

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Co je to SEO?

- zeptal jsem se vyhledávačů na totéž:
 - ▣ je dnes základem úspěchu webových stránek
 - ▣ patří k moderním oborům, bez nichž se žádný současný web neobejde
 - ▣ obchod s deštěm a hovnologie
 - ▣ je poměrně abstraktní a těžko definovatelný pojem
 - ▣ ...
- zlepšení nalezitelnosti stránek pomocí vyhledávačů

Osoby a obsazení

- hledači
 - ▣ chtějí stránky, jak toho dosáhnou?
 - přes relevantní výsledky vyhledávačů
- vyhledávače (SE)
 - ▣ chtějí hledače, jak toho dosáhnou?
 - dávají hledačům relevantní výsledky
- provozovatelé stránek
 - ▣ chtějí hledače (potenciální klienti), jak je získají?
 - jejich stránky se zobrazí jako relevantní výsledek ve vyhledávači

Jak fungují hledači

- identifikují hledací políčko
- zadají to, co hledají (keywords) do vyhledávacího políčka
- kliknou na hledej
- pokud nejsou spokojeni s výsledky, zadávají jinou frázi (obvykle nezpřesňují)
- na stránce s výsledky vyhledávání si vyberou jeden výsledek rychlým „skenováním“ a přejdou na něj

Jak fungují hledači – trocha kódu

```
□ <meta name="Description"  
  content="Search and browse all kinds  
  of videos, hosted on sites all over  
  the web, including Google, YouTube,  
  MySpace, MetaCafe, GoFish, Vimeo,  
  Biku, and Yahoo Video.">
```

Google Video

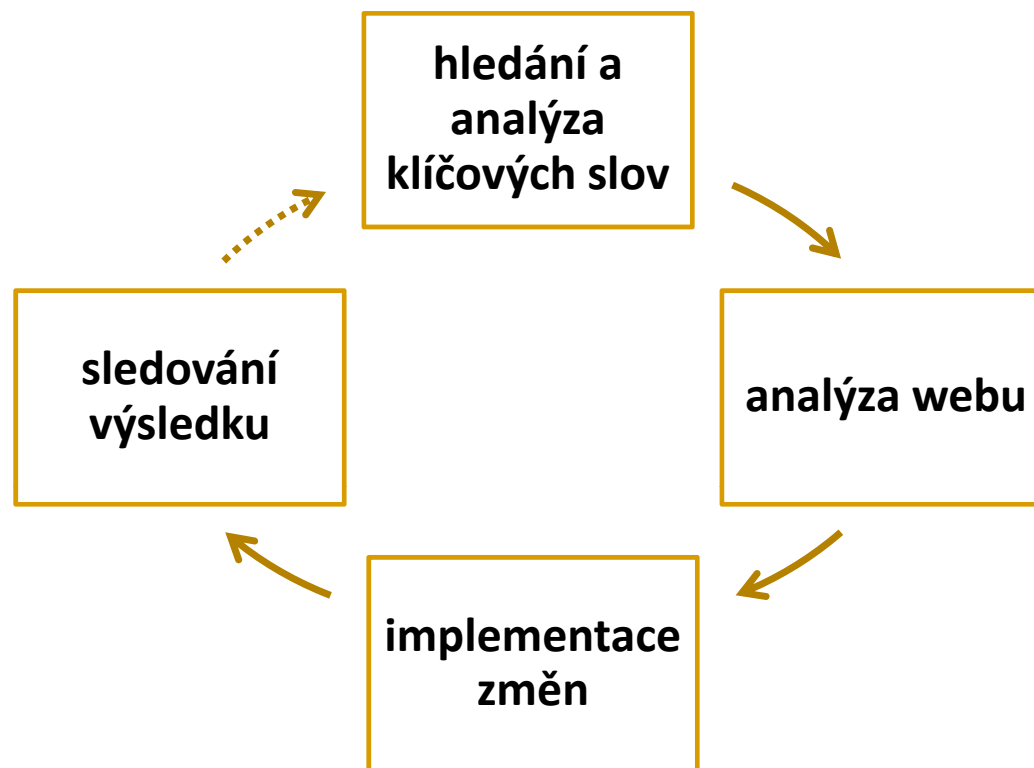
Search and browse all kinds of videos, hosted on sites all over the web, including Google, YouTube, MySpace, MetaCafe, GoFish, Vimeo, Biku, and Yahoo Video.

