

SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Šta je optimizacija?

Optimizaciju za pretraživače mogli bi definisati kao niz postupaka urađenih na web stranicama jednog web sajta, u cilju dobijanja što boljeg pozicioniranja stranica tog sajta na pretraživačima, za konkretne ključne riječi.

Prilikom naručivanja izrade web stranica, klijent najvjerovatnije i ne razmišlja o optimizaciji za pretraživače, većim dijelom zbog svoje neupućenosti, a manje je vjerovatno da mu SEO nije potreban. Naravno, nije dovoljno imati napravljene web stranice, postaviti ih na server i pustiti da vrijeme odradi svoje. Prije deset godina možda je to i bilo moguće, danas više ne. Web stranice nisu samo lijep dizajn i kvalitetan sadržaj, web stranice su danas oruđe kojim se na Internetu osvaja posao, zarađuje, živi, radi, ali i ne uspijeva... Zbog svega toga, klijentu je potrebno staviti na znanje šta je SEO, koliko traje, šta je potrebno uraditi i na kraju, kako će se to odraziti na njegov i vaš budžet. Dobro optimizirana stranica može klijentu donijeti veliki novac, pa je red da optimizatori budu adekvatno i plaćeni za taj posao.

Dobar dio vlasnika web stranica smatra da je sasvim dovoljno u polju za upit u pretraživačima unijeti URL svog sajta i da je prva pozicija na rezultatima dobra i dovoljna stvar. Da, očekuju od klijenta da znaju njihov URL koji nerijetko postaju sve komplikovaniji i komplikovaniji, a takav posjetilac ne samo da zna URL, već poznaje i vlasnika lično, firmu, vlasnikov broj telefona, automobil koji vozi, ženu i slično... Čemu onda upit na pretraživače? Vjerovatno im je, kao i kod velikog broja korisnika browsera, www.google.com postavljen za polaznu stranicu.

Prava korist optimizacije za pretraživače nije dovođenje istih ljudi na web stranice, već dovođenje i stalno povećavanje broja novih posjetilaca tj. potencijalnih novih klijenata njihove firme.

Šta trebamo znati o SEO?

Optimizacija je relativno spor proces. Sve promjene koje budete izveli na stranicama, reflektovaće se na rezultatima pretrage tek nakon izvjesnog vremena, nikako ne odmah. I stoga je potrebno optimizaciju izvoditi pažljivo, a nepotvrđene akcije ne izvoditi odjednom u nizu, već jednu po jednu, kako bi mogli pratiti efekte SEO.

Nema garancija za dobar plasman na pretraživačima. Pod „dobrim plasmanom“ smatra se neko od prvih 30 mjesta. Velika većina krosnika pretraživača nikada ne pretražuju dalje od treće strane rezultata, a pretraživač im je po defaultu ostavljen da prikazuje 10 rezultata po stranici. Na isti način kako se vi trudite da pogurate vaš sajt na pretraživačima, moguće je da to isto rade i ostalih 10 webmastera. Prema tome, nikada nemojte davati garancije za SERP plasman. Reći da će se neki sajt naći na prvom ili n-tom mjestu nakon optimizacije, prilično je neozbiljno.

Za dobru poziciju na pretraživačima odgovoran je i vlasnik prezentacije. Dobre pozicije nema bez kvalitetnog i obimnog sadržaja. U našim uslovima, „obimni sadržajem“ se može smatrati i 50 stranica, ali za optimizaciju na engleskom jeziku procjenjuje se da je potrebno da sajt ima 100-150 stranica da bi se svrstao u rang „ozbiljnih“ sajtova. Na isti način reaguju i pretraživači: ne možete napraviti jednu stranicu, optimizirati je za jako popularnu ključnu riječ, i očekivati da se nađe na dobrom SERP mjestu. Na vama je da vlasniku prezentacije predočite sve prednosti SEO, potrebu za ažuriranjem sadržaja, neophodnost da se određeni dijelovi sadržaja na stranici izmjene i prilagode SEO, pa čak ako je SEO potrebniji od dizajna, i dizajn prilagoditi optimizaciji.

Koliko god da je SEO spor i dugotrajan proces, mora početi prvim korakom – ključne riječi.

0. KORAK OPTIMIZACIJE: IZBOR KLJUČNIH RIJEČI

Osnovno o čemu treba povesti računa pri pokretanju optimizacije za pretraživače je pravilan i kvalitetan izbor ključnih riječi. U saradnji sa vlasnikom web stranica, nakon što mu objasnite i dočarate značaj optimizacije, izaberite 3 do 5 ključnih riječi. Pod „ključnom riječi“ ne podrazumjeva se samo jedna riječ („nekretnina“, „optimizacija“, „automobil“...) već i fraze. Šta više, poželjnije je imati fraze za ključne riječi, nego jednu riječ, jer danas korisnici pretraživača malo kada vrše upite nad jednom riječju. Dakle, „nekretnine herceg novi“, „optimizacija za pretraživače“, „polovni automobili kraljevo“ bile bi sasvim dobar izbor ključnih riječi a optimizacija web stranica za njih posao koji je relativno lako i zahvalno uraditi.

Ključne riječi su suština pretrage i optimizacije. Još uvijek ne možemo natjerati pretraživače da reaguju na naše misli ili želje. Pretraživači igraju prema riječima koje im zadate, to su vaše ključne riječi, to je vaša igračka.

