



UNIVERSITETI I TIRANËS  
FAKULTETI I EKONOMISË  
DEPARTAMENTI I STATISTIKËS DHE  
INFORMATIKËS SË ZBATUAR



## **TEMË DIPLOME**

### **SEO, FAKTOR KYÇ NË POZICIONIMIN E NJË WEBSITE NË KRYE TË MOTORËVE TË KËRKIMIT.**

Metoda për optimizimin e një website.

Diplomë e ciklit të parë të studimit  
“Bachelor”

Emri/Mbiemri i Studentit:  
Rinola PARLLAKU

Grupi: IE-304

Udhëheqës:  
Elda Kuka (Balili)

Tiranë, [Shtator, 2018]

© Copyright Rinola PARLLAKU, 2018

Përmbajtja e këtij punimi është totalisht autentike. Të gjitha të drejtat e rezervuara.

## **Deklaratë**

Unë, e nënshkruara Rinola Parllaku deklaroj që:

(1) Kjo temë përfaqëson punimin tim origjinal, përveç rasteve të citimeve dhe referencave dhe

(2) Kjo temë nuk është përdorur më parë si temë apo projekt kursi në këtë Universitet apo në Universitete të tjera.

Rinola PARLLAKU

Emri Mbiemri dhe Firma e Studentit

Data\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

## Mirënjohje

Ky punim vjen si rezultat i tre viteve studimi të vazhdueshëm në Fakultetin e Ekonomisë, por edhe si rezultat i formimit tim arsimor të gjithë këtyre vitetve. Për këtë arsye nuk do të arrija të përfundoja këtë punim pa ndihmën e pakushtëzuar dhe të vazhdueshme të personave të mëposhtëm. Fillimisht, falenderoj prof. Elda Kuka (Balili) për mbështetjen dhe ndihmën e saj gjatë gjithë këtij studimi. Sigurisht, duke studiuar pranë FEUT, ndihem mirënjohëse për secilin profesor, të cilët më mësuam që informatika është e ardhmja e sigurt dhe me bindën për formimin profesional që kam zgjedhur. I jam mirënjohëse gjithashtu të gjithë mësuesve të mi ndër vite që e kanë bërë procesin e përfitimit të njohurive më të thjeshtë dhe dashur për mua dhe që kanë ndikuar në formimin tim arsimor.

Falenderimet më të veçanta ia kushtoj familjes time, që ka qenë gjithmonë e gatshme të më mbështesë, motivojë dhe bindë për përpjekje të vazhdueshme pavarësisht çdo gjëje. Falenderoj po ashtu miqtë e mi të cilët në çdo moment kanë pasur më shumë besim se unë tek vetja ime.

## Abstrakt

Përparimet e shpejta dhe tepër të avancuara të teknologjisë ndër vite kanë bërë që të shfrytëzohet teknologjia përveç të tjerash dhe në botën e biznesit dhe gjenerimit të të ardhurave. Ditët e sotme përballemi me forma nga më të ndryshmet të përdorimit të teknologjisë nga bizneset, si në pajisje të azhornuara me përparimet më të fundit si dhe në formën e të zhvilluarit të biznesit. Ndërtimi i faqeve dhe aplikacioneve web ka përfshirë çdo biznes tashmë, pavarësisht madhësisë së biznesit, llojit dhe shtrirjes. Duke parë këtë gjithëpërfshirje është mëse e arsyeshme që bizneset të investojnë në Search Engine Optimization më të mirë dhe eficiente. Për këtë arsye optimizimi i websites përbën një temë aktuale, e cila po merr vëmendje të madhe nga studiues të ndryshëm. Nëpërmjet këtij punimi synoj të tregoj rëndësinë e Search Engine Optimization në renditjen e websites në krye të motorëve të kërkimit dhe të paraqes disa nga metodat për optimizimin e websites.

Në këtë punim si fillim do prezantohet termi SEO dhe si funksionojnë metodat e kërkimit zvarritja, indeksimi, përpunimi dhe marrja e rezultateve. Më pas do të paraqiten teknikat dhe dy algoritme për rankimin e faqes web si dhe krahasimi i këtyre algoritmeve. Kur flasim për SEO dhe digital marketing nuk mund të anashkalojmë fjalët kyçe të përdorura. Në këtë punim përshkruhet rëndësia e tyre dhe dy mjete që sugjerohet të përdoren nga krijuesit e websites. Po ashtu kam zgjedhur një website specifik dhe kam matur performacën e SEO-s për të me anë të dy programeve të ndryshme. Gjithashtu kam zgjedhur të demostroj disa hapa për optimizimin e një website të ndërtuar me Wordpress. Për websiten kam aktivizuar një plugin: Yoast SEO për optimizimin e disa elementëve si titujt ose imazhet.

Metoda e përdorur gjatë punimit është ajo analizuese dhe krahasuese. Bazuar në të dhënat sekondare të siguruara nëpërmjet burimeve të ndryshme dhe analizimit të tyre mundohem të jap përgjigje sa më të qarta në lidhje me vlerësimin e performancës për websiten dhe metodat për optimizimin e tij.

Fjalë kyçe: *SEO, Wordpress, HTML, URL, Algoritëm, Meta Tag, HITS.*

## **Listë shkurtimesh**

SEO - Search Engine Optimization

HTML - HyperText Markup Language

CSS - Cascading Style Sheet

CMS - Content Management System

URL - Uniform Resource Locator

HITS - Hyperlink-Induced Topic Search Algorithm

## Tabela e përmbajtjes

1. Hyrje .....	7
2. Çfarë është Search Engine Optimization ? .....	8
2.1 Si funksionon metoda e kërkimit?.....	8
2.1.1 Si funksionon Google? .....	9
2.2 Çfarë është on-page dhe off-page SEO ? .....	10
2.3 SEO- Taktikat dhe metodat. ....	10
2.4 Algoritme për rankimin e faqeve web.....	11
2.5 SEO- Website Domain .....	14
2.6 Stili File naming.....	14
3. SEO – Optimizimi i fjalëve kyçe. ....	15
3.1 Frekuenca e fjalëve kyçe .....	15
3.2 Pësia e fjalëve kyçe .....	15
3.3 Rëndësia e fjalëve kyçe .....	15
3.4 Mjetet Keyword Suggestion.....	15
3.5 Vlerësuesi Keyword Traffic .....	15
3.6 Vendi më i mirë për të vendosur fjalët kyçe: .....	15
4. Digital Marketing.....	17
A. SEO Audit Tool.....	17
B. Google PageSpeed Insights .....	20
5. Hapat e optimizimit të Website-it .....	22
6. Përfundime.....	28

## 1. Hyrje

Zhvillimi dita-ditës i shoqërisë njerëzore sikurse dhe rritja e nevojave për secilin prej nesh si individ ka qenë ndër ata faktorë të cilët kanë shtyrë teknologjinë të jetë sot kryefjalë e çdo aktiviteti jetësor. Mjafton të hedhim një sy përreth, në çdo fushë me të cilën kemi të bëjmë gjatë rutinës sonë të përditshme dhe lehtësisht mund të evidentojmë kontaktet tona të pashmangshme dhe jetësore për ne, tashmë edhe me arritjet më të fundit teknologjike. Praktikisht secili nga ne në çdo moment të caktuar të ditës është i rrethuar në një lloj mënyre apo tjetër nga teknologjia. Ne sajë te evolimit të teknologjisë individët mund të jenë koherent me të rejat dhe lajmet më të fundit nga bota. Shumë aktivitete rutinë tonat janë reduktuar tashmë dhe janë zëvendësuar nga procese teknologjike apo pajisje mekanike duke rezultuar në më shumë kohë të lirë dhe lehtësim të jetesës.

Duke qenë se teknologjia është bërë pjesë e pandashme e jona, është e kuptueshme që biznesi tashmë synon ta shfrytëzojë këtë lidhje tonën me teknologjinë në mënyrën më të mirë të mundshme. Pra kemi të bëjmë më një rikonceptim të përdorimit të teknologjisë nga një biznes. Teknologjia dhe lidhja e fortë e blerësit me të shihet një nga mënyrat më premtuese të gjenerimit të të ardhurave.

Por, lind pyetja, si mund të arrijmë që duke shfrytëzuar mediumet që teknologjia ofron së fundmi të afrojmë sa më shumë klientë potencialë drejt nesh, të kemi sa me shumë të tillë që zgjedhin të rikthehen tek biznesi ynë, duke maksimizuar kështu arsyen më primare të krijimit të biznesit tonë, fitimin? Gjendemi përballë një situatë ku të bërit biznes apo reklamim online po tërheq shumë vëmendjen dhe dedikimin e kompanive të sotme dhe në këtë fenomen rolin më madhor e zë ndërveprimi i blerësit me teknologjinë.