video.google.com/ - 108k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

Jak fungují vyhledávače

- robot (bot, crawler) prochází web a sbírá data
- data se zpracují do databáze – indexu
- data jsou k dispozici návštěvníkům na vyhledávacím webu

Jak fungují majitelé webů: SEO proces



Black Hat SEO

- úmyslně porušuje „pravidla hry“
- využívá nedokonalosti algoritmů vyhledávacích strojů, tedy SE (Search Engine)
- upravuje weby **jen** kvůli vyhledávačům
- optimalizátoři tohoto typu slibují první pozici na stránce s výsledky vyhledávání, tedy SERP (Search Engine Results Page)

White Hat SEO

- respektuje pravidla provozovatelů vyhledávačů
- je většinou výhodnější
- princip: Co je dobré pro návštěvníky, je dobré pro SEO.
- optimalizátoři tohoto typu slibují „jen“ co nejlepší pozici na SERP, nikoliv 1.

Proč optimalizovat?

- protože chceme na stránky přivést **návštěvníky**



Proč doopravdy optimalizovat?

- protože chceme na stránky přivést **relevantní** návštěvníky
- většinou ty, z kterých umíme udělat **zákazníky**

Jde to zařídit i jinak?

- reklamou
 - ▣ display
 - ▣ GPS – Garance První Strany
 - ▣ PPC – Pay Per Click

Srovnání SEO a PPC

□ SEO

- ▣ je „zdarma“
- ▣ lidé mnohem více klikají na přirozené výsledky
- ▣ trvá déle než začne fungovat
- ▣ stojí čas
- ▣ může přestat fungovat při změně algoritmů řazení

Srovnání SEO a PPC

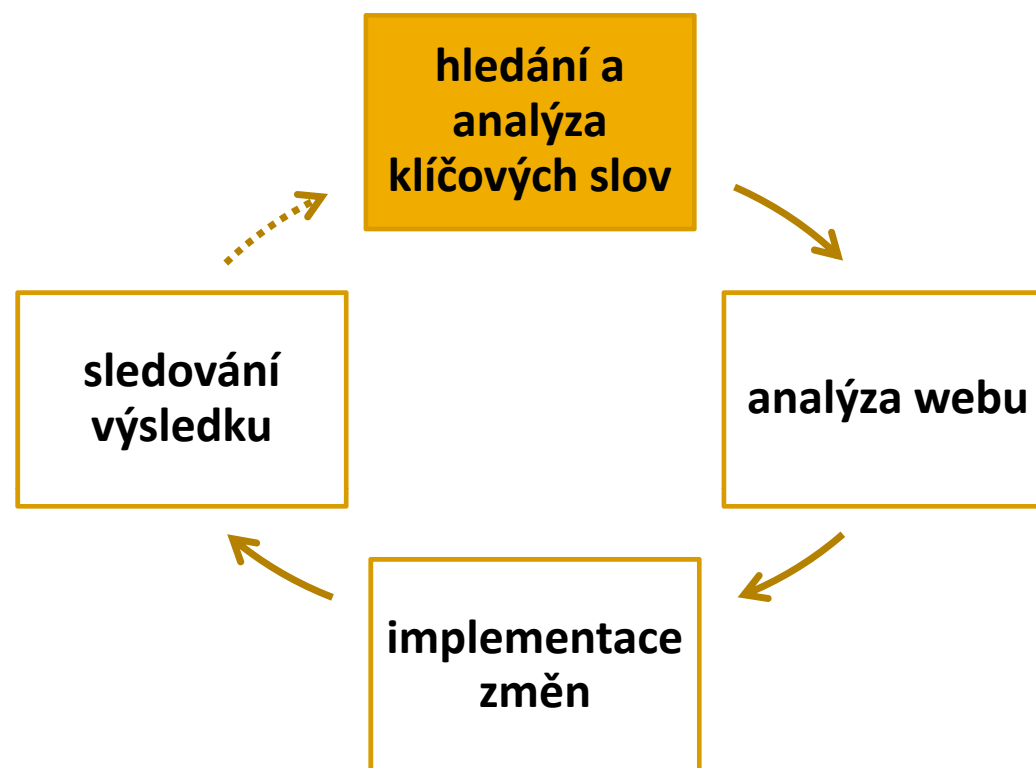
□ PPC

- je rychlejší
- lze snadněji udělat rozpočet s odhadem výsledku
- stojí přímo peníze
- nutná stálá údržba

Pojďme tedy optimalizovat!

