

SEO tények és tévhitek

1. A linképítés halott (megint ☺)

Ha ezt a kijelentést hallod, valószínű, hogy ezt egy konkurensed állítja, aki nem akarja, hogy leelőzd, vagy egy SEO "szaki", aki "ellinképítette" weboldalát és büntetést kapott, esetleg a Google munkatársa, aki az adwords-öt promótálja :)



Tény, hogy a linképítés kiállta az idő próbáját, bebizonyította, hogy mind máig ez az egyik legerősebb helyezés befolyásoló tényező. Bármilyen keresettebb kulcsszót beírunk a Google keresőjébe biztosak lehetünk benne, hogy a találati lista élén - akár az első 20 találatban - csak is olyan weboldalakat fogunk találni, melyek korábban már át estek kisebb nagyobb linképítésen.

2. A Google rá fog jönni (nem fog ☺)

A Google okos, de nem varázsló. Ha már az általános SEO szabályokat betartjuk nem érhet minket, vagyis oldalunkat baj. Ha a természetesség tág keretein belül tartjuk keresőmarketing tevékenységeinket nem lehet probléma. Legfontosabb, hogy a weboldal a látogatónak szóljon. A szövegezés rajta ne kulcsszó halmozásból álljon, valamint a linképítés megfelelő változatossággal és ütemezéssel legyen végezve.



Ha fél évig egyetlen egy új bejövő linkünk sem keletkezett, akkor ne akarjuk egy hét alatt beérni a konkurenciát és ne vásároljunk oldalunk számára több száz linkeket túl rövid határidőn belül. Ha a lassan járj, tovább érsz szemlélet szerint építgetjük oldalunkat / linkprofilunkat, akkor az eredmény nem fog elmaradni.

3. A Google utálja a SEO-t

Igen is meg nem is. A manipulatív keresőoptimalizálást nem támogatja, mely a találati lista befolyásolására irányul, hiszen akkor nem lennénk rászorulva az adwordsre. Ám, ha legalább a legnagyobb kereső által javasolt SEO alapköveket nem tesszük le oldalunk esetében, akkor bizonyos, hogy a keresőből nem lesznek látogatóink. Egy tapasztalt SEO szakember pontosan tudja, hogy mely keretek között szabad mozogni az optimalizálás során, hogy elkerüljük a büntetést, de azért előkelő helyet foglaljunk el a találati listán.



A Google számtalan nyelven jelentetett meg kezdő weboldal tulajdonosoknak szánt keresőoptimalizálási kézi könyvet, amely kiindulásnak megfelelhet, de ennek segítségével biztosan nem zárkózik fel weboldala a versenytársaihoz:

<https://static.googleusercontent.com/media/www.google.hu/hu/hu/intl/hu/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-hu.pdf>

Valamint lehetőséget biztosít arra, hogy weboldalunkat megtekinthessük a "Google szemüvegén" keresztül, mely során különféle tanácsokat, javaslatokat kapunk a magasabb felhasználói élmény elérése érdekében.

Sokat ettől sem várhatunk, de érdemes ezzel a lehetőséggel is tisztában lennünk:

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=hu>

4. Google +1 semmit sem ér SEO szempontból

Hogy weboldalunknak hány db +1-e van és az mennyire befolyásolja a helyezést, arról seo berkekben megoszlanak a vélemények.

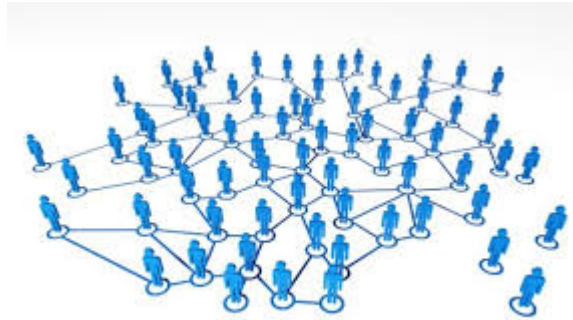


Ám tény, hogy ha bejelentkezett Google fiókkal plusszolunk egy weboldalt, akkor a következő keresésnél az általunk kedvelt oldalt jóval előrébb fogja sorolni, mint korábban. Gyakorlatilag ezzel egy gombnyomással be tettük az oldal a "kedvenceink" közé, mellyel világos jelzést küldtünk a kereső számára, hogy értékesnek találjuk az adott oldalt. Nem kell összeesküvés elméleteket gyártanunk ahhoz, hogy tisztában legyünk azzal, hogy ezeket a szavazatokat fel(fogja) használni a kereső a

szolgáltatásának fejlesztéséhez vagyis ahhoz, hogy még inkább minőségi találatokat jelenítsen meg számunkra.

