



CAIMIN JONES

SEO pas cu pas

*Ghidul complet al începătorului
pentru obținerea de trafic pe Google*

Traducere din limba engleză:
Ana Mănescu



ACT și Politon

2016



Cuprins

Bun venit	9
PASUL 1: Obține cuvintele-cheie potrivite	17
PASUL 2: Creează conținut grozav, favorabil pentru SEO	33
PASUL 3: Optimizează-ți site-ul	53
PASUL 4: Marketing pe rețelele de socializare	69
PASUL 5: Atrage linkuri	95
PASUL 6: Mărește viteza site-ului tău	113
Mai multe resurse SEO și pașii următori	133



Alege cuvintele-cheie potrivite pentru nișa ta

Pentru un website de succes, conținutul grozav este esențial, dar dacă scrii postări despre subiecte pe care nu le caută nimeni, nu vei obține niciodată trafic real de la motoarele de căutare.

De aceea, o strategie inteligentă de optimizare pentru motoarele de căutare începe cu alegerea celor mai bune cuvinte-cheie – n-are niciun sens să fii pe prima pagină pentru un termen de căutare pe care nu-l folosește nimeni.

Sintagmele bune care conțin cuvinte-cheie au două calități esențiale:

1. Număr semnificativ de căutări lunare

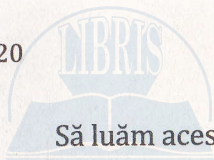
(mult trafic de pe motoarele de căutare)

2. Competiție scăzută

(nu atât de multe rezultate existente ale căutării pentru termeni încât să fie dificil – sau imposibil – să se claseze sus pe baza termenului)

Mulți se chinuie să obțină trafic pentru propriul site pentru că nu și-au căutat corect cuvintele-cheie. În schimb, ei merg pur și simplu pe ghicit.

Iată un exemplu despre cum te poate induce în eroare să mergi pe ghicit.



Să luăm aceste trei sintagme care conțin cuvinte-cheie:

*cooking**

*cooking games***

*cooking recipes****

Toți sunt termeni populari de căutare, dar cel cu volumul cel mai mare de căutări e folosit de peste șaizeprezece ori mai mulți oameni în fiecare lună decât următorul cel mai popular.

Care este?

Nu știu tu ce părere ai, însă presupunerea mea ar fi „cooking”.

Dar iată care sunt cifrele reale ale celor care caută lunar pe Google fiecare termen, în momentul în care scriu:

cooking 135 000

cooking recipes 49 500

cooking games 2 240 000

De aceea e important să aloci timp căutării de cuvinte-cheie – adesea e greu să intuiești care sunt cei mai populari termeni de căutare. Să intuiești greșit înseamnă că pierzi timp și energie ținând cuvinte-cheie cu un volum mic de căutare, deci care nu-ți aduc niciodată mulți vizitatori, chiar dacă te clasezi sus pe baza lor.

* Gătit (n. tr.)

** Jocuri cu gătit (n. tr.)

*** Rețete de gătit (n. tr.)

Instrumentul tău secret pentru cuvinte-cheie

Există câteva instrumente de căutare a cuvintelor-cheie, dar cel mai precis și mai ușor de folosit este Google Keyword Planner (Planificatorul de cuvinte-cheie de la Google).

Important: Se poate să fi văzut ghiduri depășite care recomandă un instrument diferit, numit Google AdWords Keyword Tool (Instrumentul pentru cuvinte-cheie al AdWords). Keyword Planner (Planificatorul de cuvinte-cheie) înlocuiește AdWords Tool, care nu mai e disponibil.

Keyword Planner este un instrument gratuit, proiectat să-i ajute pe agenții de publicitate să aleagă cuvinte-cheie când cumpără anunțuri pe AdSense, rețeaua de publicitate a Google. Poți să folosești și tu informația respectivă pentru a descoperi cele mai bune cuvinte-cheie de țintit în nișa ta. Nu doar cuvintele-cheie pe care crezi că le folosesc oamenii, ci și cele pe care chiar le folosesc.