Për të bërë që biznesi ynë online të jetë sa më afër përdoruesit, që me shumë gjasa mund të kthehet në blerës potencial, është e nevojshme që website-i ynë të jetë sa më afër tij, sa më i dukshëm krahasuar me website-t e tjerë konkurente dhe të shfaqet si plotësues ndaj nevojës së përdoruesit. Këtë pozicionim tek klienti e mundëson Search Engine Optimization. Po cilat janë metodat e duhura që duhet të përdorim për optimizimin e websites? Kjo është kryefjala e këtij punimi.

## 2. Çfarë është Search Engine Optimization ?

SEO (Search Engine Optimization) është një grup teknikash dhe strategjish të cilat të implementuara siç duhet ndikojnë në rritjen e vizitorëve në një website të caktuar. Kjo gjë arrihet nëpërmjet renditjes së website-it ndër rezultatet e para që i shfaqen përdoruesit në momentin që bën një kërkim në një motor kërkimi. Një optimizim më i mirë sjell një renditje më të lartë dhe më shumë të ardhura për biznesin.

SEO është një teknikë për:

- ✓ Dizenjimin dhe zhvillimin e website-s që të rankohet sa më lart kur bëhet një kërkim nga motorët e kërkimit.
- ✓ Përmirësimin e vëllimit dhe cilësisë së trafikut në një website nga motorët e kërkimit.
- ✓ Mënyrën se si funksionojnë algoritmet e kërkimit dhe çfarë mund të kërkojnë përdoruesit e thjeshtë.

### 2.1 Si funksionon metoda e kërkimit?

Motorët e kërkimit kryejnë disa aktivitete në mënyrë që të nxjerrin të dhënat nga kërkimi.

- ✓ **Zvarritja-**
- ✓ Zvarritja (Web Crawling) është një proces gjatë së cilit një program kompjuterik kalon nga një faqe tek tjetra dhe ‘skanohen’ përmbajtjet e faqeve. Gjatë këtij procesi motori i kërkimit merr në shqyrtim fjalët kyçe të faqes, llojin e përmbajtjes së faqes, linqet në faqe etj. Ky informacion që mblidhet më pas dërgohet në server për tu bërë gati për indeksim. Programet janë të destinuara ti japin prioritet ndër të tjera fjalëve kyç në header, metadata dhe fjalitë e para. Ky proces është një proces i vazhdueshëm dhe sistematik duke qenë se përmbajtjet e faqeve evoluojnë dita ditës dhe kështu bëhet i rëndësishëm indeksimi i ri si rezultat i informacioneve të reja që vijnë nga crawling.

Në këtë pikë bëhet i rëndësishëm SEO. Duke qenë se programet gjatë Crawling mbledhin informacion nga faqet dhe i indeksojnë, informacion të cilin më pas do përdorin për t’ja disponuar faqen si rezultat organik përdoruesit, është e rëndësishme



të bëhet një optimizim i mire i faqes. Duhet patur parasysh që fjalët kyç që ne presim të na identifikohen për lexuesin, të vendosen në pjesët e lexueshme nga web crawlers që të arrijmë renditjen lart në faqen e rezultateve organike.

Sa më efektiv të jetë optimizimi i faqes, aq më të përzgjedhura mirë do jenë fjalët dhe aq me lehtë do i shfaqet faqja jonë përdoruesit duke qenë se merr renditje më të lartë nga motori i kërkimit. Crawler të tjerë paraqiten në tabelën e mëposhtme.

Google	Googlebot
MSN	MSNbot
Yahoo	Yahoo Slurp

Tabela 1. Motorët e kërkimit dhe crawler e tyre, Burimi: Sharda University Paper

### 2.1.1 Si funksionon Google?

Kur është fjala për SEO, Google është motor kërkimi që ka më shumë rëndësi. Google ka pjesën më të madhe të trafikut të kërkimit.

Bing dhe Yahoo !, po rriten në rëndësi, por ende kontrollojnë vetëm një përqindje relativisht të vogël të trafikut të kërkimit.

Ka tre nivele për teknologjinë e Google:

- **“Bot” ose “spider”** që indeksin faqet e webit.
- **Indeksi** që përmban gjithë informacionin për faqen.
- **Stringu** që kërkohet nga përdoruesit që ta gjejnë motorët e kërkimit.

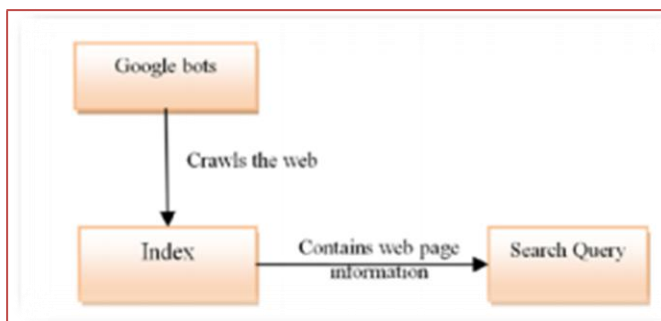


Tabela 2. Mënyra si funksionon Google,

✓ **Indeksimi-**

Për të kuptuar më mirë konceptin e indeksimit, shpesh përdoret shembulli klasik i libravedhe librarisë ku librat janë faqet ekzistuese në web të cilat duhen indeksuar apo më saktë identifikuar në mënyrë që të dihet se cila faqe ti disponohet përdoruesit në momentin që ai bën një kërkim. Sa herë që si rezultat i crawling vijnë faqe të reja me informacione, ribëhet procesi i indeksimit.

✓ **Përpunimi -**

Kur vjen kërkesa e kërkimit, motorët e kërkimit e përpunojnë atë, dmth. e krahason stringun e kërkuar me faqet e indeksuara në bazën e të dhënave.

✓ **Marrja e rezultateve -**

Hapi i fundit në aktivitetet e motorëve të kërkimit është marrja e rezultateve më të mira që përputhen me kërkimin që ka bërë përdoruesi. Në thelb, kjo është thjesht shfaqja e tyre me browser.

## **2.2 Çfarë është on-page dhe off-page SEO ?**

Për optimizimin e websites ka dy mënyra:

**On-Page SEO** - Kjo mënyrë përfshin sigurimin e përmbajtjes së mirë, zgjedhjen e duhur të fjalëve kyçe, vendosjen e fjalëve kyçe në vendet e duhura, vënien e titullit të duhur për çdo faqe, etj.

**Off-Page SEO** - Përfshin ndërtimin e linqeve, rritjen e popullaritetit të linqeve duke paraqitur direktoritë e hapura, motorët e kërkimit, shkëmbimet e linqeve etj.

## **2.3 SEO- Taktikat dhe metodat.**

Teknikat e SEO klasifikohen në dy kategori të mëdha:

**White Hat SEO** - Teknika që motorët e kërkimit na i rekomandojnë si pjesë e një dizajni të duhur.

Një taktikë SEO konsiderohet si White Hat nëse ka karakteristikat e mëposhtme:

- ✓ Përputhet me udhëzimet e motoreve të kërkimit.
- ✓ Siguron që një përmbajtje website duhet të jetë krijuar për përdoruesit dhe jo vetëm për motorët e kërkimit.
- ✓ Siguron cilësi të mirë të faqeve të internetit.

**Black Hat SEO** - Teknika që motorët e kërkimit nuk i miratojnë dhe përpiqen të minimizojnë efektin e tyre. Këto teknika njihen gjithashtu si spamdexing.

Një taktikë SEO, konsiderohet si Black Hat ose Spamdexing nëse ka karakteristikat e mëposhtme:

- ✓ Përpjekjet për përmirësime në rankime nuk janë miratuar nga motorët e kërkimit dhe / ose përfshijnë mashtrimin.
- ✓ Dërgimi i përdoruesve në faqe të ndryshme nga ajo që kanë rankuar motorët e kërkimit.
- ✓ Përsëritja e fjalëve kyçe në metatage, dhe përdorimi i fjalëve kyçe që nuk janë të lidhura me përmbajtjen e internetit. Kjo quhet metatag stuffing.
- ✓ Krijimi i faqeve web me cilësi të ulët që përmbajnë shumë pak përmbajtje por janë të mbushura me fjalë kyçe dhe fraza shumë të ngjashme. Këto faqe quhen Doorway ose Gateway Pages.

## 2.4 Algoritme për rankimin e faqeve web.

**Algoritmi HITS** – Është Hyperlink-Induced Topic Search Algorithm, ky algoritëm është krijuar nga Jon Kleinberg. Ai bën rankimin e websites duke u bazuar te Hubs dhe Authority.

Authority: Authority përfaqson një burim informacioni të vlefshëm.

Hub: Hub përfaqson faqen që shenjon te authority.

Hapat e algoritmit HITS :

1. Shkruani matricen e faqeve të webit.
2. Më pas fusni frekuencën e parametrave të ndryshëm(bold, italic, fjalë kyçe).
3. Llogarisni hubs dhe authorities për çdo faqe web.
4. Normalizoni vlerat për çdo faqe web dhe llogarisni rankimin e pjesshëm për çdo faqe.