5. A keresőoptimalizálás egyenlő a linképítéssel

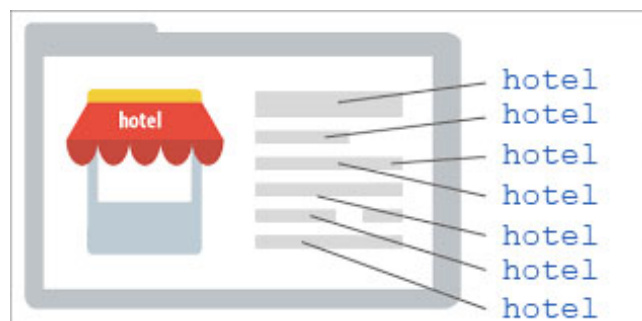
Talán 10 évvel ezelőtt még igaz lehetett ez az állítás, ma azonban pusztán egy linképítéssel - legyen az bármekkora volumenű is - ne számítsunk megfelelő eredményre, ha a weboldalunk értéktelen a kereső szemében.



De mitől lesz értékes? A látogató szemüvegén keresztül kell néznünk a honlapunkat. Legyen rajta megfelelő mennyiségű egyedi, releváns, hasznos szöveges / képi tartalom. Amely optimális esetben szépen tagolt / formázott, könnyen olvasható. Mely nem csak csupa töltelék szövegből áll, hiszen a Google pontosan tudja, hogy egy weboldalon mennyi ideig tartózkodik az adott látogató. Gyors visszafordulási arány = silány tartalom. Tisztában van azzal a legnagyobb kereső, hogy ha csupa "zs" kategóriájú, értéktelen weboldalak listáját adná vissza kereséskor, akkor rövid úton elveszítené felhasználóit, ezért számára semmi sem fontosabb, mint a hasznos, informatív, hiteles találatok kigyűjtése számunkra. Természetesen szavazatok (más honlapokról a mi oldalunkra mutató linkek) nélkül sem fog menni.

6. A legfontosabb kulcsszót a lehető legtöbb alkalommal szerepeltetni kell a weboldalon

Remek módszer, ha a célunk a minél előbbi büntetés bezsebelése. Nem lehet eléggé hangsúlyozni a felhasználói élmény, valamint a manipuláció látszatának elkerülésének fontosságát.



Arányait tekintve egy nagyobb 6-8000 karakteres szöveges tartalommal rendelkező web oldal esetén is elég kb. 6-7 alkalommal szerepeltetni a fontosabb kulcsszavunkat. Természetesen javasolt ezen felül a meta tagokban (description, keyword), valamint az oldal címében (title), címsorokban és képek file neveiben alt / title tagjaiban is felhasználni a kedvenc kifejezéseinket.

7. A linkkatalógus linkekért büntet a Google

Nem ezért büntet, hanem azért ha túl egyhangúan építjük a linkeket, vagy természetellenes sebességgel. Ez épp úgy igaz a horgonyszövegezésre, mint ahogy a szövegekörnyezetre is.

Gyakori hiba a kezdő vagy lusta linképítőknél, hogy túl rövid leírást / szöveget készít a linkbeküldés mellé, amely hibát még azzal tetéz, hogy ugyan azt a szöveget több linkbeküldésnél is felhasznál.



Ahogy írtuk korábban a Google nem varázsló, de nem is kell annak lennie, hogy észre vegye a betűről - betűre megegyező szöveges leírást (szövegekörnyezetet) és horgonyszöveget.

Ha nem elég változatos ez a két paraméter, akkor egy bizonyos linkmennyiség felett biztosak lehetünk a Google büntetésben.

8. Pár helyezést hátra csúsztam, megbüntetett a Google?

Nem. Sokkal valószínűbb inkább, hogy némileg változtatott az algoritmusán, amely természetesen kihatott a találati lista alakulására, így oldalunk helyezésére is.

Ha büntetés ért volna minket, akkor az adott kulcsszóra oldalakat esnénk vissza, rosszabb esetben az adott oldal / aloldal vagy az egész portálunk teljesen eltűnne a találati listáról.

Ha büntetést kapunk van lehetőségünk a "kijavításra", ám ez koránt sem egyszerű vagy gyors folyamat. Sok esetben érdemes elgondolkodni a domain váltáson.