Găsești Keyword Planner (Planificatorul de cuvinte-cheie) la:

<http://adwords.google.com/keywordplanner>

(<https://adwords.google.ro/KeywordPlanner>)

Pentru că Google Keyword Planner e disponibil doar pentru utilizatorii înregistrați, pentru a-l folosi va trebui să creezi un cont pe AdWords. E gratuit, și poți să folosești același cont pe care poate îl ai deja pentru alte servicii Google, precum Gmail sau AdSense. Nu trebuie să și organizezi o campanie publicitară pentru a folosi planificatorul.

Pentru a afla mai multe despre crearea unui cont pe AdWords, aruncă o privire la acest link:

<http://support.google.com/adwords/answer/1704354>



Folosirea Keyword Planner (Planificatorul de cuvinte-cheie)

Când deschizi Keyword Planner, vezi un ecran cu o serie de alegeri. Alege opțiunea *Search for a new keyword and ad group idea* (Căutați cuvinte-cheie noi folosind o expresie, un site sau o categorie), apoi tastează cuvintele-cheie pe care vrei să le verifici, în căsuța numită *Your product or service* (Produsul sau serviciul dvs.).

What would you like to do?

▼ **Search for new keyword and ad group ideas**

Enter one or more of the following:

Your product or service

cooking

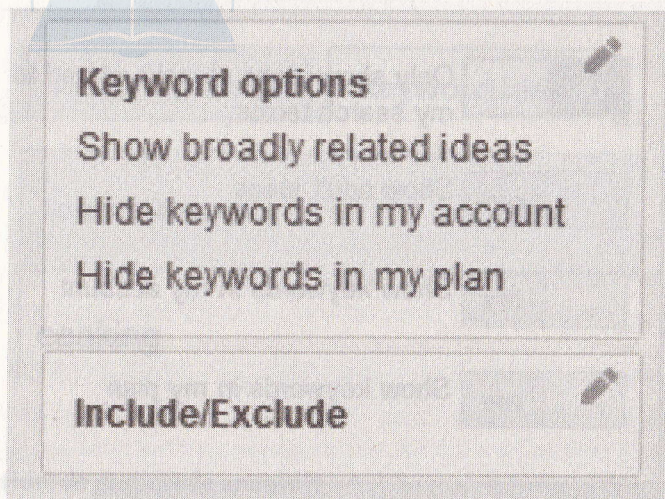
(Căutați noi cuvinte-cheie și adăugați idei de grupuri

Introduceți unul sau mai multe dintre următoarele:

Produsul sau serviciul dvs.

cooking)

Pe pagină există multe alte opțiuni, dar trebuie să modifici una singură. Apasă pe panoul care spune *Keyword Option* (Opțiune pentru cuvinte-cheie).



(Opțiune pentru cuvinte-cheie

Afișați ideile care au o legătură generală

Ascundeți cuvintele-cheie din contul meu

Ascundeți cuvintele-cheie din planul meu

Include/Exclude)

Apoi pune pe ON (ACTIV) *Only ideas closely related to my search term* (Afișați doar ideile care au o legătură directă cu termenii mei de căutare).



Marketing pe rețelele de socializare pentru SEO

Nu cu mult timp în urmă, SEO și marketingul pe rețelele de socializare erau aspecte diferite. Ideea era ca SEO să atragă vizitatori, și marketingul pe rețelele de socializare să-i facă să se tot întoarcă.

Zilele acestea, cele două se întrepătrund. Google și alte motoare de căutare folosesc din ce în ce mai mult semnalele sociale pozitive ca factor major în clasare.

Problema cu rețelele de socializare e că pot să devină rapid un consumator uriaș de timp. Asta în parte pentru că e ușor să fii distras de uitatul la pisici hilar de morocănoase sau la destinații de călătorie de vis, și în parte pentru că, dacă urmărești sfatul-standard, simți că trebuie să fii peste tot în același timp.

Nu doar că te va copleși, dar e fizic imposibil să te descurci bine, și mai presus de toate nu e necesar.

În schimb, alege una-două rețele care-ți plac și concentrează-te pe acelea. Vei parcurge distanțe mult mai mari prin concentrarea eforturilor tale pe o rețea care-ți place, mai degrabă decât să simți că trebuie să fii activ pe toate.