5. Pastaj shtoni peshat e parametrave në rankimin e pjesshëm të llogaritur.
6. Rendisni pozicionet e faqeve të webit sipas gradave të llogaritura që korrespondojnë me vlerat hub dhe vlerat Authority të faqeve të webit.
7. Dilni.

Në figurën 2 të gjitha detajet e faqeve web futen manualisht dhe më pas llogaritet Min. Hub dhe Max Hub, Autoriteti Min dhe Autoriteti Max.

```

Enter the Page Details
2
7
6
1
3
5
4
2
0
1
6
0
3
7
7
Enter the No. of Times Word Appear in Bold for Pages
2
2
7
6
Enter the No. of Times Word Appear in Italics
3
7
1
4
Enter the No. of Times Word Appears
8
2
7
0
Enter the No. of Clicks so far on Page
6
0
5
7
22 18 19 20 23 20 9 27 Min Hub -9
Max Hub -27
Min Aut -18
Max Aut -22
Min HUB float 9
Max HUB float 27
Normalize Hub -0.77777778
Normalize Hub -0.61111111
Normalize Hub -0
Normalize Hub -1
Normalize Aut -1
Normalize Aut -0
Normalize Aut -0.25
Normalize Aut -0.5
Page No. -3
Hub Value -0 Page No. -1
Hub Value -0 Page No. -1
Hub Value -0 Page No. -1
Hub Value -0 Press any key to continue . . . _

```

Tabela 3. Outputi i algoritmit HITS, Burimi: Dept. of Computer Science & Engineering GZS PTU Campus, India

**Algoritmi i ngjashmërisë semantike** - Koncepti i ngjashmërisë semantike është algoritmi që përdoret në shumë fusha. Kur të dhënat ose dokumentet kanë të njëjtin kuptim atëherë përdoret metoda semantike e ngjashmërisë bazuar në fjalë kyçe të njëjta të cilat janë nxjerrë nga dokumente të ndryshme. Algoritmi i Ngjashmërisë Semantike implementohet duke përdorur gjuhën e programimit C# dhe Visual Studio 2010.

#### Faktorët për krahasimin e dy algoritmave:

- Efienca Kohore =  $\text{Koha mesatare e kërkimit të një faqe webi} / \text{Nr total të faqeve të webit} * 100$
- Saktësia: Saktësia tregon nëse faqja me gradën më të lartë të faqes gjendet në krye apo jo.

- Gjenerimi i faqeve specifike të përdoruesit: Ky parametër specifikon nëse shfaqja e faqes është sipas interesit të përdoruesit ose jo.
- Raporti i Saktësisë : Ky faktor specifikon se sa përqind e përmbajtjes është e duhura ne raport me pyetjen e kërkuar nga përdoruesi.
- Raporti i Rëndësisë: Ky faktor tregon dallimin mes faqes më lart të renditur dhe faqes më pak të renditur.

Në bazë të një studimi të bërë nga Dept. of Computer Science & Engineering GZS PTU Campus, India kanë rezultuar përqindjet e mëposhtme:

Faktorët	Algoritmi HITS	Algoritmi i Ngjashmërisë Semantike
<b>Efienca Kohore</b>	72 %	87%
<b>Saktësia</b>	79%	91%
<b>Gjenerimi i faqeve specifike të përdoruesit:</b>	No	No
<b>Raporti i Saktësisë</b>	90%	92%
<b>Raporti i Rëndësisë</b>	30%	41%

Tabela 4. Studimi mbi faktorët, Burimi: Dept. of Computer Science & Engineering GZS PTU Campus, India

Paraqitja grafike e tabelës së mësipërme:

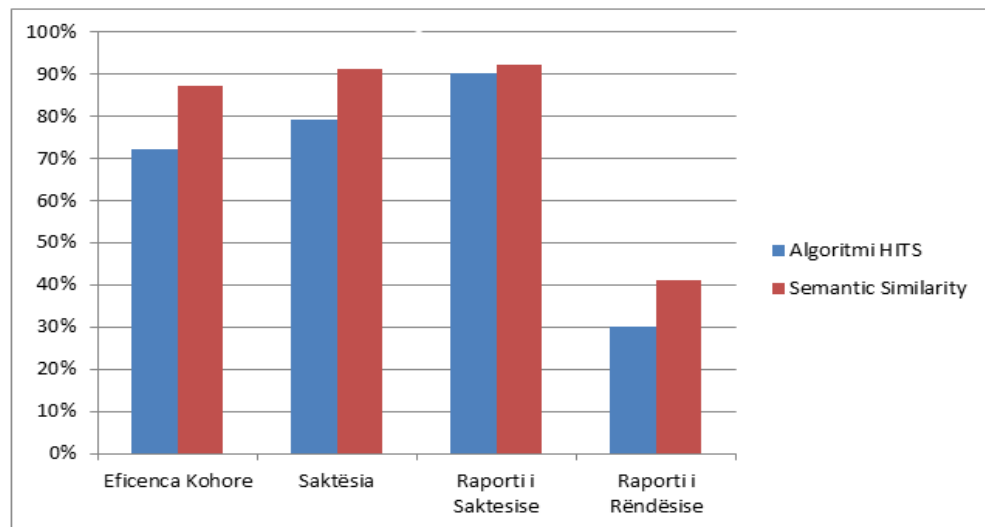


Tabela 5. Paraqitja grafike

## 2.5 SEO- Website Domain

Fjalët kyçe në emër të domain-it janë shumë të rëndësishme. Përdorimi i fjalëve kyçe në domain ju jep një avantazh të fortë konkurrues mbi konkurrentët tuaj. Duke pasur fjalë kyçe në emrin tuaj të domain-it rritet numri i klikimeve përmes regjistrimeve të motorëve të kërkimit dhe reklamave të paguara, si dhe bëhet më i lehtë përdorimi i fjalëve kyçe.

Mbani dy deri në tre fjalë në emrin e domain-it që do të jetë e lehtë për ti memorizuar. Disa nga faqet më të rëndësishme të internetit bëjnë një punë të madhe në promovim për të krijuar fjalën e tyre në treg. Disa shembuj janë eBay, Yahoo , Expedia, Slashdot, Fark, Wikipedia, Google, etj.

## 2.6 Stili File naming

- ✓ Emri i skedarit duhet të jetë i shkurtër dhe përshkrues.
- ✓ Gjithmonë është mirë të përdorni të njëjtat fjalë kyçe në një filename, si dhe në titullin e faqes.
- ✓ Mos përdorni emrat e skedarëve si service.htm ose job.htm pasi ato janë të përgjithshme. Përdorni emrin aktual të shërbimit në emrin e skedarit si kompjuter-repairing.htm.
- ✓ Mos përdorni më shumë se 3-4 fjalë në emrat e skedarëve.
- ✓ Ndajini fjalët kyçe me vije në mes dhe jo underscore.

- Emrat e skedarëve që google i sheh si të duhurit janë si më poshtë:

```
seo-relevant-filename as seo relevant filename
```

- Emrat e skedarëve me underscore nuk janë një opsion i mirë.

```
seo_relevant_filename as seorelevantfilename
```

### **3. SEO – Optimizimi i fjalëve kyçe.**

#### **3.1 Frekuenca e fjalëve kyçe**

Frekuenca llogaritet mbi bazën e herëve që një fjalë kyçe shfaqet në titullin e një website ose në përshkrimin e websites. Përsërisni fjalët kyçe në një dokument sa më shumë të jetë e mundur, dhe tre deri në shtatë herë në listën tuaj të metatageve.

#### **3.2 Pesha e fjalëve kyçe**

I referohet numrit të fjalëve që shfaqen në faqen tuaj të internetit në krahasim me numrin e përgjithshëm të fjalëve që shfaqen në të njëjtën faqe. Disa motorë kërkimi e konsiderojnë peshën e fjalëve kyçe kur bëjnë rankimin e websites në bazë të një fjale kyçe të caktuar. Një teknikë që funksionon shpesh është ndarja në disa faqe më të vogla, zakonisht të mëdha sa një paragraf, që theksojnë fjalë të caktuara. Në këtë mënyrë rritet pesha e fjalës që kemi theksuar.

#### **3.3 Rëndësia e fjalëve kyçe**

Kjo i referohet se sa në fillim apo lart në një faqe, janë gjetur fjalët kyçe. Vendosja e fjalëve kyçe në titullin e parë dhe në paragrafin e parë u jep atyre rëndësi. Vendi ku janë vendosur fjalët kyçe është shumë i rëndësishëm. Psh në pjesën më të madhe të kërkimeve vendosja e fjalëve kyçe në titujt e faqes ose në heading tags u jep më shumë rëndësi atyre.

#### **3.4 Mjeti Keyword Suggestion**

Ky mjet sugjeron fjalë kyçe të lidhura me fjalën tonë të cilat mund të përdoren gjatë kryerjes së optimizimit.

