowe podejście ze schema.org - witryną referencyjną technologii znaczników danych mikrodanych, która umożliwia zaspokojenie wszystkich potrzeb w zakresie metadanych. Google otwarcie oświadczył, że Microdata i jej siostrzana strona schema.org to preferowana przez nich technologia, która sprawiła, że nie należy łączyć technologii „meta danych” - strachu przed pomyleniem pająka. Jesteśmy tutaj po wysokie rankingi i ruch, a nie po dłuższą diatrybę dla każdej technologii.

Jak korzystać z schema.org.

Google obsługuje poniższe aukcje niestandardowe w wynikach wyszukiwania. Jeśli masz jeden z poniższych, Twoja witryna może skorzystać z zalecanego dodatkowego znacznika witryny schema.org.

- Recenzje
- Ludzie
- Produkty
- Firmy i organizacje
- Przepisy
- Wydarzenia
- Muzyka
- Treści wideo

Użyjemy przykładu informacji o firmie, aby zobaczyć, jak normalnie może być zakodowany, w porównaniu z zaleceniem schema.org. Standardowy kod dla danych biznesowych

```
<h1> Beachwalk Beachwear & Giftware </h1>
```

```
<p> Wspaniała kolekcja wspaniałych upominków i ubrań, które podkreślą Twój pobyt
```

```
Mexico Beach. </p>
```

```
<p> 3102 autostrada 98 </p>
```

```
<p> Mexico Beach, FL </p>
```

```
<p> Telefon: 850-648-4200 </p>
```

Kod sformatowany w mikrodanych dla informacji biznesowych

```
<div itemscope itemtype = „http://schema.org/LocalBusiness”>
```

```
<h1> <span itemprop = „name”> Beachwalk Beachwear & Giftware </span>
```

</h1>

 Wspaniała kolekcja wspaniałych upominków i ubrań, aby podkreślić Twój pobyt w Mexico Beach.

<div itemprop = „address” itemscope

itemtype = „http://schema.org/PostalAddress”>

 3102 Highway 98

 Mexico Beach ,</div>

 FL

</div>

Telefon: 850-648-4200

</div>

Możesz zobaczyć, jak powyższy kod daje wyszukiwarce przyjazne posunięcie, aby rozpoznać informacje jako informacje o firmie, takie jak adres i numer telefonu. Chociaż powyższy przykład będzie wystarczający, jeśli masz prosty wpis o firmie, jeśli posiadasz któryś z wcześniej wymienionych typów informacji w swojej witrynie, będziesz musiał zalogować się na schema.org, aby postępować zgodnie z ich dokumentacją, aby upewnić się, że dane są poprawnie sformatowane.

Schema.org

<http://schema.org>

Otwórz wykres na Facebooku.

Chociaż wiemy, że schema.org jest najlepszym sposobem dodawania metadanych do Twojej witryny, jest jeszcze jedna dodatkowa technologia „metadanych”, której powinieneś użyć... Język Open Graph na Facebooku pozwala określić, w jaki sposób Twoja witryna wyświetla się, gdy jest udostępniana na Facebooku. Jeśli nie umieścisz w swojej witrynie kodu Open Graph na Facebooku, gdy użytkownik udostępni twoją zawartość na Facebooku, wyświetli się zwykły wpis w kanale wiadomości, z odpowiedzialnością dla użytkownika opisać artykuł i sprawić, by był on warty przeczytania. Jeśli umieścisz kod Facebook Open Graph, będzie on wyglądał seksownie, tak jak Twoje wyszukiwania, jeśli poprawnie używałeś meta title i meta description. Umieszczając swoją najlepszą stopę naprzód i sprawiając, że aukcja będzie poprawnie wyświetlana na Facebooku, zachęcisz więcej klientów do kliknięcia Twojej witryny i zwiększenia liczby polubień i udziałów Twojej strony. Zwiększy to sygnały społeczne strony. Oto przykład poprawnie sformatowanego kodu meta przy użyciu wykresu Facebook Open. Jak widać, są tylko drobne poprawki, aby Twoja strona ładnie pokazywała się na kanale wiadomości Facebooka... Więc śmiało, użyj jej na swojej stronie!

