



SEO, organikus forgalom

Keresőoptimalizálás

Nibada Kft
2020. október 30.

Mi az SEO?

Definíció:

A keresőoptimalizálás (angolul Search Engine Optimization, azaz SEO) a weblap keresőmotorokban való megjelenésének javítását jelenti "normál" avagy nem fizetett keresési eredményekben.

Általánosságban minél előbb, azaz a találati oldalon jobban rangsorolva és többször jelenik meg egy oldal a találati listában, annál több látogatást szerez a kereső használatától.

Forrás: Wikipédia

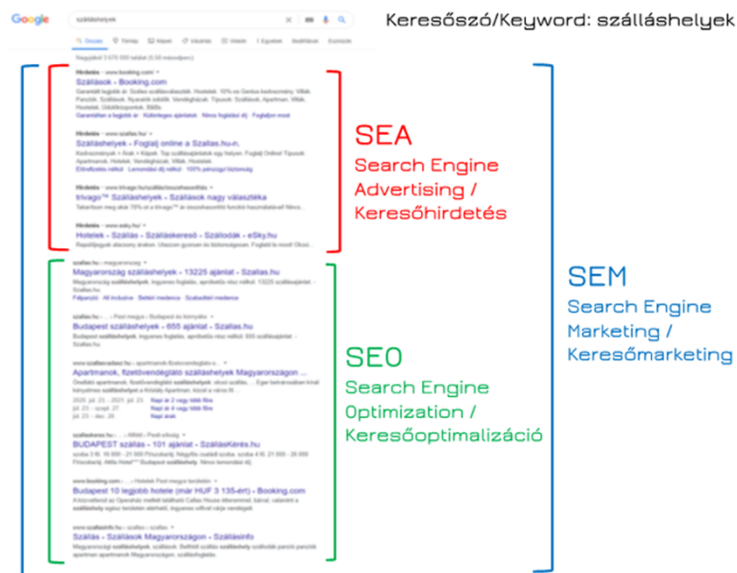
A keresőoptimalizálás az elmúlt években komoly változásokon ment keresztül és az ún. kereső motorok algoritmusai is nagyot fejlődtek annak érdekében, hogy a felhasználók számára minél relevánsabb keresési eredményeket hozzanak fel a kulcsszóra feldobott listákon.



SEO stratégia az ingyenes találatokért

A célunk a weboldal látogatásának javítása a keresők (mint pl. Google) organikus (ingyenes) találatai között.

Azaz a keresőben kapott találati oldalakon, vagyis a SERP-en (Search Engine Ranking Page) azt szeretnénk, ha minél jobb láthatóságunk lenne, minél jobb pozícióban helyezkedjen el a weboldalunk tartalma.



SEM
Search Engine
Marketing /
Keresőmarketing

Forrás: Peshkova/Getty images

A találati oldalt 3 tartalmi elemre bonthatjuk

Search Engine Marketing (SEM) – Keresőmarketing minden, a kereső szavakkal kapcsolatos marketing tevékenység összefoglaló neve.

A találati oldalon megjelenített keresési listának az alábbi két típusa létezik:

Search Engine Advertising (SEA) – Keresőhirdetés (Fizetett keresőmotor):

Kereső hirdetésekkel a fizetett találatok között jelenhet meg a hirdetésünk (Google Ads), melyek általában a természetes találatok felett vagy mellett helyezkednek el a találati oldalon. Ezek a hirdetések leggyakrabban PPC (Pay Per Click), azaz kattintás alapúak.

Search Engine Optimization (SEO) – Keresőoptimalizálás

Olyan tevékenység, amelynek célja, hogy különböző eszközökkel a weboldalt minél előrébb jelenítsék meg a keresők a találati listájukban.

3-féle SEO stratégia

Technikai SEO

- a weboldal legyen megtalálható
- a betölteni kívánt oldal legyen gyors és a keresőmotorok minden egyes elemet gyorsan fel tudjanak ismerni.
- A tartalom képes legyen kielégíteni a felhasználói igényeket
- nyújtson jó felhasználói élményt (UX) az oldal.

Tartalmi SEO (on-page SEO) – Minőségi tartalom

- marketing, szövegírás
- a megfelelő és releváns kulcsszavak használata
- a tartalom címe
- rövid, lényegre törő URL címek
- tartalom szövege
- képek
- meta adatok



Linképítés (off-page SEO)

komplex (PR jellegű) és elengedhetetlen része a sikeres SEO-nak!

- releváns oldalakra
- kerülni kell a spam gyanús linkeket
- vendégblogolás
- ha a bejövő link 404-es oldalra vezet érdemes átirányítani releváns oldalra (redirect)

Google Search Console

Ahhoz, hogy a rangsorban való előfordulásod ne a véletlenre legyen bízva, a Google segítséget is nyújt az alábbi platformokkal:

* **Google Analytics** alkalmazásával.

* **Google Search Console**, (Google Webmaster Tools) használata még fontosabb a keresőben való jó szereplés szempontjából.

A Search Console ingyenes.

Ez a rendszer tájékoztat:

- honnan mutatnak linkek az oldaladra, honnan jönnek a hivatkozások;
- hány látogató érkezik a keresőből oldaladra, mik a jellemzőik;
- Search Console legfontosabb tudománya, hogy milyen keresőszavakra jelenik meg az oldal és ezekre hányan kattintanak;
- milyen szavakra hányadik a website a találati listán,
- az elmúlt időszakhoz képest javult vagy romlott-e a helyezés

A SEO szerepének növekedése a COVID időszakban

Egyre több kutatás világít rá az organikus keresési eredmények fontosságára. Elmondható, hogy míg általános vélekedés, hogy a jelen gazdasági helyzetben az online marketing költségeket visszafogják a cégek, addig a SEO-val kapcsolatos aktivitásokat növelik (tartalom fejlesztés, kulcsszó stratégia, on-page, off-page SEO)

Várhatóan egyre több cég fogja a SEO fejlesztéseket házon belül megoldani, ezzel is jobban kontrolálva a költségeket.

A költségek csökkentésének tükrében várható, hogy növekedni fog az *alacsony költség / magasabb ROI csatornák* fontossága – mint pl SEO.

Mivel a digitalizáció hatása az utazni vágyókban a felfedezés élményének keresése felerősödött, így elengedhetetlen a turisztikai cégek számára a tartalom-kép-videó jellegű tartalom fejlesztési SEO stratégia használata.



Köszönöm a figyelmet