#### **3.5 Vlerësuesi Keyword Traffic**

Ky mjet na tregon rreth përafërsisht sa kërkime ditore fjalët kyçe do të merrnin. Ky mjet përdoret për të hulumtuar fjalë kyçe më të mira për faqen tonë të internetit.

#### **3.6 Vendi më i mirë për të vendosur fjalët kyçe:**

- Fjalët kyçe të vendosen në <title> tag(s).
- Fjalët kyçe të vendosen në <meta name="description">.

- Fjalët kyçe të vendosen në <meta name="keyword">.
- Fjalët kyçe në<h1> ose në headline të tjera. I ndihmon vizitorët të kuptojnë përmbajtjen e websites dhe mënyrën se si ajo është organizuar.



Tabela 6. Optimizimi me H1 dhe paraqitja në Browser.

- Fjalët kyçe në <a href="http://yourcompany.com">keywords</a> link tags.
- Fjalët kyçe në alt tags.
- Fjalët kyçe në <!--> taget e komentit.
- Fjalët kyçe në URL ose në adresën e website.

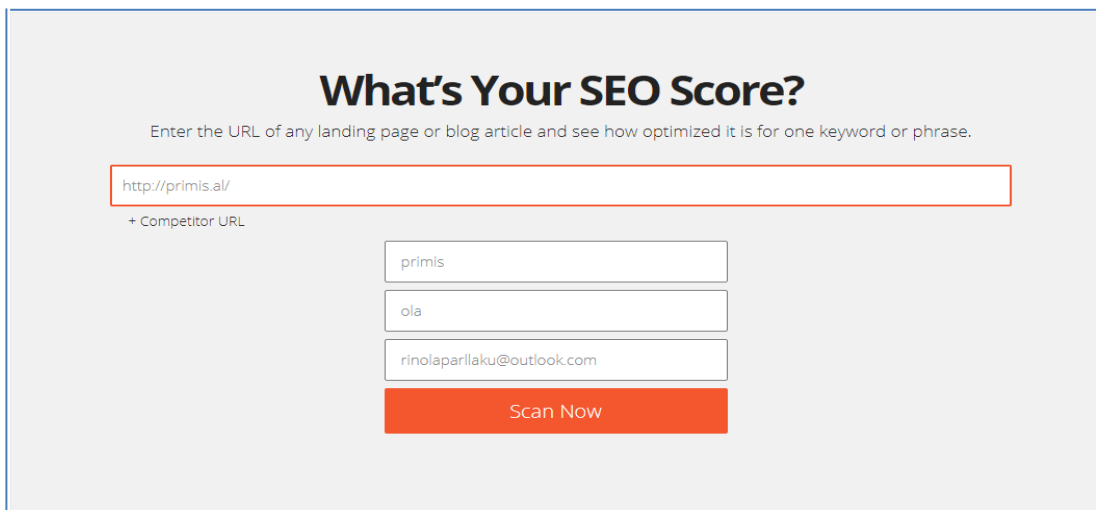


## 4. Digital Marketing

Le të marrim një rast studimi konkret, një website të ndërtuar me Wordpress (<https://Primis.al>). Për këtë website do të përdorim disa metoda për të parë performancën e tij në Digital Marketing (SEO). Do të shohim në përfundim sugjerimet që na ofron metoda përkatëse për optimizimin e websites.

### A. SEO Audit Tool

Shkruajmë të dhënat për websiten tonë, keyword-i që kam zgjedhur është primis dhe rezultatet janë si më poshtë:



**What's Your SEO Score?**

Enter the URL of any landing page or blog article and see how optimized it is for one keyword or phrase.

[+ Competitor URL](#)