1. KORAK OPTIMIZACIJE: On-page optimizacija

Pod onpage optimizacijom podrazumjevamo niz postupaka kojima optimiziramo sadržaj prezentacije, i koji se tiče samog izgleda stranice, a u vezi sa ključnim riječima. Vodite računa da ključnih riječi ne bude više od 4 do 7 % u svakom elementu.

- Naslovi web stranica
- <h1> Tagovi
- <h2> Tagovi
- Boldiranje, italiziranje, podvlačenje ključnih riječi u tekstu
- <alt> tagovi
- Postavljanje ključnih riječi na ispravna mjesta na stranici – na početak i na kraj
- Ako smišljate URL za vašu prezentaciju, neka ključne riječi budu sadržane u URL-u

Nažalost, on-page optimizacija nije ono što će učiniti da vaš sajt napravi drastičan skok na pretraživačima.

2. KORAK OPTIMIZACIJE: Budite indeksirani!

Čuli ste, ili možda niste, da ljudi pričaju kako su uspjeli da budu prikazani na Googleu za samo jedan ili dva dana. Izgleda da skoro 100% ljudi samo trči okolo po forumima, pokušavajući da budu indeksirani od strane Googlea za 48 časova, i smatrajući to nekom čarobnom vještinom koja može biti postignuta samo uz pomoć neke „top secret“ marketinške taktike ili napredne strategije optimiziranja...

Pa, istina je...

Biti indeksiran na Googleu za manje od 24 časa je prilično lako!

Prvo, popričajmo o onome šta NE TREBA uraditi. Do ludila me dovodi kada vidim da ljudi rade ovo, i to je ono što sam i ja svojevremeno radio. Nakon što naučite ovu lekciju, NEMOJTE da trošite vrijeme na to. Ponavljam, NEMOJTE da trošite vrijeme na ovo što ću vam reći.

Sljedeći URL vam vjerovatno izgleda veoma poznato:
<http://www.google.com/addurl.html>

Google Add your URL to Google

Home
About Google
Advertising Programs
Business Solutions
Webmaster Info
Submit Your Site

Find on this site:

Search

Share your place on the net with us.

We add and update new sites to our index each time we crawl the web, and we invite you to submit your URL here. We do not add all submitted URLs to our index, and we cannot make any predictions or guarantees about when or if they will appear.

Please enter your full URL, including the `http://` prefix. For example: `http://www.google.com/`. You may also add comments or keywords that describe the content of your page. These are used only for our information and do not affect how your page is indexed or used by Google.

Please note: Only the top-level page from a host is necessary; you do not need to submit each individual page. Our crawler, Googlebot, will be able to find the rest. Google updates its index on a regular basis, so updated or outdated link submissions are not necessary. Dead links will fade out of our index on our next crawl when we update our entire index.

URL:
Comments:

Optional: To help us distinguish between sites submitted by individuals and those automatically entered by software robots, please type the squiggly letters shown here into the box below.

Other Options

Instant Ads on Google
Create your own targeted ads using [AdWords](#). With credit card payment, you can see your ad on Google today.

Google AdSense for Web Publishers
Publish ads that match your content, help visitors find related products and services – and maximize your ad revenue. [Learn more](#)

Google-Quality Site Search
Reduce support costs, keep users on your site longer, and turn browsers into buyers with the [Google Search Appliance](#) or [Google Mini](#).

Ovo je Googleov obrazac za prijavu. Google tvrdi da možete koristiti ovaj obrazac za prijavu vašeg web sajta na spisak njihovih indeksiranih stranica i da je potrebno do 6 sedmica da bi vaš sajt bio prikazan na njihovom indeksu.

Ne znam za vas, ali 6 nedelja je jako dugačak period vremena da bi bili postavljeni samo u njihov indeks, a da ne govorim i o postizanju top rankinga.

Nikada ne koristite Googleov obrazac za prijavu!

Nemojte nikada koristiti ovaj obrazac, ili bilo koji drugi koji imaju vrhunski pretraživači. Ti pretraživači su Yahoo!, MSN, Altavista, Alltheweb...

Pa, kako onda da budete indeksirani u roku od 48 časova?

Postoje mnogi metodi, ali za nekog ko ima novi web sajt i nema na desetine starih sajtova indeksiranih od strane Googlea, postoje dva glavna načina koja bih preporučio za brzo indeksiranje od strane Googlea. Primjetite, kad kažem „Google“, stvarno mislim na Google, Yahoo i MSN.

Metod broj 1

Prvo najvažnije stvari, prije nego što naučite kako da budete indeksirani na brzinu, potrebno je da znate kako pretraživači pronalaze web sajtove. To je veoma jednostavno.

Način na koji pretraživači pronalaze nove web sajtove je taj da će oni prvo posjetiti websajt koji se već nalazi u njihovom indeksu, a onda, sa tog web sajta, sljedeći sve linkove na njemu, posjetiti i ostale sajtove. Onda će posjetiti taj web sajt i posjetiti sve linkove na njemu i tako dalje... Ovo se zove „crawling“. Pretraživači će „crawling“ vaš web sajt da bi pronašli nove informacije i postaviti ih u indeks svojih rezultata pretraživanja.

OK, razmislimo o ovome na trenutak... Recimo da imate potpuno nov web sajt (www.nekretnine-zemun.com) i da ste ga upravo napravili. Još uvijek nije indeksiran od strane ijednog pretraživača. Drugačije rečeno, pretraživači i ne znaju da vaš web sajt postoji.