Ha mégis a "javítást" választanánk, akkor vizsgáljuk meg a linkprofilunkat. Pl. érdemes törölnetni a sitewide (összes oldalon/aloldalon megjelenő) linkeket, ha sok van belőle. Változatosabbá tenni a horgonyszövegeket. Ha ugyan azt a linkszöveget többször is felhasználtuk, akkor azt is módosítsuk. Megezik, hogy nincs mód a módosításra, ekkor használhatjuk a disavow link toolt, mellyel kérhetjük a Google-t, hogy vegye figyelmen kívül az adott oldalról érkező linket:

<https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main>

9. Nincs szükségem mobilra optimalizált oldalra, mert a komoly vevők nem mobilon rendelnek.

Ha weboldalunk olyan célcsoportot céloz meg, amely zömmel még okos telefonnal sem rendelkezik, még akkor sem hagyhatjuk figyelmen kívül ennek szükségességét.



A közelmúltban a Google hivatalosan is bejelentette, hogy előnyben részesíti azokat a web oldalakat a találati listán, amelyek rendelkeznek mobil eszközre optimalizált megjelenéssel. Ezért érdemes mielőbb lépni, míg a konkurens nem lép és be nem előz minket.

10. Ingyen keresőoptimalizálás

Ma már egyre kevesebben hisznek a mesében, azonban még mindig sok olyan vállalkozás van, amely ingyenesnek hirdeti magát. Idővel természetesen mindig kiderül, hogy ez az ingyenes szolgáltatás a legdrágább.

INGYENES

Gyakori eset, hogy olyan havidíjas vagy siker díjas ajánlatot próbálnak lenyomni a torkunkon, mely költsége(i) hosszú távon nagyságrendekkel magasabb, mint egy nem "ingyenesnek hirdetett szolgáltatás" esetében.

11. A kulcsszavas domain név már fél siker

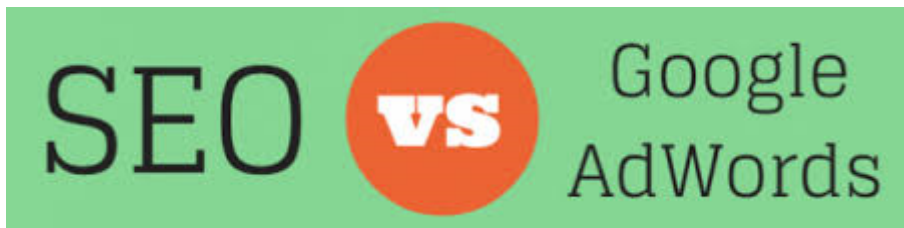
Sok évvel ezelőtt még óriási előnyt jelentett egy jól megválasztott domain név. Azonban a legnagyobb kereső hamar rájött, hogy a weboldal tulajdonosok manipulatív módon választanak domain neveket, felhasználva a kulcsszavazás előnyeit.



Így ma már kevés előnnyel jár egy kulcsszavazott domain, ennél sokkal fontosabb például az adott domainnek a kora. Jóval magasabb a bizalmi indexe egy idős domainnek, mint egy friss kulcsszavazottnak. Ezért ha már rendelkezünk egy idősebb domainnel, akkor inkább ennek további népszerűsítésére fordítsunk időnket és pénzünket, mint, hogy regisztráljunk egy újat.

12. Adwordszök, első vagyok a találati listán, minek a keresőoptimalizálás nekem?

Az emberek többsége - nem ok nélkül - még mindig a nem fizetett találatokra kattint inkább. Ennek oka egyszerű, a fizetett hirdetéssel szemben az organikus találati listák élére azok az oldalak kerülnek, amelyek "átmentek a Google rostáján", így az adott találat releváns és értékes információval rendelkezik.



Nagyságrendekkel több kattintásunk lesz, ha weboldalunk az organikus találati lista élére kerül és nem pedig a fizetettekére. Ráadásul, ha nem kell a kattintás után fizetnünk a hirdetésért, akkor attól sem kell tartanunk, hogy a konkurencia lekattintgatja az egyenlegünket.

13. Nem számít, mi van a „motorháztető alatt”

Kész van a weboldalam, sok tartalom is van rajta, elkezdtem a linképítést, de valahogy még sem hozza az elvárt helyezéseket...



Egy kiélezett versenyben pár „pontot” is múlhat a sorrend, melyet a legnagyobb kereső algoritmusai csak akkor ítélnek meg nekünk, ha weboldalunk forráskódja eleget tesz az ajánlásoknak, követi a szabványokat és azokat a kevésbé ismert vagy alkalmazott beállításokat / finomhangolásokat, melyeket tapasztalati úton a SEO szakemberek csípőből ismernek és alkalmaznak.

Ezen dokumentum a Webauditor Kft. tulajdonát képezi. Felhasználása, tárolása, terjesztése kizárólag változatlan formában engedélyezett.