Tabela 7. Vendosi e të dhënave për Primis.al

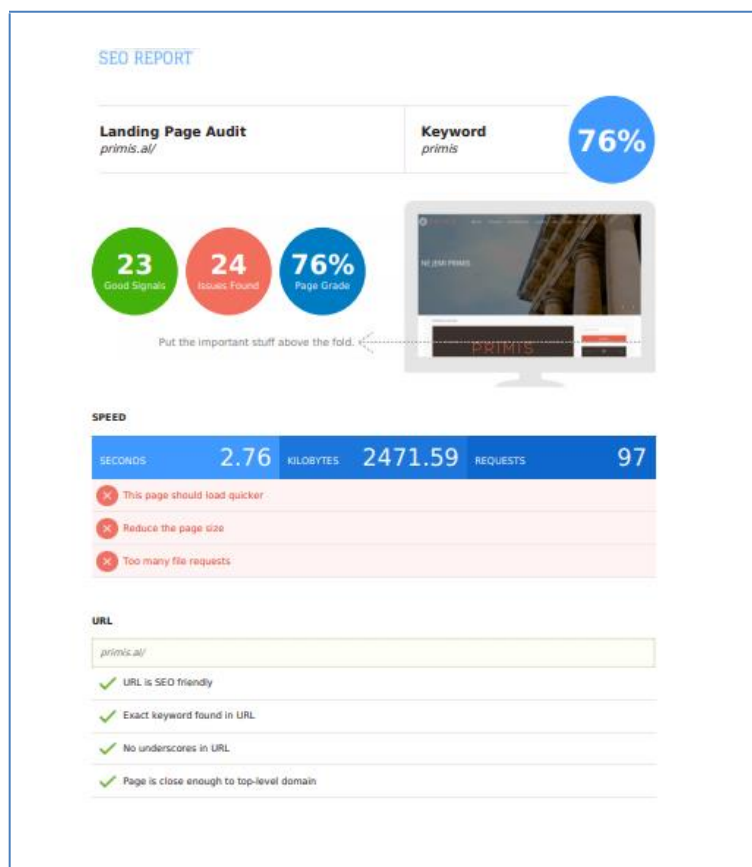


Tabela 8. Shpejtësia dhe URL

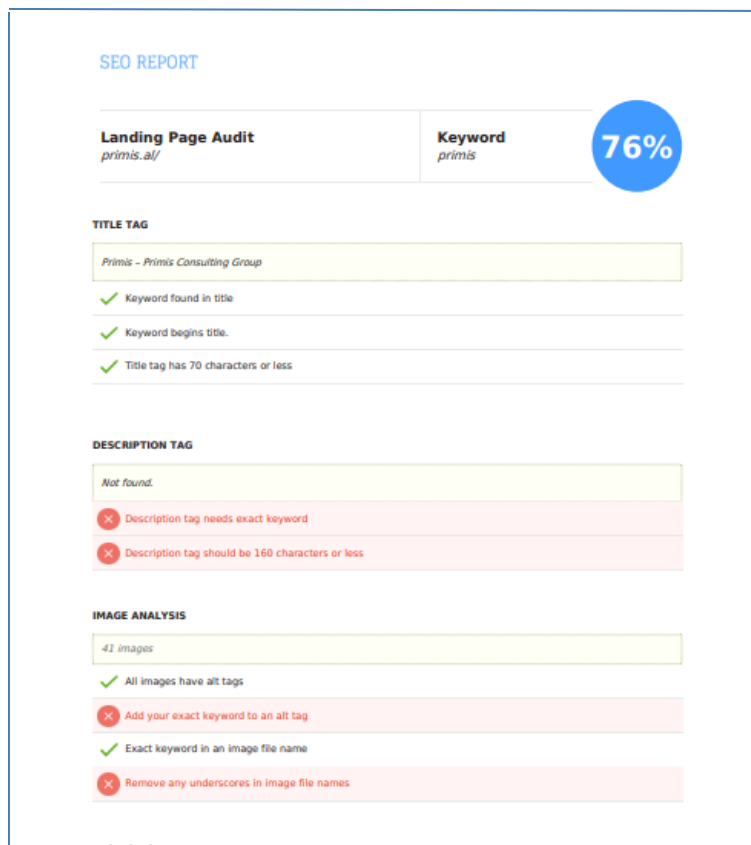


Tabela 9. Analiza e imazheve

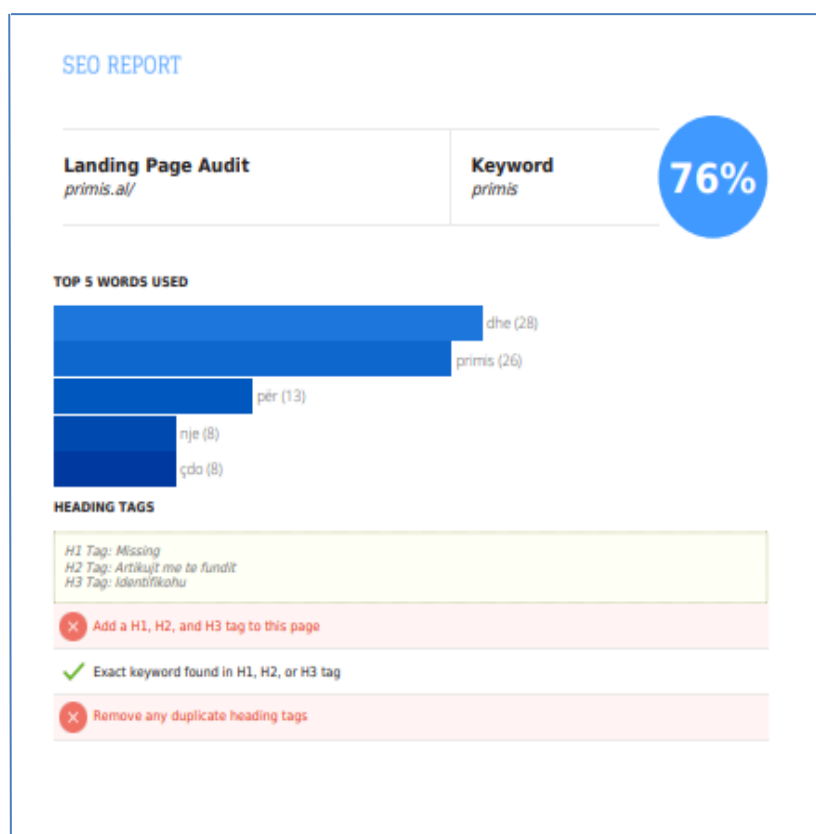
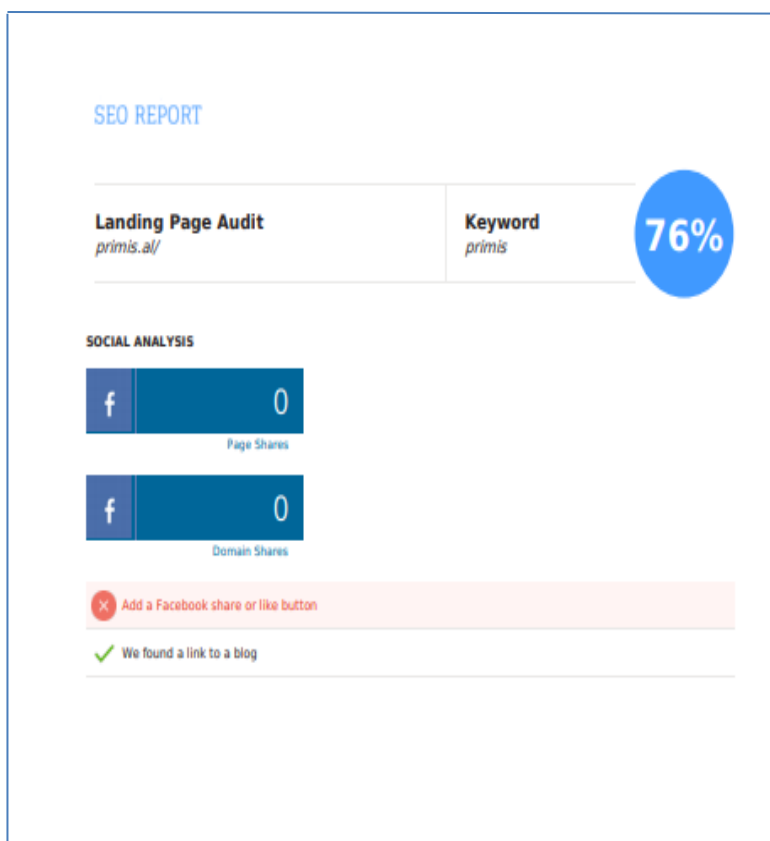


Tabela 10. Analiza e pesë fjalëve më të përdorura



Nga analiza e mësipërme ka rezultuar që website ynë nuk ka një performancë të lartë përkatësisht 76%. Sugjerimet për elementët përkatës janë paraqitur me anë të tabelave të mësipërme.

## B. Google PageSpeed Insights

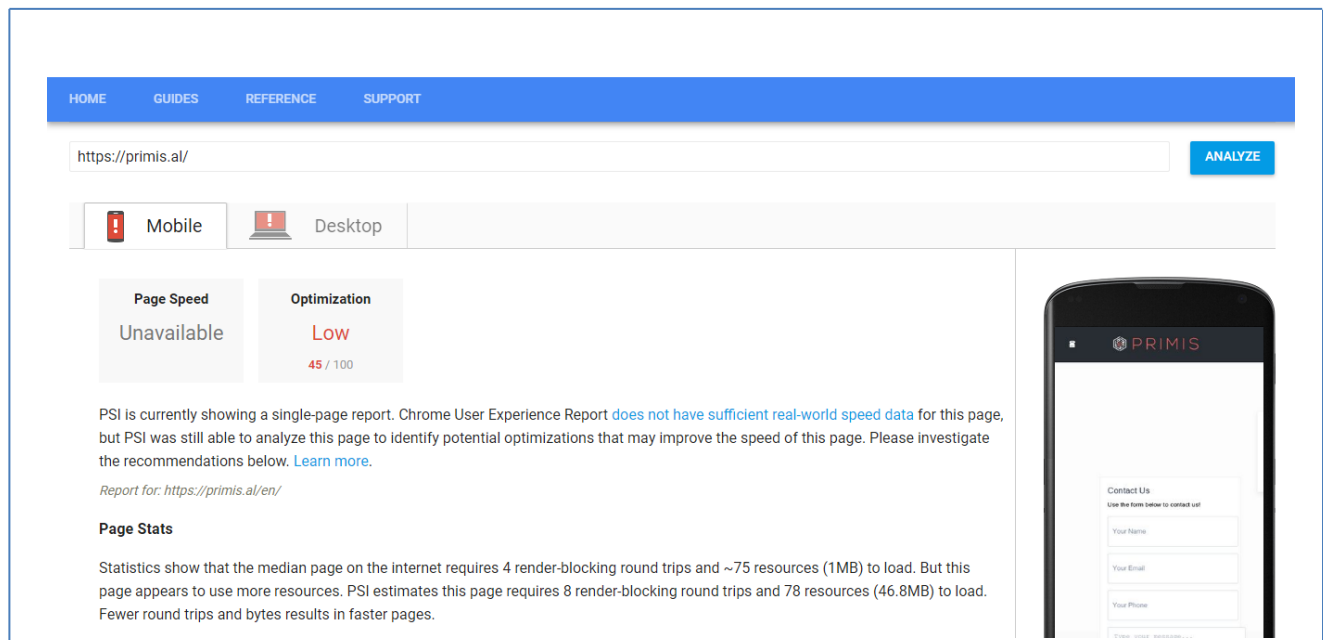


Tabela 12. Analiza e aplikacionit mobile.

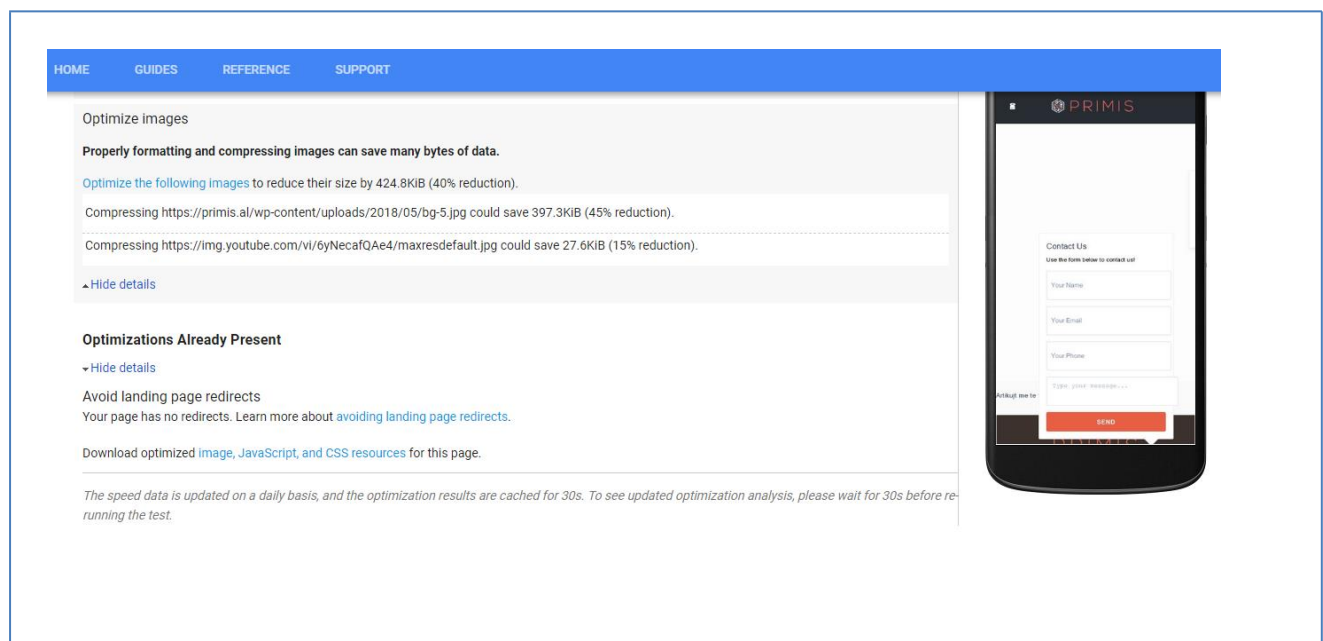


Tabela 13. Sugjerim për optimizimin e imazheve

- Për analizën e websites në Desktop:

