

SEO OPTIMIZACIJA

web dizajn
Novi Sad, 2015

UVOD

- SEO optimizacija je proces podešavanja sadržaja website-a kako bi se poboljšala njegova vidljivost i rangiranje na pretraživačima
- Ne postoji “silver bullet” koji bi vas odmah smestio na prvo mesto u listi rezultata pretraživanja
- Danas se većina rangiranja proverava na Google-u

KLJUČNE REČI I FRAZE

- Godinama su bile ključni aspekt na koji se obraćala pažnja, danas to nije dovoljno
- Često se podceni, ali još češće pretera sa upotrebom ključnih reči - i jedno i drugo proizvodi negativan učinak na rangiranje stranica

KLJUČNE REČI I FRAZE

KLJUČNE REČI

- Dodaju se pomoću meta taga *keywords*
`<meta name="keywords"`
`content="HTML,CSS,XML,JavaScript">`
- Ključne reči neće ništa vredeti ako se kao takve ne pojavljuju u sadržaju bitnijih elemenata same stranice u kojoj se nalaze
- Važno je imati na umu:
 - pretraživači danas ne daju preteranu težinu ovom meta tagu
 - nepostojanje smanjuje rangiranje, isto kao preterivanje - više od 10 ključnih reči (optimalno 5-8)
 - moraju sadržavati relevantne pojmove

KLJUČNE REČI I FRAZE

OPIŠ SADRŽAJA

- Opis sadržaja strane se takođe zadaje u meta tagu - *description*
`<meta name="keywords" content="HTML,CSS,XML,JavaScript">`
- Koristi se za kratak opis sadržaja stranice, opis koji je vidljiv i u listi rezultata pretrage
- Preporuke:
 - opis bi trebao da je do 155 -160 karaktera
 - pretraživači (kao i kod ključnih reči) mogu da ignorišu ovaj opis ako se u njemu ne pojavljuje sadržaj relevantan u ostatku stranice
 - ako pretraživač ignoriše ovaj sadržaj, onda će u listi rezultata opis strane biti generisan tako što se uzme "best guess" pretraživača koji to deo stranice najbolje opisuje njen sadržaj

KLJUČNE REČI I FRAZE

TITLE TAG

- Naslov strane vidljiv u browseru
- Istovremeno upravo ovaj tekst će većina pretraživača prikazati kao link ka vašem sajtu - vrlo je važno šta on sadrži
- Preporuke:
 - naslov bi trebalo da ima max. 70 karaktera
 - važne ključne reči treba da se nalaze na početku naslova (ovim se pojačava i smisao *keywords* meta taga)
 - ključne reči u nasloviu odvajati znakom |
 - ako naziv kompanije nije sam po sebi ključna reč, onda ga izostavite i iz naslova, ili ga postavite pri kraju naslova
 - Ne preterpavajte naslove ključnim rečima, pretraživači ovo mogu protumačiti kao pokušaj namerne zloupotrebe i smanjiti rangiranje

STRUKTURA URL-OVA

- URL - adresa koju korisnik unosi da pristupi stranici veb sajta
- Bitno je uzeti u obzir i nazive stranica (putanje) jer “dobri” url-ovi pomažu *robotima* da indeksiraju i linkuju vaše stranice
- Preporuke
 - koristite - za razdvajanje reči u url-u (preterana upotreba imane negativan efekat ograničite se na 3-5 reči)
 - naziv same stranice u url-u treba da bude povezan sa njenim sadržajem
 - učinite nazive stranica “human-readable” kako bi bilo jasno šta stranica sadrži

LINKOVI

KREIRANJE I POVRATNI LINKOVI

- Mnogo linkova koji upućuju na određenu stranicu u opšte slučaju znači da će pretraživači favorizovati takvu stranicu
- Važi pravilo da sajtovi koji su relevantni u nekoj oblasti sadrže linkove ka drugim relevantnim u datoj oblasti
- Pretraživači koriste kompleksne algoritme kako bi izračunali rangiranje na osnovu linkova koji vode ka vašim stranicama

LINKOVI

ŠTA SE ANALIZIRA

PRI PROCESIRANJU LINKOVA?

