

SEO alapok

- más néven: keresőoptimalizálás
- 1993 óta léteznek keresők az interneten, azóta létezik keresőoptimalizálás
- az internet fejlődésével elterjedtebbé vált az interneten történő keresés
- minden weboldalnak fontos a látogatók száma, főleg, ha ezzel pénzt keres
- a legtöbb forgalom napjainkig a Google keresésből származik, a Facebook, YouTube, Yahoo és Bing keresőkből sokkal kevesebb
- minden kereséskor kapunk egy rangsort – Google a beírt kulcsszavaink alapján állítja fel
- a Google keresőmotorai és persze emellett másik keresőmotorok is több száz jelből választják ki, hogy mely oldalakat rangsorolják
- kereséskor mindig kiírja a Google, hogy a beírt kulcsszavakból mennyit talált meg, mik azok a kulcsszavak, amik nem szerepelnek az adott weblapon
- Előnye: eszköz a célhoz, hogy weboldalunkon minél több látogató legyen
- A tevékenység lényege: egy weboldalt bizonyos szavakra, kifejezésekre a találati lista adott helyeire, optimális esetben az első helyre juttatni.
- nem alaptalan az igyekezet, hiszen az emberek 90%-a a találati lista első oldalát nézik csak meg (Google esetén még kevesebb – első 8-10 találatot)
- az első 3 találat elviszi a kattintások 2/3-át
- ahhoz, hogy jó helyet szerezzünk weboldalunknak, azt a Google algoritmusaihoz kell igazítani
- a Google algoritmusai nem nyilvánosak, több éves tapasztalatok alapján felépült egy SEO tudásanyag
- ezen tudásanyag folyamatosan változik, mint ahogyan az algoritmusok is
- eleinte a weboldalak tartalma és tulajdonos által megadott kulcsszavak alapján rangsorolták a weboldalakat
- következő lépésként népszerűség alapján rendezték a találati listát, később azt is nézték, hogy egy látogató mennyi időt tölt egy adott weboldalon, ezt a kettőt ötvözték is, de a keresőoptimalizálók a SEO során ezeket képesek voltak kijátszani
- ezt követően jelent meg az a módszer, hogy a külső, az adott oldalra mutató linkek száma és minősége határozta meg, hogy egy oldal milyen pozícióba kerül
- 1996-tól kezdődően a Google is ezt a keresési módszert alkalmazta és alkalmazza
- a SEO Magyarországon jelenleg szinte teljes mértékben a Google keresőjére történik, mivel ez vált egyeduralkodóvá több országban, köztük hazánkban is
- de! más keresők is jelen vannak lényegesen kisebb részesedéssel, illetve vannak olyan keresők, amik csak egyes országokban egyeduralkodók pl.: Oroszország – Yandex
- fontos tudni: keresések nem valós időben zajlanak, az oldalakat keresőrobotok járják be bizonyos időközönként, majd eltárolják az általuk fontosnak ítélt információkat
- kereséskor pedig a tárolt információk között keresnek a keresők, a minél gyorsabb eredmény értelmében

- ha akkor keresnének, amikor beírjuk a kulcsszavakat, sokkal lassabban kapnánk meg a találati listát

SEO tényezők:

1. One-Page SEO

- minden olyan tényező, melyre hatással lehetsz a saját weboldaladon:
 - technikai részletek
- weboldal felépítése
- sebesség, mobilbarát kialakítás
- SSL használata
- tartalom (minősége és frissessége)
- címsorok
- meta leírás
- URL struktúra
- navigáció
- belső linkek
- H1, H2,... sorok
- formázások
- 404-es oldal
- képek (ALT tag)
- kifelé mutató linkek...

2. Off-Page SEO

- azok a tényezők, melyekre kicsit nehezebben tudunk befolyást gyakorolni
- ezen a weboldalon kívüli tényezők
- az off-page SEO azután következik, ha az on-page SEO már rendben van, azaz megfelelő a minőség
- on-page SEO tehát meghatározza azt is, hogy mit hozhat ki az off-page SEO
- ilyenek a külső linkek, amik a weboldalunkra mutatnak más weboldalakról
- minél több és jobb minőségű weboldalon jelennek meg a linkek, amik a weboldalunkra mutatnak, annál jobb helyezést ér el a Google találati listáján
- ide tartoznak a külső reakciók weboldalakra, ehhez kiválóbb „termékkel” kell előállni, nem csak „újabbal”
- mi tartozik bele:
 - Linképítés – a linkeket fel lehet úgy fogni, mint egy-egy szavazat a weboldalunkra – az teszi értékessé, hogy milyen népszerű a linkelő weboldal, mennyire megbízható
 - Közösségi média – közvetlenül nem rangsorolási tényező, de a megosztások és a lájkok hajtják előre a céget
 - Hírlevél – érdemes elhelyezni a weboldalon egy feliratkozási lehetőséget, mert bár nyilván nem lesz nagy számú feliratkozás, de ők rendszeresen benéznek az oldalainkra, sokan szeretik, ha megkapják a híreket, nem nekik kell utánajárni

- Kommentek – nem elvetendő, egy -egy komment mellett elhelyezni a cég nevét is
 - Vendég-blogolás – itt nem a linkek és a reklám a fontos, hanem a szakmaiságot erősíti, hiszen a gondolataink nem csak a saját blogunkon jelennek meg, a jó minőségű tartalomba néha belefér egy-egy link is
 - Fórumok használata - hasonlóan az előbbiekhez fórumokban írt posztoknál is meg lehet említeni a céget, a legfontosabb mindig az információtartalom kell legyen és ha szervesen beleillik a szövegbe, akkor meg lehet említeni
 - Bizalomépítés
 - Értékelések
 - Videók és egyéb vizuális eszközök
 - Kapcsolat az influencerekkel
 - Tartalmak megosztása
 - PR – sajtóközlemény, ha fontos történik
3. A SEO-ra tehát ezen rendkívül sok tényező összességéként kell tekinteni, nem szabad elveszni egy-egy elemében pl.: linkelésben és kulcsszavak használatában
 4. a keresőoptimalizálás egy hosszú távú munka, mely nem hoz azonnali eredményeket
 5. tehát ha egy bizonyos keresőkifejezésre azt szeretnénk, hogy a mi oldalunkat dobja fel legelőször, akkor arra kell törekednünk, hogy a mi weboldalunk kínálja a legjobb választ abban a bizonyos témában

[Ezen a weboldalon](#) még nagyon sok információt találunk a keresőoptimalizálásról.