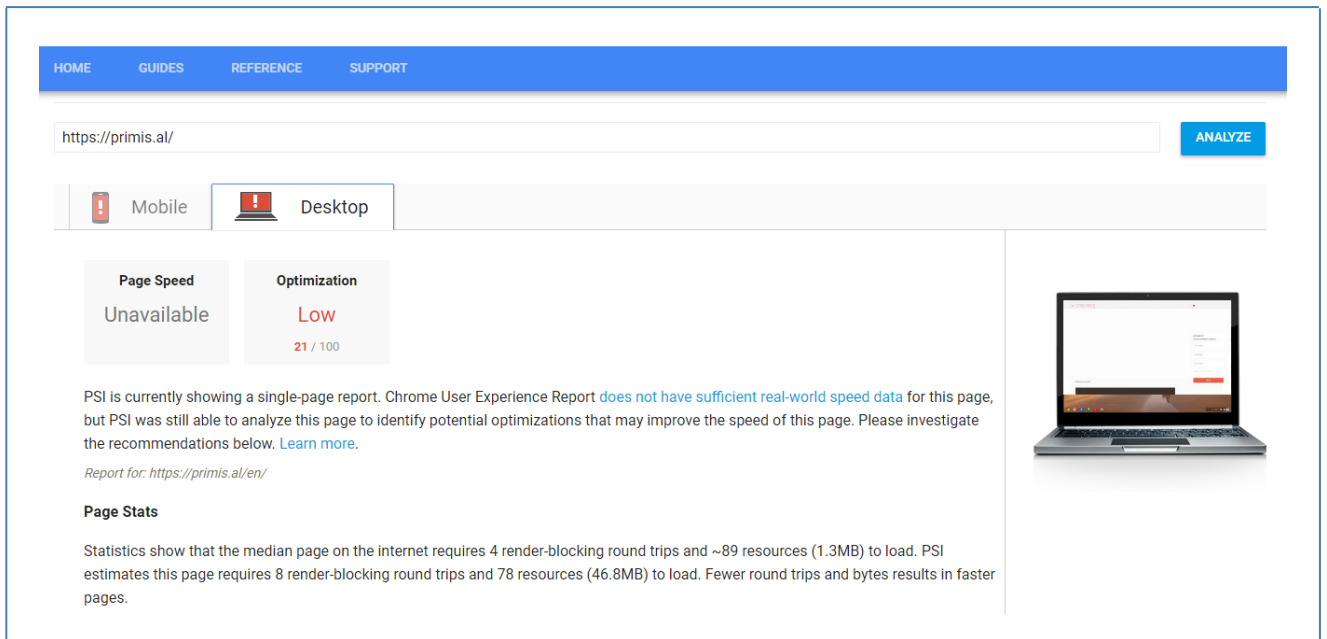


Tabela 14. Analiza e aplikacionit ne Desktop

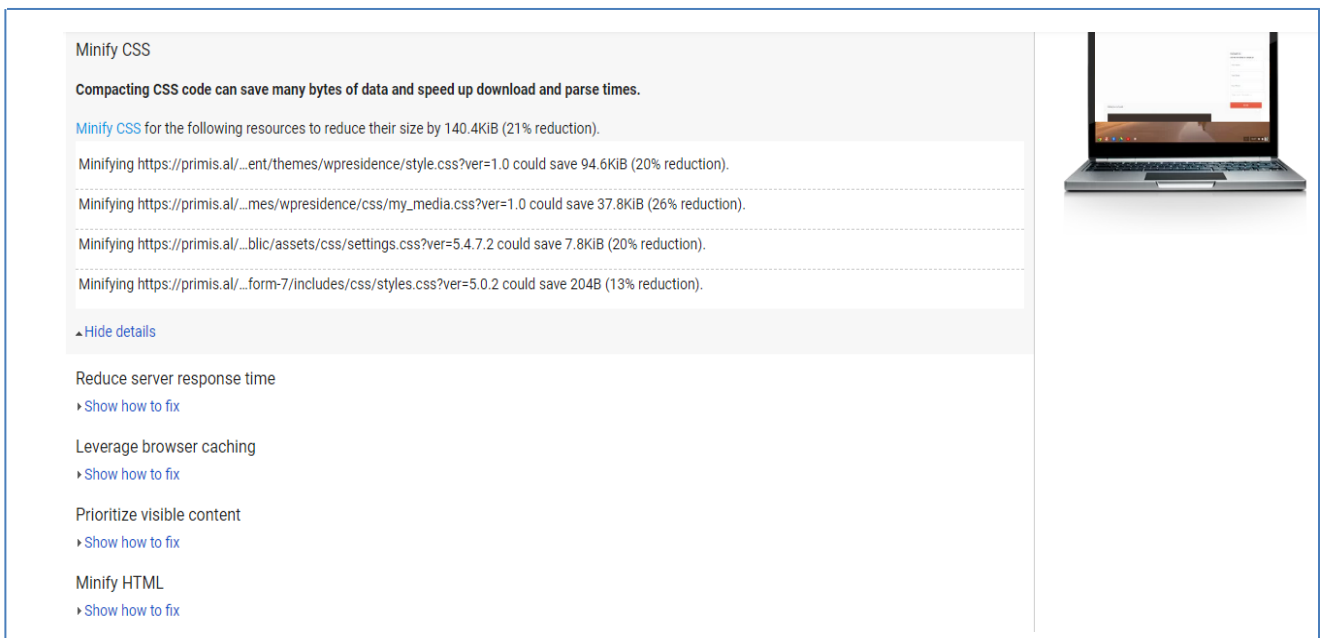
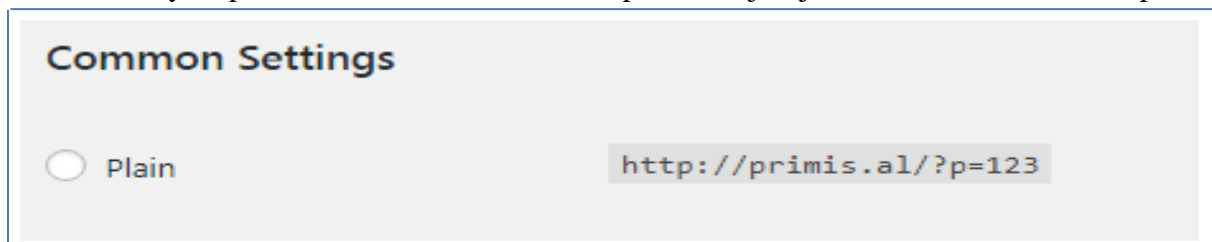


Tabela 15. Sugjerim per optimizim, minimizimi i CSS

Me metoden e dyte kam kontrolluar performancën e websites në Desktop dhe Mobile. Ka rezultuar performancë e ulët përkatësisht 45% për Mobile dhe 21% për Desktop. Sugjerimet për optimizimin e websites janë paraqitur në tabelat e mësipërme.

## 5. Hapat e optimizimit të Website-it

1. Ndryshimi i parë që bëjmë është struktura e permalinks. Në Website-in e ndërtuar, “by default” ky opsion është i vendosur `?p=123` njësoj si në tabelën më poshtë:

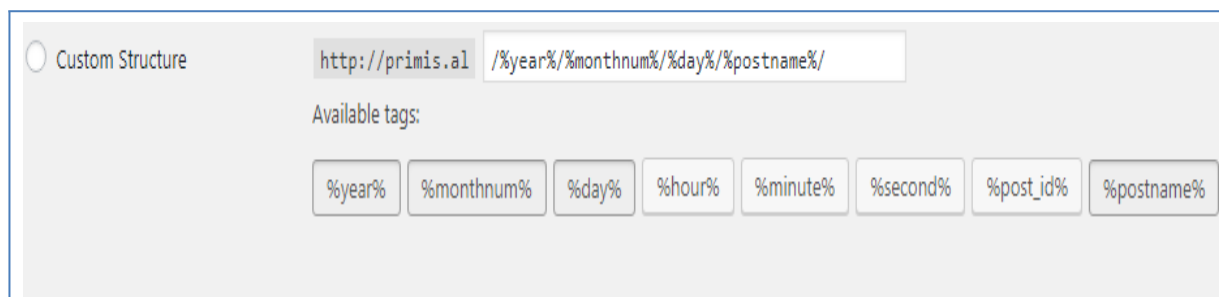


**Common Settings**

☐ Plain `http://primis.al/?p=123`

Tabela 17. Ndryshimi i strukturës së permalinks

Pra identifikimi i artikujve dhe faqeve bëhet me anë të ID së tij. Ky lloj identifikimi nuk ndihmon në të qenurit të identifikueshëm nga motorët e kërkimit. Në këtë mënyrë është i nevojshëm optimizimi i strukturës. Struktura që zgjedhim është `/%postname%/`