Pa, kako će pretraživači saznati za njega? Lako... potrebno je da pronađu vaš web sajt, sljedeći linkove na web sajtovima koji su već u njihovom indeksu. Ima smisla?

U redu... sada, kad znamo ovo, sve što trebamo da uradimo je da pronađemo web sajtove koji su već indeksirani od strane pretraživača i natjerati ih da postave linkove prema našem novom web sajtu. To je lijepo i sjajno, ali može biti malo škakljivo natjerati druge da postave link prema vašoj stranici, naročito ako nemaju stimulaciju da to i urade...

Nema problema, uskoro ćete dobiti HILJADE web sajtova koji će vas veoma brzo linkovati.

Sve što vam treba je da napišete jedan članak baziran na temi vašeg web sajta. Zbog toga što se web sajt zove www.nekretnine-zemun.com, napisaćemo članak pod nazivom „10 koraka kako uknjižiti zemljište u Zemunu“. Na dnu vašeg članka, dodaćete link na vaš websajt (www.nekretnine-zemun.com)

Kada uradite ovo, posjetite mnoge popularne direktorije članaka koji se nalaze na webu, i jednostavno prijaviti naš članak ovim direktorijima. Kada dodaju naš članak i link na njihovom sajtu, pretraživači će posjetiti njihov web sajt, a onda slijediti linkove sa njihovog sajta. Jedan od tih linkova biće i link prema našem sajtu, i... voila! Indeksirani smo od strane pretraživača.

Što više prijavljenih članaka na razne direktorijume, više linkova prema našem web sajtu, i više puta će pretraživači posjetiti naš web sajt. Što više linkova, tim prije ćemo biti indeksirani.

Zvuči jednostavno, zar ne? Pa, i jeste!

Ovo je lista najpopularnijih direktorijuma članaka na webu, na koje možete prijaviti vaš članak:

1. <http://www.goarticles.com/>
2. <http://www.ezinearticles.com/>
3. <http://www.articlecity.com/>
4. <http://www.certificate.net/wwio/>
5. <http://www.amazines.com/>
6. <http://www.articledashboard.com/>
7. <http://www.article-directory.net/>
8. <http://www.submityourarticle.com/articles/>
9. <http://www.magportal.com/>
10. <http://www.isnare.com/>
11. <http://pubs.acs.org/hotartcl/>
12. <http://www.article-hangout.com/>
13. <http://www.webarticles.com/>
14. <http://www.articlecube.com/>
15. <http://articles4content.com/>
16. <http://www.article-buzz.com/>
17. <http://www.free-articles-zone.com/>
18. <http://www.newarticlesonline.com/>
19. <http://www.articletogo.com/>
20. <http://www.articleworld.net/>
21. <http://www.impactarticles.com/>
22. <http://www.articlealley.com/>
23. <http://www.directorygold.com/>
24. <http://dir.salon.com/>
25. <http://www.articlefever.com/>
26. <http://www.content-articles.com/>
27. <http://www.softwaremarketingresource.com/marketing-article-directory.html>
28. <http://www.niche-article-directory.com/>
29. <http://www.jogena.com/articles/articleform.htm>
30. <http://news.collectors.org/>
31. <http://article-niche.com/>
32. <http://blogtelecast.com>
33. <http://superpublisher.com/>
34. <http://www.articlecentral.com>

35. <http://www.article-directory.net>
36. <http://www.article-emporium.com>
37. <http://www.ebooksnbytes.com>
38. <http://www.ideamarketers.com>
39. <http://www.internethomebusinessarticles.com>
40. <http://www.site-reference.com>
41. <http://www.stickysauce.com>

Ovo je zaista sve što je potrebno da bi bili indeksirani od strane Googlea u roku od 48 časova. OK, krenimo sada na naredni metod brzog indeksiranja od strane Googlea.

Metod broj 2

Podimo na Google i unesimo najširi pojam koji bi se mogao odnositi na naš web sajt. Kada uradite to, vidjećete listu Googleovih rezultata.

Pregledajte svaki web sajt i posebno obratite pažnju na Google Page Rank web sajta.

Google PR je mjera koja pokazuje broj web sajtova i „važnost“ tih web sajtova koji imaju linkove prema vašem web sajtu. Uopšteno govoreći, što je veći broj sajtova koji imaju linkove prema vašem web sajtu, veći će biti i Page Rank.

I tako, dok posmatrate te top rankirane web sajtove koji se odnose na vašu ključnu riječ, trebali bi da pronađete web sajtove koji imaju PR 6 ili veći.

Kada ste pronašli nekoliko takvih sajtova, trebali bi na njima potražiti informacije o tome kako ostvariti kontakt.

Kada pronađete kontakt informaciju, pošaljite im mail u kome ćete ih zamoliti da postave link prema vašoj web stranici, a zauzvrat ćete vi postaviti link prema njihovoj web stranici. Ako uradite ovo na ispravan način i profesionalno, odgovoriće vam i postaviti link prema vašem web sajtu.

Očigledno, u namjeri da uvjerite nekog da doda vaš link na svoju web stranicu, morate mu dati i dobar razlog da to učini. Tako, uvijek kontaktirajte sajtove koji mogu imati neke veze sa vašim web sajtom i uvijek razmišljajte na taj način da im možete ponuditi nešto od čega bi njihovi posjetioци mogli imati koristi ako dodaju vaš link na svoju stranicu.

