

Promovarea site-urilor

| | |
|---|---|
| 1. Promovarea inteligentă..... | 1 |
| 1.1 Interconectivitatea etapelor existenței unui website..... | 1 |
| 1.2 Promovarea site-ului ca un episod pilot..... | 2 |
| 2. Metode de învățare..... | 2 |
| 2.1 Urmați doar cursuri oficiale de e-learning..... | 3 |
| 2.2 Selectarea surselor credibile de e-learning..... | 3 |
| 3. Promovarea unui site prin editare de conținut..... | 3 |
| 3.1 Cum vă puteți detașa de concurență..... | 4 |
| 3.2 Noțiunea de promovare pentru Google, Bing și dvs..... | 4 |
| 3.3 Cum se face promovarea prin adăugare de conținut..... | 5 |

1. Promovarea inteligentă

Niciun proiect de web design nu se sfârșește la momentul în care editorul vă spune: gata site-ul! (și „achitați factura!”) Dimpotrivă, s-ar putea afirma că marea încercare abia de-atunci începe. Căci fiecare site are trei etape în viața lui, care deși sunt (sau ar putea fi) distincte, fac parte totuși dintr-un ansamblu:

- construcția site-ului, respectiv partea de web design propriu-zis;
- optimizarea lui, adică implementarea elementelor atât de necesare procesului de SEO;
- promovarea site-ului, care include o importantă manoperă de difuzare și stabilire de interconexiuni cu acesta.

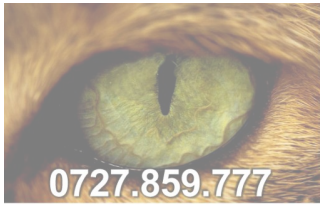
Realizarea a mai multor etape simultan la proiectul unui site ar avea efect în reducerea costurilor și recuperarea mai rapidă a investițiilor. Din păcate, interferența între cele trei faze este în cea mai mare parte limitată. Cu o singură excepție: promovarea unui site se poate suprapune aproape integral cu faza de web design cât și cu cea de optimizare SEO.

1.1 Interconectivitatea etapelor existenței unui website

Prima etapă nu se poate întrepătrunde decât într-o măsură relativă cu celelate două, căci cum altfel ai promova ce nu este terminat, eventual să faci promovare pentru un proiect în continuă dezvoltare, pentru un proiect de web design „never ending” dacă putem să-i spunem așa. Iar despre SEO este limpede că el se adaptează în funcție de dezvoltarea ulterioară a site-ului. Sau web designul urmează calea impusă de SEO, este o chestiune de opțiune a proprietarului site-ului.

Dacă primele două etape pot interacționa așadar între ele, promovarea site-ului se poate face încă din fazele incipiente ale primelor două. Cu condiția că webdesignerul să fi realizat măcar câteva pagini, să facă așadar o „ușă de intrare” în noul site, iar liniile directe ale optimizării SEO să fie deja stabilite.

După cum observați, ar fi o greșală să considerăm că un site are trei etape separate total. Practica demonstrează însă că în realitate chiar așa se și întâmplă: întâi se face site-ul, (web design-ul), apoi partea de optimizare SEO (dacă se mai face...), iar abia la final se gândește cineva că poate ar



trebuie și o promovare a site-ului...

Explicația acestei erori de management a site-urilor rezidă dintr-o singură cauză: există foarte puține firme sau freelanceri care reușesc toate cele trei activități: web design, optimizare SEO și promovarea site-ului. Iar dintre acestea și mai puține care chiar pot să facă, nu doar la modul declarativ. Ori, în această situație, oricât de avizat ar fi, proprietarul site-ului recurge la realizarea lui pe etape...