- optimalizujeme pro vyhledávače
- vyhledávače optimalizují pro hledače
- optimalizujeme tedy vlastně pro hledače

Jak fungují majitelé webů: SEO proces



Jak najít klíčová slova?

- zeptat se na ně
 - ▣ majitele stránek – obvykle ví, co prodává
 - ▣ zákazníků – obvykle vědí, co kupují
 - ▣ logů webového serveru – vědí na jaká KW už naše stránky návštěvníky získávají
 - ▣ logů vlastního vyhledávání

Jak najít klíčová slova? (2)

- někdo už KW hledal... ano konkurence, projděte si jejich:
 - ▣ `<title>`
 - ▣ `<meta name="Keywords"...`
 - ▣ analýza textů konkurenčních stránek na vhodná klíčová slova

Jak najít klíčová slova? (3)

- velmi dobrý zdroj jsou nástroje pro PPC
 - ▣ Google AdWords Keywords Tool (zdarma)
 - ▣ Trellian (trial)
 - ▣ Wordtracker (trial)
- nakonec zkombinovat jednotlivé výsledky

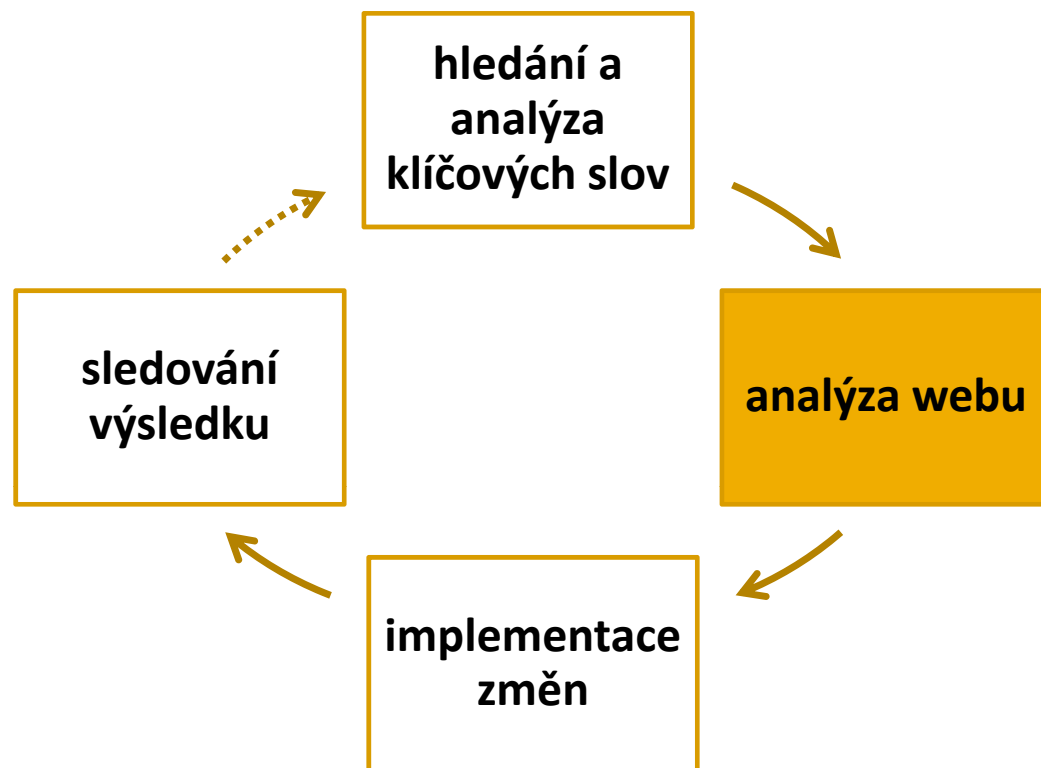
Jak vybrat klíčová slova?