<title> Kup kurtki baseballowe online </title>

<właściwość meta = treść „og: type” = „witryna”>

<meta property=’og: description ”nazwa =„ opis ”zawartość =„ Szeroka gama kurtek baseballowych online dla wszystkich lig i graczy. Bezpłatna dostawa i zwroty w obie strony w USA. ”/>

Jeśli martwisz się o mylące wyszukiwarki, korzystając jednocześnie z kilku technologii „danych strukturalnych”, takich jak Open Graph i schema.org, nie martw się, nie będziesz mieć żadnych

problemów. Facebook Open Graph jest używany głównie przez robota indeksującego Facebooka, a nie przez wyszukiwarki, więc możesz używać Open Graph i schema.org w tandemie bez żadnych problemów. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat otwartego wykresu na Facebooku lub jeśli masz złożone typy aukcji na swojej stronie, sprawdź poniżej przewodnik Open Graph na Facebooku.

Open Graph Protocol

<http://ogp.me>

Potężne narzędzia SEO.

Istnieje wiele potężnych narzędzi SEO, które mogą pomóc zaoszczędzić godziny, dni lub nawet tygodnie swojego czasu. Poniższe narzędzia pomagają znaleźć możliwości budowania linków, diagnozować problemy z witryną, tworzyć łatwe do zrozumienia raporty SEO, sprawić, że Google będzie indeksować witrynę szybciej i znacznie więcej. Częściej niż nie, poniższe narzędzia dostarczą informacji potrzebnych do osiągnięcia wysokich rankingów i ujawnienia możliwości budowania linków, abyś mógł wyjść i uzyskać te wysokie rankingi. Czy jest więcej narzędzi SEO niż na tej liście? Pewnie. Poniżej znajduje się wybór narzędzi, dla ułatwienia wyszukiwania. Niektóre z nich są bezpłatne, niektóre są płatne, ale większość oferuje bezpłatną wersję próbną na tyle długo, aby rozpocząć optymalizację witryny. Nie mam powiązań z żadną z tych witryn, właśnie wymieniałem narzędzia, które uważam za przydatne. Więc wskocz i baw się dobrze.

Narzędzia badawcze.

Google Adwords Keyword Planner. Darmowy.

<http://www.google.com/intl/en/adwords/>

Google Adwords Keyword Planner został wymieniony kilka razy w tej książce i nie bez powodu. Jest to niezbędne dla każdego projektu SEO. Dzięki narzędziu Google Adwords Keyword Planner możesz sprawdzić, ile razy słowo kluczowe zostało przeszukane w Google i zawęzić je według kraju, a nawet typu urządzenia, np. Telefonów komórkowych i tak dalej. Jest to niezbędne narzędzie dla każdego projektu SEO, aby wiedzieć, ile razy wyszukiwane jest słowo kluczowe w Google.

Google Trends. Darmowy.

<http://www.google.com/trends/>

Google Trends zapewnia zaawansowane statystyki trendów wyszukiwania w czasie. Świetnie sprawdza się, jak Twój rynek działa ogólnie i jak zmienia się popyt na słowa kluczowe w czasie.

Market Samurai. Za darmo dla początkujących 149 USD dla użytkowników pro.

<http://www.marketsamurai.com/>

Market Samurai jest jednym z tych niezawodnych narzędzi, które są obecne w branży SEO od wielu lat. Market Samurai, ulubione narzędzie do badania słów kluczowych wielu guru SEO, jest potężnym narzędziem do generowania pomysłów na słowa kluczowe i analizowania słów kluczowych pod kątem konkurencyjności - dzięki czemu można odkryć słowa kluczowe, na które można kierować łatwe rankingi.

Moz. Bezpłatne i płatne.