Ako vam uspije da natjerate jedan PR6 websajt da postavi link prema vašoj stranici, trebali bi biti indeksirani od strane Googlea za manje od 3 dana. Ako natjerate jedan PR7 websajt da to uradi, u većini slučajeva, bićete indeksirani od strane Googlea za manje od 24 časa!

Eto, sad znate. Dva jednostavna načina da budete indeksirani od strane Googlea ekstremno brzo. Sada, kad neko to pomene na forumima, znajte da to nije neka mudrolija...

3. KORAK OPTIMIZACIJE: Off-page optimizacija

Offpage optimizacija se u osnovi sastoji od svih offpage ranking faktora kao što su:

- Koji web sajtovi imaju linkove prema vašem sajtu
- Broj sajtova koji imaju linkove
- Googleov PR websajtova koji imaju linkove prema vašem sajtu
- Naslovi sajtova koji imaju linkove prema vašem
- Broj i tip linkova koji vode na web sajt koji ima linkove prema vašem sajtu
- Broj „stranih“ linkova na websajtu koji ima link prema vašem sajtu
- Ukupan broj linkova na websajtu koji ima link prema vašem sajtu
- Da li Google, ili ne, smatra websajtove koji imaju linkove prema vama izvornim web sajtovima
- Kao i još neke stvari o kojima ćemo pričati kasnije...

U namjeri da optimizujemo naš originalni web, potrebno je da analiziramo strategiju linkovanja 10 najbolje rangiranih sajtova za vaše ključne riječi.

Kopirajte top rankirane web sajtove da bi postigli poziciju broj 1

Cilj nam je da kopiramo tačno ono šta su i oni uradili, a potom uraditi to i malo bolje. Želimo da damo Googleu tačno ono što hoće, čineći strategiju linkovanja što je približnije isto top rankiranim web sajtovima, ali i, kao što sam rekao, malo bolje. Ključne riječi koje ćemo koristiti u ovom primjeru će biti neki veoma popularni termin. Koristićemo „nekretnine beograd“ tako da ću vam pokazati kako je moćna offpage optimizacija i kakvu vrstu rankiranja možete dobiti, ako to uradite na ispravan način.

Prvo, potrebno je da otvorimo radni list u OpenOffice Calc. Napravite sljedeće kolone:

- Web sajt na kome se nalazi link
- Anchor Text korišten za link
- Page Rank
- Popularnost linka
- Naslov stranice
- Broj odlaznih linkova sa te stranice

Sljedeće, potrebno je da posjetimo Google i unesemo ključnu riječ „nekretnine beograd“. Potom, posjetimo top 10 web sajtova za ovu ključnu riječ i pokupimo gornje informacije. Trebali bi kreirati po jednu listu za svaki od 10 websajtova. Zamislimo da je prvi na toj listi www.nekretnine-beograd.com.

Napomena:

Web sajt na kome se nalazi link je specifični web sajt koji ima link prema www.nekretnine-beograd.com, koji je sajt broj jedan na Googleu za ključne riječi „nekretnine zemun“. U namjeri da pronađete sve o web sajtovima koji imaju linkove prema www.nekretnine-beograd.com morate uraditi nekoliko stvari. Uobičajeni način da to uradite je da idete na Google i unesete ovu komandu za pretragu: link:www.nekretnine-beograd.com.

Kada ovo uradite, Google će vratiti veliku listu web sajtova koji imaju link prema www.nekretnine-beograd.com.

Isto to možete učiniti i na Yahoo, komandom link:<http://www.nekretnine-beograd.com>
Primjetite da na Yahoo morate unijeti i „http“.

Anchor text je stvarni tekst koji se koristi unutar linka koji vodi na specifični web sajt. Na primjer, anchor tekst za sljedeći link bi bio „Nekretnine Zemun“.

[Nekretnine Zemun](http://www.nekretnine-beograd.com) website

Page rank je stvarni Googleov PR web stranice koja ima link na www.nekretnine-beograd.com. U namjeri da vidite Googleov PR, morate downloadovati i instalirati Googleov Toolbar sa adrese <http://toolbar.google.com>

Popularnost linka je jednostavno broj linkova koji vode na svaku od stranica koje vode na Nekretnine-Beograd.com. Možete pronaći njihovu Google link popularnost unošenjem ove komande za pretragu u Google: link:www.nekretnine-beograd.com a potom brojeći ukupan broj prikazanih rezultata ILI možete ići na sajt kao što je www.linkpopularity.com da bi pronašli link popularity za svakog link partnera mnogo brže.

Naslov stranice je naslov stranice koja ima link prema www.nekretnine-beograd.com. Da li sadrži ključne riječi „nekretnine zemun“, „nekretnine“ ili „zemun“? Ako je tako, trebali napraviti zabilješku o tome koje su to stranice. Pokušajte pristupiti tim stranicama i natjerati ih da postave link prema vašem web sajtu.

Napomena: Dobiti linkove sa stranica koje u svom naslovu sadrže vaše glavne ključne riječi je ekstremno moćno i nešto što mnogi često previde.

Broj odlaznih linkova je broj linkova koji se nalaze na stranici koja sadrži link prema www.nekretnine-beograd.com. Što je manje linkova na toj stranici, više će link prema vašoj stranici povećati vaš ranking.

Kada smo prikupili sve te informacije, sada možemo vidjeti strategiju linkovanja sajta www.nekretnine-beograd.com

Sračunajte procenat web sajtova koji sadrže ključne riječi „nekretnine zemun“, „nekretnine“ ili „zemun“ u naslovu stranice.