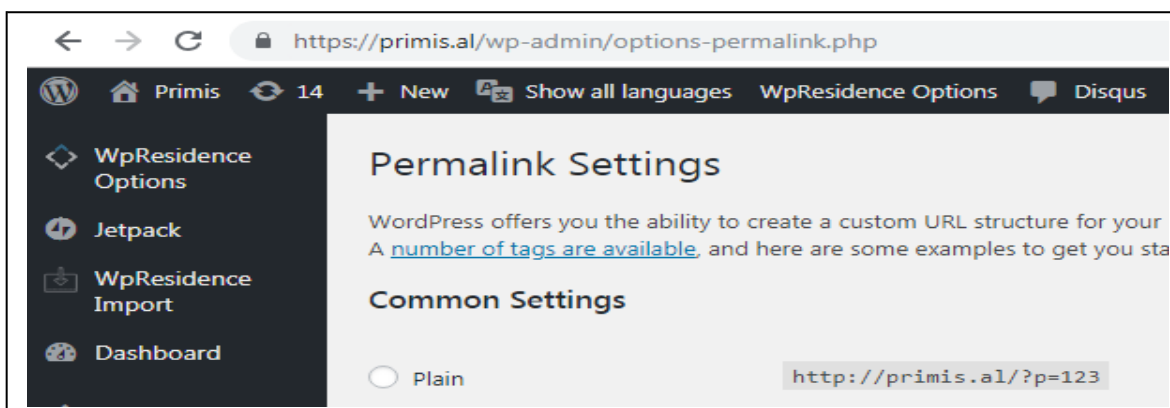
☐ Custom Structure `http://primis.al /%year%/%monthnum%/%day%/%postname%/`

Available tags:

`%year%` `%monthnum%` `%day%` `%hour%` `%minute%` `%second%` `%post_id%` `%postname%`

Tabela 18. Ndryshimi i strukturës së permalinks.

Konkretisht zbatuar në site do kemi rezultatin e mëposhtëm si URL:



<https://primis.al/wp-admin/options-permalink.php>

WpResidence Options Jetpack WpResidence Import Dashboard

**Permalink Settings**

WordPress offers you the ability to create a custom URL structure for your A [number of tags are available](#), and here are some examples to get you started

**Common Settings**

☐ Plain `http://primis.al/?p=123`

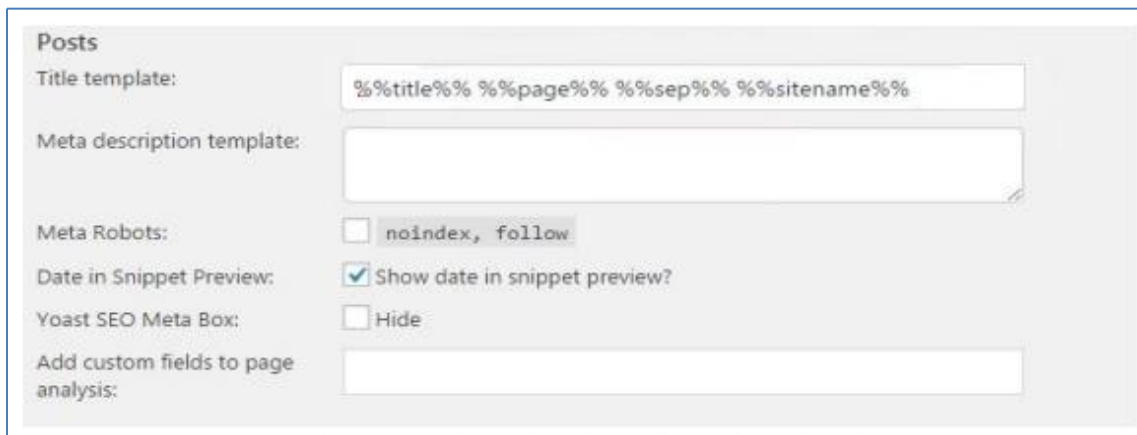
Tabela 19. Optimizimi i URL

Tanimë me këtë strukturë presim ndryshimet e mëposhtme:

- Çdo hapësirë bosh zëvendësohet me (-). Sipas Google Webmasters, (-) është më e preferuar sesa ( ) për një arsye shumë të thjeshtë. Në rast se faqja jonë përmban në link apartament\_me\_qera, kjo konsiderohet një fjalë e vetme ku apartament dhe qera janë të pandashme nga njëra tjetra. Në këtë mënyrë përdoruesi duhet të kërkojë tek motorët e kërkimit ekzaktësisht apartament\_me\_qera në mënyrë që ti shfaqet si rezultat artikulli/faqja jonë. Nëse hapësirat do jenë të zëvendësuara me (-) atëherë apartament dhe qera konsiderohen si fjalë të veçanta dhe përdoruesi mund të depërtojë më lehtë në faqen tonë, duke rritur kështu mundësitë për trafik.
- Çdo shkronjë kthehet në lowercase. URL bëhet më e këndshme, më e kuptueshme dhe më e memorizueshme në syrin e përdoruesit.
- Fjalët kyç mund të jenë në URL. Ky përbën një avantazh tepër të madh duke qenë se përdoruesi shtyp fjalët kyç në lidhje me informacionin që ka nevojë dhe prania e këtyre fjalëve kyç në URL e bën më të lehtë të gjendet.

## 2. Titujt

- Yoast ndër të tjera ofron mundësinë që ne të përcaktojmë mënyrën sesi titujt e faqeve, postimeve etj, do të shfaqen. Në Websiten tonë ato paraprakisht janë si më poshtë:



The image shows a screenshot of the Yoast SEO configuration panel for 'Posts'. It includes fields for 'Title template' (set to '%title% %page% %sep% %sitename%'), 'Meta description template' (empty), 'Meta Robots' (set to 'noindex, follow'), 'Date in Snippet Preview' (checked 'Show date in snippet preview?'), 'Yoast SEO Meta Box' (set to 'Hide'), and 'Add custom fields to page analysis' (empty).

Tabela 20. Konfigurimi fillestar formatit të titullit

**Posts**

Title template:

Meta description template:

Meta Robots: ☐ noindex, follow

Date in Snippet Preview: ☒ Show date in snippet preview?

Yoast SEO Meta Box: ☐ Hide

Add custom fields to page analysis:

Tabela 21. Optimizimi i formatit të titullit

Evidentojmë nga formati që:

%%title%% - Zëvendësohet me titullin e faqes/postimit

%%sep%% - Ndarësi i përzgjedhur më sipër në opsionet e plugin nga ana jonë do zëvendësojë ndarësin në titull.

%%sitename%% - Emri site-it.

### 3. Optimizimi i imazheve.

Imazhet shoqëruese të artikujve apo postimeve kanë gjithashtu rëndësinë e tyre. Imazhet ndihmojnë përdoruesin të kuptojë më mirë shkrimin dhe gjithashtu mund të jenë terheqëse për syrin e tij duke bërë që ai të zgjedhë atë shkrim për të lexuar. Optimizimi i imazheve mund të bëhet nga dizenjatori por dhe me ndihmën e plugins. Në vijim do konkretizojmë secilën nga të dy mënyrat.

Një imazh i zgjedhur dhe optimizuar mirë plotëson disa kushte. Ai imazh do jetë një prezantim dhe konkretizim i titullit të artikullit, do shtyjë përdoruesin të lexojë artikullin dhe do jetë ndihmesë përshkrimi i tij në kërkimin e fjalëve kyç. Konkretisht më poshtë paraqitet një imazh me të dhënat origjinale siç është shkarkuar nga interneti dhe ndryshimet që ne bëjmë për ta optimizuar.



File name: PRIMIS-FOTO-1110x385.jpg  
 File type: image/jpeg  
 Uploaded on: June 13, 2018  
 File size: 9 KB  
 Dimensions: 1110 × 385

URL:

Title:

Caption:

Alt Text:

Description:

Uploaded By: admin

Uploaded To: [Why Live in New York](#)

Required fields are marked \*

Tabela 22. Imazhi perpara optimizimit

File name: PRIMIS-FOTO-1110x385.jpg  
 File type: image/jpeg  
 Uploaded on: June 13, 2018  
 File size: 9 KB  
 Dimensions: 1110 × 385

URL:

Title:

Caption:

Alt Text:

Description:

Uploaded By: admin

Uploaded To: [Why Live in New York](#)

Required fields are marked \*

Language:

Tabela 23. Imazhi pas optimizimit.