<http://moz.com/tools>

Żadna książka na temat SEO nigdy nie byłaby kompletna bez wzmianki o Moz. Moz oferuje analizę słów kluczowych, monitorowanie marki, śledzenie rankingów, sugestie SEO na stronie, testy indeksowania w wyszukiwarkach i wiele innych. Niezbędny zestaw narzędzi dla każdego praktyka SEO, od początkującego do zaawansowanego.

SEOBook Keyword Analyzer. Darmowy.

<http://tools.seobook.com/general/keyword-density/>

Wystarczy wpisać adres URL do dowolnej strony w witrynie, aby wyświetlić wykres zoptymalizowanych słów kluczowych na stronie. Jest to idealne rozwiązanie do uzyskania wizualnego wskazania słów kluczowych, które wyszukiwarki mogą znaleźć na stronie.

SEOQuake. Darmowy.

<http://www.seoquake.com/>

Pasek narzędzi SEOQuake zapewnia potężny zestaw statystyk dla każdej odwiedzanej witryny, bezpośrednio w przeglądarce. SEOQuake ma również świetną opcję, która daje Ci ważne statystyki dotyczące rankingów stron w wynikach wyszukiwania Google. Świetne narzędzie do podglądania konkurentów i prowadzenia badań rynkowych. Potężny pasek narzędzi SEOQuake działa w Google Chrome, Safari i Firefox.

Ubersuggest. Darmowy.

<http://ubersuggest.org/>

Automatycznie pobierz automatycznie sugerowane słowa kluczowe z wyników wyszukiwania Google, aby uzyskać ładną, soczystą kolekcję długich słów kluczowych.

Narzędzia optymalizacji.

Google Page Speed Insights. Darmowy.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

Google Page Speed Insights to fantastyczne narzędzie dostarczane przez Google, które pomaga przyspieszyć Twoją witrynę. Dzięki Google Page Speed Insights uzyskasz informacje na temat skuteczności czasu ładowania oraz prosty zestaw wskazówek, które możesz przekazać twórcom i przyspieszyć działanie witryny.

Narzędzie do optymalizacji fragmentów Google. Darmowy.

<http://www.seomofo.com/snippet-optimizer.html>

To poręczne małe narzędzie umożliwia wpisywanie tagów tytułów i metatagów oraz wyświetlanie podglądu na żywo, w jaki sposób witryna będzie wyświetlana w wyszukiwarkach.

Narzędzia Google dla webmasterów. Darmowy

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=en>

Narzędzia Google dla webmasterów to kolejne świetne narzędzie, a jeśli nie masz skonfigurowanych Narzędzi Google dla webmasterów, upuść to, co robisz i skonfiguruj teraz! Narzędzia Google dla webmasterów będą zgłaszać pilne wiadomości, jeśli wystąpią poważne problemy, gdy Google przychodzi i indeksuje witrynę. Możesz także przesłać mapę witryny bezpośrednio do Google za

pomocą Narzędzi dla webmasterów, co oznacza, że wiesz, że Google otrzymał przyjazne posunięcie, aby przyjść i odebrać całą zawartość Twojej witryny. Jest to obowiązkowe narzędzie SEO dla każdej strony.

Redirect Checker. Darmowy.

<http://www.seologic.com/webmaster-tools/url-redirect>

Jeśli kiedykolwiek ustawisz przekierowanie adresu URL - lub poprosiłeś programistę - to zawsze dobrym pomysłem jest sprawdzenie, czy przekierowanie zostało poprawnie skonfigurowane. Użyj narzędzia sprawdzania przekierowań, aby upewnić się, że przekierowania zwracają pomyślnie odpowiedzi na przeglądarkę internetową, dzięki czemu możesz czuć się pewnie, że Google także go poprawnie odbierze.

Robots.txt. Analityczny Darmowy

<http://tools.seobook.com/robots-txt/analyzer/>

Wiele plików robots.txt może często zawierać niewielkie błędy, które trudno jest wykryć, szczególnie w przypadku większych witryn. Uruchom plik robots.txt za pomocą tego narzędzia, aby uzyskać bezpłatną analizę, aby sprawdzić, czy nie ma żadnych błędów.