1.2 Promovarea site-ului ca un episod pilot

Dacă ați observat, înaintea marilor seriale de televiziune de succes a existat întotdeauna un episod pilot. Un film în toată regula, cu acțiune și personaje care urmează să apară în serial. Iar serialul a fost de succes nu pentru că au fost episoadele bune în sine, ci pentru că managerii au știut să interpreteze rezultatele episodului pilot. Adică au observat interes din partea publicului, și-au dat seama de ce ar vrea acesta să vadă, au realizat de unde vor veni banii de reclamă, etc.

La fel este și cu promovarea site-urilor. Acestea pot avea cel mai strălucitor web design, pot avea implementată cea mai bună optimizare SEO, pot beneficia de promovarea cea mai intensă... dacă nu există un interes real pentru conținutul site-ului acesta nu va avea succes. Iar resursele alocate vor fi de fapt risipite. Aceasta este explicația pentru care nu ținem minte decât serialele de succes, pentru că, la fel, filmele proaste au avut manageri buni care și-au dat seama că nu e cazul să se continue cu o idee proastă.

De fapt, așa se nasc serialele de succes. Nu doar printr-o promovare inteligentă, prin lansarea unui episod pilot. În funcție de cum evoluează lucrurile, se face sau nu filmul. De ce n-ar fi așa și cu un site care lansează ceva nou!? Chiar este, în mare majoritate a cazurilor. Există o testare în viața mai reală care cuiva îi spune că dacă s-ar promova pe internet ar avea succes. La fel cum, la fel ca peste tot în viață, ce e bun pentru mine s-ar putea să nu fie bun pentru tine! Există și eșecuri...

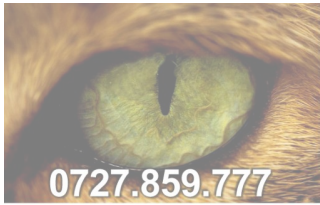
Episodul pilot al unui site care nu poate fi testat în viața reală ar putea fi lansarea unei teme de discuții. Promovarea de subiecte pe rețelele de socializare și testarea rezultatelor, construcția site-ului în funcție de reacția publicului țintă, optimizarea SEO în funcție de acestea. Desigur că este o chestiune mai mult teoretică, dar am simțit nevoia să o expun.

În realitate promovarea unui site este mult mai directă: se face site-ul și gata, nu merge, nu merge! Punct și altceva. Este modul de gândire al oamenilor care au câștigat cu foarte mare ușurință banii și în consecință nu le prea pasă de cum îi cheltuie.

Cel mai simplu „episod pilot” de promovare a unui site este, de exemplu, realizarea unei pagini simple a viitorului site. Se implementează un contor de analize statistice și un formular chestionar online. Pe toate căile posibile faceți reclamă site-ului. Observați câți vizitatori vin și de unde. Defapt, în acest mod, veți realiza ce aveți de făcut în continuare, cum să fie web design-ul, ce nevoi aveți la optimizarea SEO. Astfel, veți putea economisi resurse, le veți putea cheltui în mod inteligent.

Sau, nu veți avea nimic de făcut, ideea nu e bună, nu prinde la public și mai bine economisiți banii. Mergeți într-un concediu exotic!...

Observație: Puteți studia mai multe despre promovarea unui site urmând cursurile [Atelierului Digital](#)



[Google...](#)

2. Metode de învățare

Dacă ne referim la promovarea unui site, una dintre cele mai bune metode de a învăța cum se face asta este să privim cum fac alții. Să învățăm prin exemplul practic. Există pe internet o multitudine de tutoriale, multă documentație, multe exemple practice care vă învață cum se face promovarea unui site, prin acestea vi se explică de fapt rolul și necesitatea optimizării site-ului astfel încât să fie corelat cu o strategie strategie SEO, cum se spune...

Singurul obstacol în a învăța de pe internet este dificultatea de a alege sursa, în sensul că intermetul este plin de materiale toxice care mai mult vă derutează decât să vă învețe ceva. Într-un sens mai larg, promovarea unui site și optimizarea SEO v-ar putea lăsa senzația că înseamnă același lucru. Dar nu este așa. Spre deosebire de tehnica SEO, ceva mai restrictivă publicului obișnuit și care necesită cunoștințe specifice, de promovarea unui site se poate ocupa aproape exclusiv proprietarul acestuia.