Sračunajte procenat web sajtova koji sadrže ključne riječi „nekretnine zemun“, „nekretnine“ ili „zemun“ u stvarnom anchor tekstu linka na www.nekretnine-beograd.com.

A onda moramo slične rezultate postići, što je bliže moguće, i za našu strategiju linkovanja. Možda će nam trebati malo vremena da ovo uradimo, ali jednom kada to učinimo...

Imaćemo TAČAN projekat koji će nam donijeti poziciju broj 1 na Googleu!

Kada je projekat za našu strategiju linkovanja završen, potrebno je da kontaktiramo svaki od web sajtova individualno, i zamoliti ih da dodaju link na svoju web stranicu, u zamjenu za dodavanje njihovog linka na našu.

Savjet: Što vaš e-mail bude ličniji, to je bolje. Uvijek je dobro uključiti i nekoliko rečenica o tome kako vam se sviđa „X“ na njihovom web sajtu, i kako ste veoma impresionirani sa „Y“, itd...

Ako vam se čini da bi sve to moglo da traje nekoliko dana, u pravu ste... trajaće. To je stvar koja funkcioniše, ali trebaće vam vremena. Postoje specijalni softweri koji vam mogu pomoći u radu, ali oni koštaju. Razmislite da li vam se isplati ili ne.

4. KORAK OPTIMIZACIJE: Linkovanje vaših unutrašnjih strana

Potrudite se da linkovi na vašim stranicama koji vode na vaše stranice istog sajta, budu dobro napravljeni, da sadrže ključne riječi u Anchor tekstu i u URL-u.

ŠTA NE BI SMJELI UČINITI?

Pitanje je prosto... da li molite Google da vam kazni ili odbaci web sajt?

Siguran sam da najvjerojatnije mislite: pa, naravno ne! I dan danas gledam ljude koji se žale na forumima posvećenim optimizaciji kako su njihovi sajtovi odbačeni od strane Googlea i kako oni „nemaju pojma zbog čega je to tako“.

Ovi ljudi izjavljuju da nisu uradili ništa pogrešno i da nemaju pojma zbog čega njihov sajt više nije prikazan na Googleu. Cilj ove lekcije je da vas nauči jednoj **VEOMA** važnoj stvari.

Šta NE uraditi kada optimizujete vaše web stranice prema onpage optimizirajućim faktorima.

Kako da znate da ste odbačeni?

Prvo, dozvolite da vam pokažem kako da ustanovite da li ste odbačeni od strane Googlea. Često ljudi misle da su odbačeni, mada su u stvarnosti samo pali na rang listi i ne mogu pronaći svoj web sajt.

Postoji nekoliko stvari koje možete uraditi.

1. Pogledajte Googleove rezultate pretrage.
2. Pogledajte Googleovu paletu sa alatkama.

Provjerite Googleove rezultate pretrage.

Idite na Google i unesite vaš cijeli URL u Googleovu kućicu za pretragu. U ovom primjeru koristićemo izmišljeno ime domena (www.jkhjkhkj.com).

Idite na Google, unesite cijeli URL i kliknite na „search“

<http://www.jkhjkhkj.com>



Web

Tip: Save time by hitting the return key instead of clicking on "search"

Sorry, no information is available for the URL **www.jkhjkhkj.com**

- If the URL is valid, try visiting that web page by clicking on the following link
- Find web pages [from the site](#) www.jkhjkhkj.com
- Find web pages that [contain the term](#) "www.jkhjkhkj.com"

Primjetite kako Google kaže da nema raspoloživih informacija o ovom URL-u? To znači da ovaj URL nije više u Googleovoj bazi podataka.

Ako unesete potpuno novo ime u Google, uvijek ćete dobijati ovu poruku, sve dok vaš web sajt ne bude indeksiran. Ali u ovom slučaju, naš web sajt je zbog nekog razloga odbačen od strane Googlea.

Drugi način na koji možete na brzinu vidjeti da li je vaš web sajt dobačen je sljedeći:

Pogledajte Googleovu paletu sa alatkama.

Učitajte je sa <http://toolbar.google.com>

Nakon izvršene instalacije, posjetite vaš web sajt. Akko je Googleova paleta sa alatkama potpuno siva, to znači da ste odbačeni od strane Googlea.

Odbačen:



Nije odbačen:



Šta moze prouzrokovati odbacivanje web sajta?

Postoje mnogi onpage rangirajući faktori KAO I mnogi offpage rangirajući faktori koji mogu natjerati Google da odbaci vaš web sajt. **Danas, fokusiraćemo se samo na onpage faktore koji mogu uticati na Google.**

Prije nego što počnem, želim da znate da mnogi web sajtovi još uvijek postoje iako rade ove stvari. Oni nam NEĆE pomoći u rangiranju i jednostavno troše naše vrijeme, pa ih nemojte ni isprobavati. Prije ili kasnije, Google će ih „uhvatiti“ i odbaciti.

Jednostavno, nije vrijedno rizika, kada vam to ne može pomoći u boljem rankiranju.

Sakriveni tekst

Sakriveni tekst je jednostavno onaj tekst koji korisnici ne mogu vidjeti kada pristupe vašim web stranicama. Neki webmasteri će to uraditi, jednostavno dodajući ključne riječi kroz njihovu web stranicu, bez njihovog uticaja na ono što posjetilac stvarno vidi. Mada, pretraživači i dalje mogu vidjeti sakriveni tekst.