- Popularnost: ako hiljade linkova sa drugih sajtova vode na vašu stranicu - onda je zanimljiva velikom broju korisnika
- Popularnost u okviru određene teme - važniji su linkovi koji vode sa sajtova slične tematike
- Tekst linka - treba da sugeriše na šta se link odnosi, kada neko unese termin za pretragu koji odgovara tekstu linka (do vašeg sajta), i vaš sajt će se pojaviti u listi rezultata
- Osvežavanje linkova - jednom kada postoje linkovi ka vašem sadržaju neophodno ih je i održavati
- Linkovi sa socijalnih mreža

LINKOVI

JEDNOSTAVNOST NAVIGACIJE

- Navigacija treba da je jasna i razumljiva korisniku već kada prvi put dođe na vaš sajt
- Za SEO optimizaciju poželjno:
 - da postoji link do svake stranice sa sadržajem na vašem sajtu
 - da su linkovi jednostavni i kratki
 - drop-down meniji treba da budu u HTML-u ako želite da pretraživači analiziraju i njihov sadržaj
 - glavni meni - poželjna stvar za pretraživače, stranice do kojih postoji link iz glavnog menija bolje se rangiraju - koristite i nav tag da im naglasite smisao sadržaja
 - obezbedite da su vam najvažnije stranice lako dostupne preko linkova
 - obavezno obezbedite povratni link na glavnu stranicu

SOCIJALNE MREŽE

- Brzina kojom se članci i informacije šire po društvenim mrežama je skoro nedostižna na bilo koji drugi način
- Verovatnoća da neko poseti vašu stranicu raste i do 300% samo jednim *deljenjem* na socijalnim mrežama
- Kreiranje “pratećeg” facebook, twitter... naloga koji upućuje na vaš sajt je bitan deo strategije nastupa na internetu

KVALITET SADRŽAJA

- “sadržaj je car”
 - dobar sadržaj sam sebe promovira, loš sadržaj i uz veliki trud neće postići veliki uspeh
- Kreiranje sadržaja ne bi trebalo biti komplikovano, ako je jasno kakav koncept promovirate, ako je problem osmisliti sadržaj, verovatno je problem koncept, a ne sam sadržaj
- Najgori sadržaj je onaj koji je pisan samo da bi se popunila praznina na stranicama, koji korisnicima ne donosi nikakvu novu vrednost

SADRŽAJ, RASPORED NA STRANICAMA I MAPIRANJE

- Na koju stranicu smestiti koji sadržaj? - bitno je da su stranice pune relevantnog sadržaja, stranice sa malo sadržaja se loše rangiraju
- Kako razmestiti sadržaj? - zavisi od više faktora, ali stranica mora imati jasno određen glavni sadržaj (razmišljajte o semantičkim elementima)
- Kako odrediti prioritetne sadržaje - pretraživači skeniraju stranicu redom kojim je kod napisan, bitnije sadržaje postavite bliže vrhu strane - obratite pažnju da različiti elementi imaju različitu težinu za pretraživače
- Uvek pišite tekst sadržaja pre medijskog sadržaja (YouTube, Vimeo...)

SADRŽAJ, RASPORED NA STRANICAMA I MAPIRANJE (2)

- Da li je dozvoljeno kopiranje sa drugih sajtova? - izbegavajte!
- Napravite i mapu sajta. - Pretraživači “vole” da je nađu u root-u sajta
- Da li postoje stranice koje “moraju” biti prisutne?
- Ako je sajt poslovni očekuje se da postoje stranice sa kontakt podacima, profilom firme

SLIKE

- Slike se u principu ne indeksiraju direktno (po sadržaju)
- Obezbedite dodatne opise slika kako bi i njihov sadržaj učestvovao u indeksiranju i pomogao da vaša stranica bude relevantna za razne upite
- Koristite *alt* tag

AŽURIRANJE, AŽURIRANJE

- Trudite se da sadržaj uvek bude ažuran, jasan, precizan i tačan.

PROMOCIJA SAJTA

- Prijavite sajt pretraživačima kako bi se što pre indeksirao, proveravajte rangiranje.
- Proverite da li vam pretraživači prijavljuju neke nedostatke i korigujte ih
- Koristite i plaćene oglase (ukoliko vam to sredstva dozvoljavaju)

PRILAGOĐENOST MOBILNIM PLATFORMAMA

- Obavezno optimizujte sajt i za mobilne platforme.
- Većina pretraživača danas proverava i da li je sajt “*mobile friendly*”, pa i to utiče na rangiranje.
- Od aprila 2016, Google primarno proverava prilagođenost sajta mobilnim platformama, jer se više od 50% pristupa internetu obavlja sa njih. Neprilagođeni sajtovi dobijaju niži skor.