2.1 Urmați doar cursuri oficiale de e-learning

O regulă de aur ar fi aceea să învățați chiar din surse oficiale. Ce înseamnă o sursă oficială? La fel ca într-un joc, ca într-o competiție, ca în guvernarea unei țări, oficial ar putea însemna cel care stabilește regulile. Și, atunci, devine limpede că toate criteriile de promovare a unui site trebuie să fie în concordanță cu liniile impuse de respectivul oficial.

În România, punctul de vedere „oficial” după care se face promovarea site-urilor este setul de reguli stabilite de Google. Pentru că la noi, la fel ca în majoritatea țărilor din lume, Google este tot ce contează în materie de căutare pe interenet. Să fiți convinși că Google are tot interesul ca dvs înșivă să fiți capabil, dacă nu să vă faceți singuri promovarea și optimizarea site-ului, măcar să înțelegeți despre ce e vorba și să puteți lua decizii.

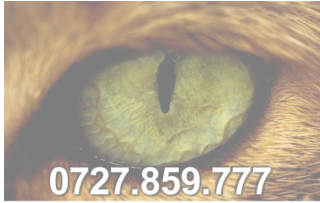
„[Atelierul Digital](#)” al celor de la Google este o platformă online gratuită care vă dă noțiunea fundamentală despre felul în care se promovează o afacere și site-ul acesteia. Opinia mea este că puteți învăța foarte multe lucruri, veți realiza cu adevărat ce înseamnă promovarea unui site și cât de important este SEO, dar asupra acestui subiect vom mai reveni. Să notez doar că inclusiv eu am urmat acest curs și am obținut un [certificat de competență digitală](#).

2.2 Selectarea surselor credibile de e-learning

Sintetizând, o sursă credibilă care să ne furnizeze regulile după care să face promovarea site-ului este cea al cărui motor de căutare ne interesează. Desigur, chiar și regulile celor de la Microsoft, care au motorul de căutare [Bing](#), și care oferă un set de instrucțiuni și [instrumente de optimizare-promovare](#), pot fi numite informații oficiale.

Tot așa, rușii de la [Yandex](#) au și ei propriile reguli după care fac sortarea site-urilor. Iar exemplele pot continua, dar cu mult mai puțină importanță, așa spune chiar insignifiantă.

Întrebarea care se pune este însă următoarea: aveți interesul să fiți găsit ușor cu Google, sau să fiți în prima pagină pe motorul de căutare Bing, sau Yandex sau altele? În condițiile în care acestea două din urmă au o cotă de piață extrem de redusă în România, dacă nu chiar zero. Mă îndoiesc, iar în acest caz nu văd sensul să vă optimizați site-ul cu un SEO adaptat pentru Bing sau Yandex, nu văd



rostul să faceți o promovare pe Yandex, mai ales dacă nici măcar site-ul nu este în limba rusă, iar singura dvs legătură cu Rusia ar putea fi eventual spaima de Putin!...

Mai mult, merg mai departe și vă dau sfatul să nu învățați de pe bloguri. Acestea sunt o sursă omniprezentă, geme lumea de oameni care se pricep la optimizare și la promovarea site-urilor, dar nici măcar ale lor nu sunt în stare să le ducă în față. În fine, lăsând ironia la o parte, să fiți convinși că fiecare înțelege altceva, fiecare vede altceva la modul de promovare al unui site, așa cum vrea sau așa cum a fost educat că trebuie să învețe.

Nici măcar de la mine nu vă recomand să învățați, citiți-mă eventual ca să vă distrați! Dar despre optimizare și promovare este bine să deprindeți cunoștințe doar de pe site-uri și instrumente oficiale. Acesta este singurul sfat pe care-mi îngădui să vi-l dau cu prețiozitate.