Na primjer, recimo da imate bijelu pozadinu vašeg web sajta. Ako želite da sakrijete tekst, jednostavno ćete ga obojiti u bijelo (#FFFFFF) i posjetilac ga neće vidjeti.

Uradio sam brzu pretragu po Googleu i na brzinu našao primjer web sajta koji koristi sakriveni tekst. Pogledajte ispod:

state Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole



Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state.

Na prvi pogled, pitaćete se gdje je tu sakriveni tekst...

Dozvolite da vam pokažem. Otišao sam na web sajt i kliknuo „CTRL+A“ na mojoj tastaturi. Ovo je označilo cijelu web stranicu, kako je prikazano na slici dole:

state Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole



Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state. Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties not just in Montenegrin coast, but in the whole state.

Nekretnine, Nekretnine Beograd, Nekretnine u Beogradu, Nekretnine, nekretnine Beogradu, Nekretnine, Nekretnine Beograd, Nekretnine u Beogradu, Nekretnine, nekretnina u Beogradu, Nekretnine, Nekretnine Beograd, Nekretnine u Beogradu

Sada možemo jasno vidjeti sakriveni tekst u donjem desnom uglu web sajta: „Nekretnine, Nekretnine Beograd, Nekretnine u Beogradu, Nekretnine, nekretnine u Beogradu...“.

Ovo su ključne riječi za koje su oni željeli da budu dobro rangirani i koje će pretraživači vidjeti kada budu posjetili njihov web sajt. Mada, oni nisu željeli da posjetioci vidi taj tekst. Dakle, napravili su ovaj tekst bijelim, da bi se utopio u bijelu pozadinu.

Spam putem alt tag slika

Ovo je sljedeći način zbog koji ljudi pokušavaju da prenatrpaju ključne riječi na njihov web sajt, omogućavajući pretraživačima da ih vide, bez dozvoljavanja posjetiocima da primjete ikakvu razliku na web sajtu.

Naredni primjer je web sajt koji je želio da bude dobro rangiran za ključne riječi „nekretnine beograd“. Ono što su uradili je umetanje slike kuće. A potom su dodali alt tag slike za grafiku. Kada posjetilac dođe na web sajt, i nadnese pointer nad sliku kuće ili zatraži od browsera informacije o ALT tagovima, pojavice se mali iskačući balon sa tekстом.

Real Estate Agency "Suzili" from Bar, Montenegro, was established in 1992. We buy, sell or rent properties n state. **Alt=Nekretnine, Nekretnine Beograd, Nekretnine u Beogradu, Nekretnine, nekretnine, nekretnina u Beogradu** We offer a wide rang



acquisitions, valuations, rent reviews, devei 14-year-old experience.

All legal deals concerning a real estate mar of property services, including sales and ac advice and property management, with our We offer a wide range of property service: reviews, development advice and property All legal deals concerning a real estate mar of property services, including sales and ac advice and property management, with our All legal deals concerning a real estate mar of property services, including sales and ac advice and property management, with our All legal deals concerning a real estate mar of property services, including sales and ac advice and property management, with our

All legal deals concerning a real estate market are dealt by our agency.

Primjetite koliko mnogo puta su ponovili riječ „nekretnine beograd“ i „nekretnine“? Premnogo! Nema svrhe, osim što je stranica prenatrpana ključnim riječima.

Stvarna svrha alt taga slike je da ako posjetilac posjeti vašu web stranicu, i slika se ne učita, ili je učitavanje slika onemogućeno u njegovom browseru, da se umjesto slike pojavi tekst. Ovo se često koristi za ljude sa slabim vidom.

Spam putem alt taga slike je nešto što ne želite da uradite. Korišćenje alt tagova slike je dobro, ali ljudi mogu da pretjeraju u tome, kao što ste vidjeli. Dobar alt tag slike bio bio, jednostavno: neke naše nekretnine - beograd.

Meta tag spam

Ono na šta mislim je kada ljudi postavljaju stotine istih, potpuno istih ključnih riječi u njihove meta tagove.

Na primjer, sljedeći web sajt pokušao je da se dobro rangira na upit „nekretnine beograd“.

```
<meta name="keywords" content="nekretnina, nekretnine, nekretnini, nekretninu, nekretnino, nekretninom, nekretnini, Nekretnina, NEKRETNINA, nekretnine, nekretnina, nekretninom, nekretnina, Nekretnine, Nekretninom, NEKRETNINAMA, nekretnine" />
```

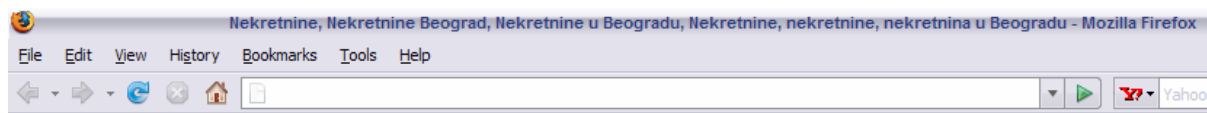
Ovo je očito besmisleno. Google ne koristi Meta Tagove kada rangira web sajtove.

Google ĆE kazniti to, a vam NEĆE pomoći... pa, zašto bi neko uradio ovako nešto?

Manite se toga.

Spam sa naslovom stranice

Naslov stranice je ono što se pojavljuje na gornjem lijevom uglu vaše web stranice. Ispod je primjer spamovanja sa naslovom stranice.



Nemojte to da radite... sve što vam treba je da jednom uključite vašu ključnu riječ (riječi) u naslov.