Generator Robots.txt. Darmowy

<http://www.yellowpipe.com/yis/tools/robots.txt/>

Jeśli jesteś leniwy jak ja, pokochasz ten darmowy generator robots.txt. Działa świetnie dla najbardziej podstawowych lub zaawansowanych użytkowników robots.txt, aby szybko i łatwo tworzyć pliki robots.txt.

Schema Creator. Darmowy

<http://schema-creator.org/>

Świetne i łatwe w użyciu narzędzie do automatycznego generowania schema.org

SEO Browser

Przeglądarka SEO. Darmowy

<http://seo-browser.com>

Wykonuje stronę internetową lub witrynę i pokazuje, jak wygląda wyszukiwarka, bez grafiki i układu. Jest to fantastyczne narzędzie do uzyskiwania widoku z lotu ptaka na temat tego, co Google zamierza odebrać w Twojej witrynie.

Narzędzia Pingdom. Darmowy.

<http://tools.pingdom.com/fpt/>

Narzędzia wyszukiwania Pingdom to doskonałe narzędzie do monitorowania szybkości ładowania witryny i znajdowania możliwości jej szybszego ładowania. Dzięki testowi Pingdom Speed możesz sprawdzić, jak szybko witryna ładuje się i jak duże są pliki w witrynie. Możesz łatwo znaleźć duże pliki na swojej stronie, które przeżuwają zasoby i wydłużają czas ładowania. Pingdom oferuje również naprawdę sprytną usługę monitorowania czasu działania witryny i wysyłania wiadomości tekstowych i powiadomień e-mail za każdym razem, gdy serwer doświadcza problemów i znika z jakiegokolwiek

powodu. Możesz dowiedzieć się przed kimkolwiek innym i wskoczyć na swojego dostawcę usług hostingowych i poprosić ich o rozwiązanie wszelkich problemów, zanim stracisz zbyt dużo ruchu!

Ruch Travis. Darmowy dla początkujących. 97 \$ raz dla użytkowników Pro.

<http://www.traffictravis.com>

Traffic Travis to świetne i proste narzędzie do przeglądania SEO. W przeciwieństwie do wielu innych wymienionych narzędzi, Traffic Travis jest narzędziem do pobrania, które musisz pobrać na swój komputer (tylko komputery PC!). Traffic Travis zapewnia sprawdzanie kondycji SEO, analizę konkurencji, śledzenie rankingu, badania linkbuilding i wiele innych.

Xenu's Link Sleuth. Darmowy

<http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>

Nie zniechęcaj się staromodnym projektem na stronie, który oferuje to bardzo potężne narzędzie SEO za darmo. Xenu's Link Sleuth to jedno z najpotężniejszych dostępnych narzędzi SEO, które będzie indeksować całą witrynę lub listę linków i oferować bardzo silne i soczyste statystyki dla każdej ze stron, takie jak statystyki, na których stronach występują błędy 404, Przekierowania 301, błędy serwera, znaczniki tytułu, znaczniki meta desc, lista trwa! To narzędzie istnieje od lat i jest niezbędnym narzędziem dla bardziej zaawansowanych

Specjalista ds. SEO.

Mapy witryn XML. Bezpłatne do wypróbowania. 19,99 USD za duże witryny.

<http://www.xml-sitemaps.com>

Mapy witryn XML to fantastyczne narzędzie do tworzenia mapy witryny XML do przesyłania do Google. Przydatne w przypadku witryn, które nie mają wbudowanej funkcjonalności mapy witryny XML. Narzędzie automatycznie formatuje mapę witryny, dzięki czemu jest w odpowiednim formacie dla Google i innych wyszukiwarek. Dzięki mapom XML można w ciągu kilku minut utworzyć mapę witryny dla swojej witryny

Narzędzia do tworzenia linków.

Authority Labs. Za darmo dla początkujących. 99 USD miesięcznie dla użytkowników profesjonalnych.