3. Promovarea unui site prin editare de conținut

Metoda sigură, corectă și de durată de promovare a unui site nu poate fi decât editarea de conținut. Ce înseamnă să editezi conținutul unui site? Să modifice textele care există deja? În parte da, deși acest lucru este mai degrabă o tehnică elementară de optimizare, de SEO dacă doriți. Promovarea site-ului se face în principal prin corelarea conținutului cu scopul real al paginilor dvs web.

Continuând ideea de mai sus, dacă aveți intenția să vindeți pantofi atunci trebuie ca tot conținutul site-ului, toate conexiunile lui exterioare să fie depre pantofi. Este inutil (și nerecomandat) să adăugați bancuri cu Bulă sau poze cu femei, sperând că astfel veți avea mai mulți vizitatori, mai mulți clienți, mai multe vânzări. Veți ajunge să „străluciți” la aceste capitole, iar nu la pantofii pe care vreți să-i vindeți. Va trebui să înțelegeți că numărul de vizitatori de pe site nu produc același efect cu numărul de accesări al unui site și sunt departe de a fi numărul de clienți.

Dacă până acum ați făcut cam cum am relatat în rândurile anterioare, atunci va trebui să faceți schimbări. În mare, aceasta reprezintă de fapt corectarea conținutului site-ului dvs.

Tehnicile de optimizare SEO conduc în final (și ele) la promovarea site-ului!

Iar ca să înțelegeți mai bine de ce este nevoie să aveți un conținut de calitate în site, de ce doar astfel se va realiza promovarea site-ului dvs vă recomand să citiți articolul meu „[Trei cuvinte despre promovare](#)”

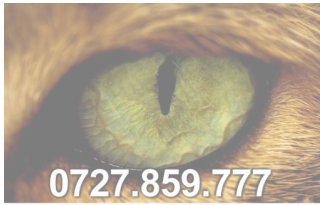
3.1 Cum vă puteți detașa de concurență...

Promovarea unui site prin editarea de conținut nu este o chestiune floare la ureche, un puff! Majoritatea firmelor sau freelancerii care se ocupă cu optimizarea SEO a unui site vor proceda în primul rând (și de cele mai multe ori se vor limita doar la asta) la corectarea titlurilor, etichetelor și atributele din codul sursă al site-ului. Mai rar, poate, și ceva corecție de conținut. De ce sunt răutăcios și afirm asta? Veți înțelege puțin mai jos.

Să creezi conținut pentru a promova un site nu este o operațiune ca și cum ai schimba o roată la mașină, ceea ce aproape toți șoferii din lume știu, ce mare lucru să monteze un cric și să desfacă niște șuruburi!? Am spus aproape toți...

Interferența dintre tehnicile de optimizare SEO și promovarea unui site prin conținut este sugestiv redată în exemplul de mai jos.

Închipuți-vă că sunt 20 de firme care vând pantofi prin magazinele online, adică 20 de site-uri



și deci este o anumită concurență pentru a ocupa unul din cele 10 locuri de pe prima pagină Google. Sunt doi pe un loc, cum se zice la admiterea la facultate. Toate aceste magazine online vor angaja câte un specialist SEO ca să facă optimizarea site-urilor (și implicit promovarea în prima pagină). Deci, teoretic, sunt 20 site-uri perfect optimizate și care au băgat bani în promovarea site-urilor, dar Google oferă doar 10 locuri pe prima pagină. (Facem abstracție acum de locurile suplimentare care reprezintă anunțuri AdWords...)

Presupunem că optimizarea SEO este aproximativ la fel de bine făcută pentru fiecare. Codul sursă este corect, titluri, descrieri, cuvinte cheie, legături... nu găsim niciun cusur la aceste aspecte! Atunci, cum se detașează cele 10 site-uri care vor intra în prima pagină? Care sunt site-urile care rămân pe dinafară? Cum ne dăm seama care site a avut promovarea mai bună? Simplu: Google face analiza conținutului din pagini! :) Care intră în „top 10” au avut un conținut intrinsec al paginilor mai bun. Sunt mai bine promovate...