Ako to uradite više od jednom, samo ćete oslabiti efekat, a ako pretjerate, možete biti odbačeni.

Pokazaću vam još neke od optimizacionih faktora/tehnika koje ne bi trebali nikada da radite. Prvo, da razotkrijemo neke mitove:

- Ako „Link farm“ ima link prema vašem sajtu, bićete kažnjeni od strane Googlea – POGREŠNO
- Ako nerelevantni web sajt ima link prema vašem sajtu, bićete kažnjeni od strane Googlea – POGREŠNO
- PR1 web sajt vam neće pomoći ako imate link prema svom sajtu na takvom sajtu – POGREŠNO

Ništa od navedenog nije tačno zbog jedne proste stvari: za sve što vaš suparnik može učiniti u cilju da naudi vašem sajtu, neće biti penalizirano od strane Googlea prema vama.

Razmislite, dosta njih bi iskoristilo tu priliku i postavilo vaš sajt na link farmama i slično. I zbog toga to ne može biti sankcionisano od strane Googlea.

Jedino zbog čega vi možete biti kažnjeni je ako imate linkove koji vode na linking farme ili na penalizirane web sajtove (gray barred).

Ovo su samo neke od stvari koje ljudi nastavljaju da rade. Ovo stvari ĆE možda doprinjeti da vaš web sajt bude odbačen, a NEĆE doprinjeti da bude bolje rankiran. To je samo trošenje vremena i napora, i to trošenje vremena na nešto što ne radi i što će učiniti da vaš web sajt bude odbačen od strane pretraživača.

NAPOMENA: Prilikom izrade ovog teksta korišćeni su besplatni materijali Breda Kejlana (Brad Callen) – www.bradcallen.com kao i diskusije sa foruma/sajtova koji se bave ovom problematikom...

JOOMLA i SEO

JoomSEO je plugin (mambot) koji vam omogućava dinamičku promjenu meta keywords, meta description i meta title. Dodaje stranicama h1 i h2 tagove, u cilju unapređenja onpage optimizirajućih faktora. Lako ga je konfigurirati i podešavati.

JoomSEO se lako konfigurira, omogućavajući vam da izvršite podešavanje sljedećeg:

- prikazivanje/skrivanje imena sajta, ključnih riječi, naslova, prvog paragrafa u naslovu i slično,
- dužinu opisa u naslovu
- potpuno dinamički prilagodljiv naslov
- „Sticky words“ koje će vašim ključnim riječima dati težinu
- Mogućnost isključenja pojedinih riječi i/ili karaktera iz ključnih riječi
- Mogućnost ne prikazivanja na naslovnoj strani

Site | Heading | Keywords ili Site | Heading | Paragraph

URL koji vrijedi posjetiti je: <http://www.joomseo.com>

SEARCH ENGINE FRIENDLY – SEF

Ovo je pojam usko povezan sa optimizacijom sajtova, a znači pravljenje URL-ova koji su „friendly“ sa pretraživačima. URL kod content management systema izgleda nešto kao ovo:

http://www.mojasajt.com/index.php?option=com_contact&itemid=3

Ovakvi linkovi nisu prihvatljivi od strane pretraživača, jer pretraživači predpostavljaju da je riječ o sadržaju koji je dinamički i koji će se uskoro vjerovatno promijeniti.



Ovdje možete promijeniti način prikazivanja URL-ova na vašem Joomla! sajtu, tako da oni budu SEF – search engine friendly. Ako postavite ovu opciju na „yes“, URL koji će te dobiti izgledaće ovako:

http://www.mojasajt.com/option.com_contact/Itemid_15/

Ovaj princip zasnovan je na mogućnosti Apache web servera da sa svojom rewrite engine može manipulirati URL-ovima prema vašoj želji. Osim što ste uključili SEF, moraćete preimenovati i htaccess.txt fajl iz Joomla! Direktorijuma u .htaccess. Moguće je da na nekim serverima nakon preimenovanja neće moći vidjeti .htaccess fajl, a moguće je i da provajder ne dozvoljava rad sa .htaccess fajlovima pošto oni mogu predstavljati sigurnosni problem za server. Kakobilo, obratite se tehničkoj podršci i zatražite od njih da vam pomognu sa ovim problemom, ako se bude javio.

Dynamic Page Titles koji vidite na ovoj kartici takođe bi trebalo postaviti na yes. Pretraživači ne vole web sajtove koji imaju X stranica a sve stranice imaju istoime. Naslov vašeg sadržaja će se potom prikazivati u Title Baru browsera, a vi vodite računa o tome kakve naslove dajete vašem contentu (ključne riječi!!!).

SEF KOMPONENTE

ARTIO JoomSEF komponenta

ARTIO JoomSEF je komponenta koja generiše i omogućava kreiranje SEF URL-ova, vraća ispravan 404-status, omogućava logiranje grešaka kao i kreaciju specijalnih shortcut URL-ova koji omogućavaju korisniku da napravi redirekciju na novi URL.

Osim toga, omogućava i kontrolu nad meta tagovima, kao što su description ili keyword za svaki generisani URL. JoomSEF ima podršku za najpopularnije Joomla komponente, ako ih nema u default konfiguraciji, potražite ih na sajtu kreatora komponente. Neki od plugina se nalaze i na Artio web sajtu, neki su besplatni, a neki su i komercijalni. Ako vam je potreban plugin za vašu omiljenu komponentu, obratite se Artio timu, možda vam oni mogu pomoći.