<http://authoritylabs.com/tour/>

Authority Labs to doskonałe narzędzie do śledzenia Twoich rankingów w wyszukiwarkach. Możesz także śledzić rankingi konkurentów. Monitorowanie swoich rankingów jest niezbędne dla każdego projektu SEO, więc możesz mierzyć poprawę lub trendy w czasie.

Buzzstream. Darmowa wersja próbna. 19 USD miesięcznie za regularne używanie.

<http://www.buzzstream.com>

Buzzstream pomaga znaleźć złamane możliwości budowania linków i śledzić wysiłki związane z budowaniem linków. Buzzstream znajdzie nawet dane kontaktowe na stronie. Może być używany jako alternatywa dla Ontolo.

Alerty Google. Darmowy.

<http://www.google.com/alerts>

Alerty Google doskonale nadają się do śledzenia nowych, nowych wyników wyszukiwania w Google. Możesz umieścić dowolne wyszukiwane hasło, dodać swój adres e-mail, a Google Alerts wyśle Ci wiadomość e-mail za każdym razem, gdy nowy wpis pojawi się w wynikach wyszukiwania Google. Świetnie nadaje się do monitorowania nowych linków wskazujących na Twoją witrynę, wzmianek o Twojej marce, nowych treści indeksowanych przez Google, a nawet wzmianek o markach twoich konkurentów - możesz więc sięgać i tworzyć linki lub dodawać komentarze.

Majestic SEO Site Explorer. Za darmo zacząć. 29,99 £ za plan pro.

<https://majestic.com>

Majestic SEO Site Explorer jest mniej znanym, ale potężnym narzędziem do analizy linków. Eksplorator Site Majestic umożliwia pobieranie historycznych raportów o linkach utworzonych w witrynie, dzięki czemu można zobaczyć historyczne wzorce za linkiem do witryny. Majestic SEO ma również bardzo potężne narzędzie o nazwie Keyword Checker. Narzędzie do sprawdzania słów kluczowych pozwala analizować konkurencję pod kątem określonych słów kluczowych, dzięki czemu możesz wiedzieć, jak trudno będzie osiągnąć wystarczająco wysoką rangę dla poszczególnych słów kluczowych.

Ontolo. 47 \$ miesięcznie.

<http://www.ontolo.com>

Ontolo jest kopalnią złota do łamania linków, dzięki czemu można łatwo filtrować wiele zepsutych linków, dzięki czemu można dotrzeć i rozpocząć tworzenie linków.

Open Site Explorer. Darmowy dla ograniczonego dostępu. 99 USD miesięcznie dla użytkowników profesjonalnych.

<https://moz.com/researchtools/ose/>

Open Site Explorer jest niezbędny do zrozumienia linków prowadzących do witryn Twojej witryny i konkurentów. Bezczelne sztuczki z Open Site Explorer obejmują eksportowanie linków twoich konkurentów i przeglądanie tych linków w celu stworzenia linków do Twojej witryny.

Wszystko, co musisz wiedzieć o Penguin 2.0 i Hummingbird.

22 maja 2013 r. Szef spamu internetowego Google, Matt Cutts, ogłosił kolejną dużą aktualizację dotyczącą witryn pojawiających się w wynikach wyszukiwania. Ta aktualizacja nazywa się Penguin 2.0. Po tym, jak Google opublikowała aktualizacje zmieniające gry, ta aktualizacja była oczekiwana, a nawet obawiana przez wielu członków społeczności SEO. I nie bez powodu. Aktualizacje wydane w poprzednich latach spowodowały całkowite wykluczenie całych witryn z Google, a wielu webmasterów i SEO zostało zmuszonych do zmiany całego podejścia do marketingu swojej firmy. Oto, co Matt Cutts opublikował na swoim blogu: Rozpoczęliśmy wdrażanie nowej generacji algorytmu spamu Penguin dziś po południu (22 maja 2013 r.), A wdrożenie jest teraz zakończone. Około 2,3% zapytań angielsko-amerykańskich ma wpływ na stopień, który może zauważyć zwykły użytkownik. Zmiana zakończyła się również w innych językach na całym świecie. Zakres Penguin różni się w zależności od języka, np. języki z większą ilością spamu będą miały większy wpływ.