Rețelele de socializare din punct de vedere al SEO

În momentul în care scriu, Google afișează peste 3,1 miliarde de pagini pentru sintagma „social media” (rețea de socializare), 14 miliarde pentru „twitter” și 19 miliarde pentru „facebook”.

Dar, aproape tot acel conținut este menit să atragă public pentru pagina ta de Facebook sau contul de Twitter. Mult mai puțin din acesta acoperă aducerea vizitatorilor de pe rețelele de socializare pe site-ul tău.

Iată un ghid folositor pentru a face exact asta – ponturi pe care ar trebui să le folosești pe fiecare rețea de socializare pe care ești.

Folosește o poză de profil personalizată

Niciodată nu folosi avatarul-standard. E neprietenoasă și îți face contul să pară fals sau spam. Chiar dacă reprezinți o companie, e mai bine să folosești un portret decât un logo sau un avatar ca poză de profil – oamenilor le place să vadă cu cine au de-a face.

Adaugă-ți adresa web la profil

În cele mai multe cazuri, ar trebui să pui un link către pagina ta de start, dar dacă e loc, ar trebui să pui linkuri direct către pagini-cheie de pe site-ul tău. Asigură-te că linkurile funcționează – e ceva prea important ca să riști să se strecoare o greșeală de tastare.

Determină utilizatorii să-și dorească să-ți viziteze site-ul

Ce este scris în textul din biografia ta sau prezentarea ta este important. Fă-l scurt, puternic și dă cel puțin un motiv pentru care cineva ar trebui să-ți viziteze website-ul – ar putea să nu fie atât de evident pe cât crezi pentru cineva care n-a auzit niciodată de tine.



Nu fii tentat să cumperi urmăritori pe Twitter sau fani ca să faci cifrele să „arate bine”

Nu vei obține nicio interacțiune – vizite, venituri sau altceva – de pe urma acestor conturi. Mai important, în special Facebook și Twitter combat acest tip de cont spam.

Nu publica doar despre tine

Pentru utilizatori e neplăcut să le trimiți actualizări doar despre cea mai recentă postare a ta de pe blog sau știri „captivante” de la companie. Încearcă să distribui linkuri de la alții și, unde poți, să te alături conversațiilor. Odată ce ți-ai atras un public atent, loial, vei descoperi că atunci când îți publici propriile linkuri vei obține mai multe accesări.

Verifică regulat comentariile

Nu dă bine dacă întrebările care ți se adresează sunt lăsate fără răspuns.

Fii plăcut, politicos și de ajutor tot timpul

Chiar dacă cealaltă persoană pare incredibil de îngrozitoare sau de ciudată, trebuie să te menții prietenos și profesionist. Ține minte, răspunsul tău ar putea să rămână online o lungă perioadă.

Verifică de două ori înainte să publici

Pe lângă verificarea ortografiei și gramaticii, caută înțeleșuri ascunse. Fără limbajul trupului sau indicații faciale însoțitoare, ai putea să postezi accidental ceva care ar putea fi citit cu (sau fără) un strat de sarcasm sau ironie care nu a fost (sau a fost) intenționat.

Fii interesant

Înainte să publici ceva, întreabă-te de ce ar vrea următorii mei pe Twitter să știe asta? Dacă nu găsești niciun motiv, renunță la asta sau schimb-o.

Nu-ți fie teamă să republici cel mai bun conținut al tău

Nu toată lumea își verifică toată ziua bună-ziaua conturile de Facebook, Twitter sau Google+, așa că redistribuie-ți cele mai populare postări. Cititorii mai vechi se poate să le fi ratat și cititorii mai noi nu au ajuns să le vadă. Evident, nu trebuie să exagerezi, dar nu strică să-ți păstrezi vizibile „cele mai bune hituri”.

Mai presus de toate, ține minte că pentru scopurile SEO, ideea nu e să fii popular pe Facebook, ci să pari popular pe Facebook. E o distincție subtilă, care îți va îmbunătăți eforturile de SEO în timp ce-ți va economisi ore de lucru.

Cu alte cuvinte, ține minte că din perspectiva SEO și atragerii de trafic, ideea nu e atât de mult să dezvolți paginile de Facebook, cât să oferi o rampă de lansare pentru vizitarea site-ului tău.