Artio JoomSEF je proizveden pod GNU General Public Licence. Neki od add-ons koji su razvijeni za ovu komponentu mogu biti dostupni pod komercijalnim uslovima.

ISTALACIJA I KONFIGURACIJA

Prvo deinstalirajte bilo koju drugu SEF komponentu/modul. Izvršite instalaciju Artio JoomSEF na standardan način. Preimenujte htaccess.txt u .htaccess i provjerite da li je RewriteBase komanda usmjerena prema pravom mjestu: ako se vaš Joomla direktorijum nalazi u folderu „joomla“, RewriteBase bi trebao da izgleda ovako: RewriteBase /joomla.

INSTALCIJA

Instalirajte komponentu na standardan način.

.htaccess fajl možete naći u dokumentaciji na kraju instalacije, ili možete prepraviti podrazumjevani joomla htaccess.txt, vodeći računa o tome stavite komentare u dio „Begin Standard SEF Section“ .htaccess fajla, a skinete komentare sa „Begin 3rd Party or Core SEF Section“.

U administratorskom dijelu Joomla prezentacije, otiđite u dio Global Configuration – SEO, i omogućite SEF.

DEINSTALACIJA

Deinstalirajte komponentu na uobičajeni način, a .htaccess vratite u stanje kakvo je bio prije promjene, ili, jednostavno, iskoristite htaccess.txt fajl koji se nalazi u default instalaciji Joomla.

CONFIGURATION CHECKLIST

Prije nego prijavite neki bag, izvršite flooding na forumu, pošaljete prijeteće pismo moderatorima Joomla!Serbia, bacite bombu na Artio, razmišljate o samoubistvu ili ubistvu, provjerite da li ste uradili sljedeće:

1. .htaccess fajl postoji u rootu vašeg Joomla sajta
2. pravila za 3rd party komponente su aktivne
3. „RewriteBase“ pravilo odgovara vašoj Joomla instalaciji
4. JoomlaSEF je na ON u Global Configuration
5. JoomSEF je na ON u JoomSEF Configuration

KUKICE I KVAČICE

Ako vaš web sajt koristi pismo koje sadrži kukice i kvačice, omogućena vam je zamjena tih karaktera odgovarajućim. Format u kome se to radi je oldChar1|newChar1,oldChar2|newChar2,...

Na primjer: č|ć,ć|c,đ|dj,š|s,ž|z...

AŽURIRANJE KOMPONENTE

Ako imate noviju verziju Artio JoomSEF komponente, nije potrebna deinstalacija komponente. Nakon aktiviranja automatskog alata za ažuriranje u JoomSEF Control Panelu, komponenta će provjeriti da li postoji novija verzija i da li je dostupna online, pa ako jeste izvršiće njen download i instalaciju, prepisujući vašu postojeću verziju.

SAVJETI

Ako imate mnogo stranica, bolje je staviti sajt off-line pa tek onda pokrenuti JoomSEF. Izbrišite sve URL-ove iz JoomSEF baze, postavite sajt online i krenite iz početka da pravite linkove, jedan po jedan.

DUPLIKATI

Ako se susretnete sa duplim linkovima prema istom sadržaju, npr <http://www.mojsajt.com/clanak.html> i <http://www.mojsajt.com/clanak-1.html>, i tako dalje, i oni vode prema istom sadržaju, najvjerovatnije je da je ovaj problem prouzrokovan takozvanom „Itemid“ varijablom.

„Itemid“ je Joomla linijarna varijabla koja se koristi za definisanje suorcea URL linka. Na primjer, stavke u glavnom meniju ili podmeniju koje posetilac koristi da bi došao do određenog sadržaja. Prema ovoj varijabli, biće primjenjene različite Joomla konfiguracije – biće korišćen određeni template, pojedini moduli će postati nevidljivi i slično.

U „Advanced configuration“ sekciji Artio JoomSEFa nađite opciju „Exclude suorce info“ koja će omogućiti da se „itemid“ varijabla isključi iz URL-a, i time eliminišu dupli linkovi koje „Itemid“ pravi. Međutim, ignorisanje „Itemid“ može dovesti do nepravilnog rada sajta (ne prebacivanja na određeni template, ne isključivanje modula...). Da li će ovo biti problem zavisi u mnogome i od toga kako je vaš sajt dizajniran i koliko je komplikovan. Ako je potrebno da ovo ispravite, „Itemid“ bi morao ponovo biti „prikačen“ uz URL. Koristite opciju „Reappend suorce“, a rezultujući URL će izgledati ovako:

<http://www.mojsajt.com/clanak.html&Itemid=xy>

PREPRAVKA URL-ova

Možete izvršiti modifikaciju vaši URL-ova. Otiđite u Artio JoomSEF control panel i kliknite na „View/Edit SEF URLs“. Izaberite URL koji želite da modifikujete. Ako želite, taj URL možete smjestiti i u poseban odjeljak – Custom Redirect URLs. Custom Redirect URLs se ne brišu kada na kraju rada izaberete opciju čuvanja podešavanja. Ovo je posebno korisno ako ažurirate stari sajt, a svi URL-ovi koji više nisu dostupni biće logirani u View/Edit 404 Logs. Možete izvršiti redirekciju sa starih URL-ova na nove.

OSTALE KOMPONENTE – PLUGINI

Sh404, OpenSEF 2.0.0 RC5 SP2 (projekat koji je napušten i sada je preuzet pod imenom NuSEF).