Dlaczego powinieneś mieć dobre zdanie na temat Penguin 2.0

Pingwin został przewidziany przez Google i społeczność SEO jako aktualizacja gier. Jednak wielu członków społeczności SEO nie zostało w ogóle dotkniętych tą aktualizacją. Dlaczego tak jest?

Aktualizacja jest bardziej rozpowszechnioną wersją pierwszej aktualizacji Penguin. Złe praktyki penalizujące Penguin 1.0 i Penguin 2.0, takie jak nadmiernie spamujący tekst zakotwiczenia i linki z witryn o niskiej jakości, nie były powszechnie używane ani wspierane przez społeczność SEO przez ostatnie 12 miesięcy. Ta aktualizacja znacznie bardziej wpływa na witryny o niskiej jakości związane ze spamem, które używają przestarzałej taktyki „czarnego kapelusza”. Jeśli stosowałeś się do najlepszych praktyk opisanych możesz odetchnąć z ulgą - mało prawdopodobne, że ta aktualizacja wpłynie negatywnie.

Co celuje w Penguin 2.0?

Google nigdy nie ujawnia w pełni wewnętrznych funkcji ich aktualizacji, w przeciwnym razie Google ułatwiłoby złym spamerom wypełnianie wyników wyszukiwania stronami niskiej jakości. Mimo to możemy zestawiać raporty Google i społeczności SEO, aby stworzyć dość jasny obraz celów tej aktualizacji. Matt Cutts publicznie powiedział, że aktualizacja Penguin 2.0 dalej dewaluuje spam internetowy i podejrzane linki wskazujące na witryny. Wiemy więc, że aktualizacja jest skoncentrowana na linkach niskiej jakości. Badanie online przeprowadzone przez autorytet branżowy Wyszukiwarka Obejrzyj wykryte witryny, których dotyczy aktualizacja Penguin 2.0, zazwyczaj zawierały 66% ukierunkowanych słów kluczowych w linkach prowadzących do strony, podczas gdy zdrowe witryny w pierwszej dziesiątce kierowały słowa kluczowe na nie więcej niż 29% linków wskazujących na konkretną stronę. Wnioski wyciągnięte z pierwszej aktualizacji Pingwina nadal pozostają prawdziwe. Tekst docelowy słowa kluczowego nie powinien zajmować więcej niż 20-30% linków wskazując na stronę. Google wspomniało również, że ta aktualizacja powinna mieć inny wpływ na branżę. Poniższe badanie Mozcast.com pokazuje, jak bardzo zmieniły się rankingi w różnych branżach. Wyższa temperatura na liście wskazuje, że rankingi znacznie się poruszają. Pierwsza wymieniona temperatura to temperatura (zmiennosc) rankingów po aktualizacji, a druga temperatura to zmienność rankingów przed aktualizacją. Wyższa zmiana oznacza, że przemysł został poważnie dotknięty przez tę aktualizację.

- 33,0% (80 ° / 60 °) - detaliści i towary
- 31,2% (81 ° / 62 °) - Nieruchomości
- 30,8% (90 ° / 69 °) - Jedzenie i życie nocne
- 29,1% (89 ° / 69 °) - Internet i telekomunikacja
- 26,0% (82 ° / 65 °) - Prawo i rząd
- 24,4% (79 ° / 64 °) - finanse
- 23,5% (81 ° / 65 °) - okazje i prezenty
- 20,8% (88 ° / 73 °) - Pielęgnacja i higiena osobista
- 17,3% (70 ° / 60 °) - Podróże i turystyka
- 15,7% (87 ° / 75 °) - pojazdy
- 15,5% (84 ° / 73 °) - sztuka i rozrywka
- 15,4% (72 ° / 62 °) - zdrowie
- 15,0% (83 ° / 72 °) - Dom i ogród
- 14,2% (78 ° / 69 °) - rodzina i społeczność
- 13,4% (79 ° / 70 °) - odzież

- 13,1% (78 ° / 69 °) - hobby i wypoczynek
- 12,0% (74 ° / 66 °) - Praca i edukacja
- 11,5% (88 ° / 79 °) - sport i fitness
- 7,8% (75 ° / 70 °) - artykuły spożywcze i spożywcze
- -3,7% (70 ° / 73 °) - Komputery i elektronika

Co zrobić z Penguin 2.0?