Concluzia este limpede: ca să fiți în față nu mai este suficientă optimizarea site-ului din punct de vedere al codului sursă (ca acum câțiva ani), trebuie să faceți și o optimizare a conținutului, o corecție, o editare, iar toate la un loc înseamnă promovarea site-ului. Ca să vă detașați de concurență trebuie să aveți un conținut mai bun. Astfel, promovarea site-ului dvs va avea drept efect plasarea acestuia acolo unde doriți... top10, top5, top3, ce top vreți...

3.2 Noțiunea de promovare pentru Google, Bing și dvs.

La fel ca în exemplul descris mai sus face orice alt motor de căutare, doar că analizează conținutul site-ului după criteriile proprii, după normele pe care le consideră a fi valabile pentru politica sa. Promovarea unui site are alte înțelesuri pentru Google în comparație cu „[Bing](#)” al celor de la Microsoft.

La fel, optica SEO este diferită între motoarele de căutare. Fiecare are propriile sale criterii de evaluare. Fiecare înțelege altceva prin „optimizare SEO” și prin „promovare site”. La fel veți face și dvs. presupunând că sunteți un motor de căutare, veți avea propriile criterii de stabilire a ierarhiei; care vi se pare mai frumos, care are ceea ce vă interesează, etc...

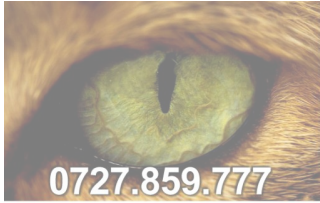
Din motivația expusă mai sus rezultă un aspect foarte interesant și logic în același timp: vor fi extrem de rare situațiile în care căutând „magazin pantofi Timișoara” cu Google veți obține aceleași rezultate cu Bing. Sau din perspectiva dvs.

În funcție de aceste lucruri se face și optimizarea SEO a site-ului și promovarea lui. Unde vreți să fiți găsit mai ușor...

3.3 Cum se face promovarea prin adăugare de conținut

Din cele de mai sus, din practicile de optimizare a site-urilor de până acum, din ceea ce se spune pe diferite bloguri de optimizatori SEO-liți rezultă că ar trebui bătute cuvinte cheie în titlu, în text, în adresa url, în descrieri, în buzunare și la bancă. Peste tot adică. Fals! Încercați asta și veți fi catalogat ca spammer. Nu mai este ca acum câțiva ani și dacă veți face promovarea site-ului în acest fel nu veți avea cine știe ce rezultate, ba mai mult, riscați o penalizare și veți ajunge undeva în spatele clasamentelor!

Nu se poate nici să puneți cuvinte fără sens și fără logică în construcția textului, acele keyword-uri, totul pentru a avea conținut optimizat SEO și să vă iese promovarea. Nu merge, motoarele de căutare nu sunt chiar atât de tâmpite, adică aceia care le dirijează nu sunt chiar proști, or să vă dibuiască



www.789.ro

SEO Timisoara, optimizare site, promovare

șmecheria.

Ca să încheiem și să formulăm morala de sfârșit de text va trebui să recunoașteți că a scrie, dacă nu cumva este o meserie, este cel puțin o abilitate! O dexteritate. Unii scriu mai ușor, alții mai greu. Câți dintre dvs ați avut talent la compunere? La câți v-a plăcut? Scrieți ușor o scrisoare care să aibă mai mult de 500 de cuvinte?

Mai mult, câți dintre dvs sunteți familiarizat cu tehnica de a scrie SEO (cred că mai nou se poate spune și acest lucru) astfel încât aceasta să vă promoveze site-ul. Pentru că este o diferență netă între o rețetă de prăjituri și un articol de promovare pe care să-l citească Google.

Morala: dați-mi un telefon, scrieți-mi un e-mail și aveți șansa de a vi se promova site-ul. Eu doar asta fac, nu joc table în fața blocului...