- záleží i na typu návštěvníků (odborníci v. laici)
- určitě ta, přes která už lidé vaše stránky nacházejí
- s malou až střední konkurencí

Lingvistická vsuvka 1

- synonyma
- lokální verze (dialekt)
- tvary

Jak fungují majitelé webů: SEO proces



Optimalizace pro vyhledávače

- bot je taky návštěvník
- jak funguje
 - ▣ přijde na stránku
 - ▣ přečte si robots.txt (více na robotstxt.org)
 - ▣ přečte si `<meta name="robots"...`
 - index noindex follow nofollow
 - ▣ vyzobe odkazy
 - ▣ uloží si obsah stránky a metadata – přidá stránku do indexu

SEO – jak dostat bota na stránku

- Jak se k nám dostane?
 - ▣ registrace
 - ▣ Google Sitemap
 - ▣ odkazy z už indexovaných webů vč. našeho vlastního

SEO – jak nedostat bota na stránku

- mít stránku za několika přesměrováními
- mít stránku přesměrovanou pomocí Javascriptu nebo meta redirect
- nemít na stránku nikde odkaz
 - ▣ třeba pouze přes formulář
 - ▣ nebo pouze přes javascriptem vygenerovaný odkaz

SEO – když přijde crawler

- hurá!
- ale funguje ta stránka?
- a funguje dost rychle?
- a bude pro něj čitelná?

Přístupnost

- Přístupný web neklade svým uživatelům překážky.
- na co si dát pozor:
 - ▣ validní (X)HTML
 - ▣ sémantické (X)HTML
 - ▣ frames
 - ▣ Flash
 - ▣ typografie a pravopis (syntaxe lidského jazyka)

Kam s klíčovými slovy? (stránky 1)

- do `<head>`
 - ▣ `<title>` čím více vpředu tím lépe
 - ▣ `<meta name="Keywords"...` nefunguje nebo ano?
 - ▣ `<meta name="Description"...` není pro SE

Kam s klíčovými slovy? (stránky 2)

- do `<body>`
 - ▣ co nejbližší začátku stránky
 - ▣ do sémanticky strukturovaného obsahu
 - nadpisy `<h1>`, `<h2>`, `<h3>`...
 - zvýraznit ``, ``...
 - texty odkazů `Koláče`
 - dostatečně hustě, ale ne příliš, aneb...

Jak s klíčovými slovy?

- se zdravým rozumem!

Lingvistická vsuvka 2

- typografie
- pravopis!

Kam s klíčovými slovy? (site)

- určitě do URI
 - ▣ doména – jen ta nejdůležitější
 - ▣ názvy „adresářů“ a „souborů“
- oddělovat spojovníkem „-“

Hotovo?

- správná stránka s KW
- relevantní na KW?
- a je ta stránka kvalitní?

Kvalitní stránka

- má historii
- mění se
- je unikátní
- někdo na ni odkazuje
- odkazy na ni přibývají

PageRank

- PageRank je algoritmus pro ohodnocení důležitosti webových stránek.
- Odkazuje-li na mě hodně dobrých stránek, jsem dobrá stránka.
- ``
- `http://www.pekar.cz/rohliky`
`http://pekar.cz/rohliky`
`http://pekar.cz/rohliky.html`

Kam ještě s KW?

- texty odkazů na jiných doménách

```
<a href="http://pekar-houska.cz/pecivo/kolace">Koláče</a>
```

Google, Seznam, a co dál?

- specifičtí zákazníci – specifické vyhledávače
- zboží
- centrum.cz :)

Zdroje

- archiv konference <http://seo.nawebu.cz>
- <http://www.slideshare.net/deconspray/search-engine-optimization-seo>
- <http://www.slideshare.net/gleddy/is-seo-evil-web-directions-2007>
- <http://pristupnost.nawebu.cz/>
- <http://jakpsatweb.cz/>
- <http://cs.wikipedia.org/wiki/>

Otázky!



□ daniel.srb@centrumholdings.com