Cokolwiek robisz, nie trać ducha i zacznij wprowadzać drastyczne zmiany na swojej stronie. Bardzo prawdopodobne jest, że Twoja witryna przetrwała burzę lub jeśli zauważyłeś niewielkie zmiany - prawdopodobnie masz też do czynienia z normalnymi ruchami rankingowymi. Jeśli obawiasz się lub masz powód, by sądzić, że ta aktualizacja została naruszona, postępuj zgodnie z następującymi krokami i możesz zidentyfikować przyczynę oraz podjąć odpowiednie kroki:

1. Sprawdź swoje rankingi i ruch około 20 maja 2012 r. Czy zauważyłeś wyraźny spadek ruchu, odwiedzin z określonych słów kluczowych lub ruch w rankingach?
2. Jeśli zauważyłeś którykolwiek z tych spadków, zidentyfikuj strony, które zostaną dotknięte problemem, i przejrzyj informacje o linkach zwrotnych stron w Open Site Explorer (<https://moz.com/researchtools/ose/>) lub Majestic SEO (<https://majestic.com>). Czy te strony zawierają podejrzane ilości nadmiernie zoptymalizowanego, nasyconego tekstu kotwiczącego wskazującego na stronę lub dużej ilości witryn niskiej jakości, które prowadzą do strony?
3. Jeśli zauważyłeś spadek w okolicach 22 maja 2012 r. I potwierdziłeś, że istnieją linki do strony zawierające spam, postępuj zgodnie z instrukcjami w części dotyczącej rozwiązywania typowych problemów z SEO. Kroki są takie same dla kar Penguin 2.0.

Jeśli Twoja witryna nie zawiera żadnego z powyższych znaków ostrzegawczych, prawdopodobnie przetrwała burzę.

Co musisz wiedzieć o aktualizacji Hummingbirda.

Z przyzwyczajeniem zaskakujących sprzedawców wyszukiwarek i firm z gigantycznymi aktualizacjami, 26 września 2013 r. Google ogłosił największą aktualizację podstawowego algorytmu. Ta duża aktualizacja, zatytułowana „Hummingbird”, była całkowitym przeglądem algorytmu Google, który określa, które wyniki wyszukiwania są najbardziej odpowiednie dla użytkownika. Ta aktualizacja skupiła się na poprawie zdolności algorytmu do lepszego zrozumienia intencji wyszukiwania użytkownika. Utalentowani guru techniczni Google osiągnęli to dzięki ulepszeniu technologii, która rozumie terminy kontekstowe w zapytaniu. Na przykład, jeśli szukałeś „gdzie kupić iPhone'a 5”, co ten nowy algorytm Google powinien być w stanie zrozumieć, szukasz lokalizacji w pobliżu domu, aby kupić iPhone'a. Szef wyszukiwarki Google Amit Singhal stwierdził, że „Hummingbird to pierwsza poważna aktualizacja tego typu od 2001 roku”. Na tej samej konferencji Matt Cutts poinformował, że Google używa algorytmu przez miesiąc, zanim został nawet ogłoszony, i nikt nawet tego nie zauważył! Być może zastanawiasz się, jak to wpływa na ciebie...

Kontynuuj tworzenie najlepszej, najwyższej jakości treści, tak jak powinno być. Dostosuj swoje strony do potrzeb użytkownika. To nie była aktualizacja ukierunkowana na tworzenie linków lub spamatorów. Wraz z aktualizacją Hummingbird jest to jak zwykle.