Problemi qëndron në faktin se në rastin e një Website-i të madh, ku çdo ditë postohen dhe hidhen artikuj të ndryshëm, bëhet e vështirë të optimizosh çdo imazh individualisht. Përveç kësaj do konsumonte shumë kohë si proces. Për këtë përdorim një plugin të caktuar (SEO Optimized Images) i cili merret posaçërisht me optimizimin e imazheve. Ky plugin konfigurohet në mënyrë që për çdo imazh në site, të bëjë në mënyrë automatike vendosjen e titullit dhe Alt përkatëse, bazuar tek të dhënat e artikullit. Konkretisht në Website janë përzgjedhur strukturat e mëposhtme ku përcaktohen nga do merret burimi i shkrimeve në foto:

**General Settings**

---

**Alt Attribute Value**   
 The Alt attributes will be dynamically replaced by the above value.  
 %name - It will insert Image Name.  
 %title- It will insert Post Title.  
 %category - It will insert Post Categories.

**Override Existing Alt Tag** **YES** ▼  
 Do you want to Over Ride existing alt tags?

**Title Attribute Value**   
 The Title attribute will be dynamically replaced by the above value.

**Override Existing Title Tag** **YES** ▼  
 Do you want to Over Ride existing title tags?

Tabela 24. Konfigurimi plugin-it për Alt e imazheve

## XML Sitemap

Një tjetër optimizim i nevojshëm për Website-in tonë është një XML sitemap i postimeve, faqeve, tipeve custom të postimeve , kategorive tag-eve etj,. Ky optimizim sjell shumë përfitime për ne në lidhje me motorët e kërkimit. Në një Website me sitemap të ndërtuar dhe aktivizuar, sa herë që një postim i ri shtohet apo një faqe e re krijohet, ky sitemap i dërgohet automatikisht motorëve të kërkimit. Kështu procesi gjatë së cilit motori kërkimit gjen faqen tonë bëhet më i mundur dhe më i shpejtë, duke e bërë faqen tonë më të frekuentuar nga përdoruesit duke qenë se ju shfaqet si rezultat.

☒ Check this box to enable XML sitemap functionality.

**General** | User sitemap | Post Types | Excluded Posts | Taxonomies

You can find your XML Sitemap here: **XML Sitemap**

You do **not** need to generate the XML sitemap, nor will it take up time to generate after publi

**Entries per page**  
 Please enter the maximum number of entries per sitemap page (defaults to 1000, you might v

Tabela 25. Opsioni i krijimit të XML Sitemap

Pasi zgjedhim të bëjmë XML sitemap të faqes web, rezultatet do shfaqen si më poshtë, ku shohim katër grupime. Secili grup mban elementet përkatëse të krijuara si për shembull, page-sitemap përmban të gjitha faqet e krijuara ne faqen web. Po njëllor dhe post-sitemap përmban të gjitha postimet e krijuara gjer më tani në site.

```

http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd"
<!-- created with Free Online Sitemap Generator www.xml-sitemaps.com -->
<url>
  <loc>https://primis.al/ </loc>
  <lastmod>2018-09-24T13:56:11+00:00</lastmod>
  <priority>1.00</priority>
</url>
<url>
  <loc>https://primis.al/rreth-primis-ligj/ </loc>
  <lastmod>2018-09-24T13:56:11+00:00</lastmod>
  <priority>0.80</priority>
</url>
<url>
  <loc>https://primis.al/ekipi-yne/ </loc>
  <lastmod>2018-09-24T13:56:11+00:00</lastmod>
  <priority>0.80</priority>
</url>

```

Tabela 26. Analiza për çdo faqe të websites, Burimi: Autori

Sitemap Preview			<a href="#">VIEW FULL XML SITEMAP</a>
URL	Last Mod	Priority	
https://primis.al/	2018-09-24T13:56:11+00:00	1.00	
https://primis.al/rreth-primis-ligj/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/ekipi-yne/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/fushat-e-praktikes/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/realstate/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/lista-e-pronave/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/pronat-premium/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/konsulence/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/blog/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/kontakt-2/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	
https://primis.al/en/	2018-09-24T13:56:11+00:00	0.80	

Tabela 27. Analiza për çdo faqe të website, Burimi: Autori

## 6. Përfundime

Në këtë punim, së pari kam shqyrtuar dy algoritme kryesore për rankimin e faqeve web dhe bazuar në të dhëna sekondare të cituara më sipër kam bërë krahasimin e tyre duke dalë në përfundimin se Algoritmi i Ngjashmërisë Semantike ka parametra më të larta. Ky përfundim është marrë duke u bazuar në faktorët e marrë në shqyrtim nga studimi i kryer.

Së dyti, nga matja e performancës së websites që kam përzgjedhur të marr nën shqyrtim më ka rezultuar një nivel performance jo shumë i lartë. Konkretisht 76 % nga Seo Audit Tool dhe 21 % nga Google PageSpeed Insights.

Megjithatë ky studim ka rezultuar i vlefshëm pasi nga metodat e përdorura kam marrë sugjerime konkrete mbi të gjithë elementët e websites që rezultonin me performancë të ulët dhe kishin nevojë për përmirësim.

Aftësitë e mira SEO tregojnë gjithashtu aftësi të mira të menaxhimit të webit, pasi tregojnë për organizimin e informacionit dhe përmbajtjen e lëndës.

Së fundi, faqet duhet të bëjnë atë që është e nevojshme pasi konkurrenca është shumë e madhe, që do të thotë i duhet kushtuar vëmendje proceseve kyçe si SEO në mënyrë që të rritet dukshmëria e websites përkundrejt të tjerëve. Për këtë arsye kryefjala e këtij punimi janë disa taktika mbi titujt dhe imazhet që kanë rezultuar të suksesshme në mënyrë që të plotësohet qëllimi kryesor: Website të jetë në krye të motorëve të kërkimit.

Metodat e SEO do të vazhdojnë të rriten në rëndësi dhe hulumtimi në këtë fushë është i detyruar të rritet ashtu si interneti vazhdon të rritet.

## Bibliografia

[1] Spencer, S. Stricchiola , J. Enge, E (2012). The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization.

[2] Gunjan, V. K. (2012). Search engine optimization with Google.

URL: <https://www.ijcsi.org/papers/IJCSI-9-1-3-206-214.pdf>

[3] Yoast Tutorial [online].

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

[4] Tutorials Point, SEO tutorials. [Online]

URL: <http://www.tutorialspoint.com/seo/>

[5] Torbert, M. (2011, 10 12). WordPress-all in one SEO Pack. Retrieved 12 13, 2011, from

URL: <http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack/>

[6] Spencer, S. Stricchiola , J. Enge, E (2012). The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization

[7] Marziah Karch. About.com Guide. What Is PageRank and How Do I Use It? [Online]

URL: <http://google.about.com/od/searchengineoptimization/a/pagerankexplain.htm>

Zvarritja (Web Crawling) është një proces gjatë së cilit një program kompjuterik kalon nga një faqe tek tjetra dhe “skanohen” përmbajtjet e faqeve. Gjatë këtij procesi motori kërkimit merr në shqyrtim fjalët kyçe të faqes, llojin e përmbajtjes së faqes, linqet në faqe etj. Ky informacion që mbledhet më pas dërgohet në server për tu bërë gati për indeksim. Programet janë të destinuara ti japin prioritet ndër të tjera fjalëve kyç në header, metadata dhe fjalitë e para. Ky proces është një proces i vazhdueshëm dhe sistematik duke qenë se përmbajtjet e faqeve evoluojnë dita ditës dhe kështu bëhet i rëndësishëm indeksimi i ri si rezultat i informacioneve të reja që vijnë nga crawling.

Në këtë pikë bëhet i rëndësishëm SEO. Duke qenë se programet gjatë Crawling mbledhin informacion nga faqet dhe i indeksojnë, informacion të cilit më pas do përdorin për t’ja disponuar faqen si rezultat organik përdoruesit, është e rëndësishme të bëhet një optimizim i mirë i faqes.

Duhet patur parasysh që fjalët kyç që ne presim të na identifikohen për lexuesin, të vendosen në pjesët e lexueshme nga web crawlers në mënyrë që të arrijmë të renditemi lart në faqen e rezultateve organike.

Sa më efektiv të jetë optimizimi i faqes, aq më të përzgjedhura mirë do jenë fjalët dhe aq më lehtë do i shfaqet faqja jonë përdoruesit duke qenë se merr renditje më të lartë nga motori i kërkimit.

Zvarritja (Web Crawling) është një proces gjatë së cilit një program kompjuterik kalon nga një faqe tek tjetra dhe “skanohen” përmbajtjet e faqeve. Gjatë këtij procesi motori i kërkimit merr në shqyrtim fjalët kyçe të faqes, llojin e përmbajtjes së faqes, linqet në faqe etj. Ky informacion që mbledhet më pas dërgohet në server për tu bërë gati për indeksim. Programet janë të destinuara ti japin prioritet ndër të tjera fjalëve kyç në header, metadata dhe fjalitë e para. Ky proces është një proces i vazhdueshëm dhe sistematik duke qenë se përmbajtjet e faqeve evoluojnë dita ditës dhe kështu bëhet i rëndësishëm indeksimi i ri si rezultat i informacioneve të reja që vijnë nga crawling.