Περιεχόμενο ιστού (Mass Λέξεις -κλειδιά) Links = search engine optimisation

Φυσικά, ολόκληρος ο στόχος των σχεδίων κατάταξης των μηχανών αναζήτησης είναι ακριβώς να παρέχει καλό, σχετικό περιεχόμενο στους χρήστες. Ο μηχανισμός για τον τρόπο με τον οποίο οι μηχανές αναζήτησης επιλέγουν και ανταμείβουν καλό, το σχετικό περιεχόμενο είναι ουσιαστικά απλώς ένα τεχνικό ζήτημα, αν και βεβαίως ένα εξαιρετικά σημαντικό τεχνικό ζήτημα. Αλλά ακόμη και σε καθαρά τεχνικούς, μηχανιστικούς, όρους, το περιεχόμενο ιστού επηρεάζει την κατάταξη των μηχανών αναζήτησης τρεις τρόπους: 1. εισερχόμενες συνδέσεις 2. Website Mass 3. βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών 1. Το περιεχόμενο ιστού και οι εισερχόμενοι σύνδεσμοι εισερχόμενοι σύνδεσμοι είναι ο παράγοντας αριθμού-ένα για την κατάταξη των μηχανών αναζήτησης. Αποδίδουν επίσης άφθονη κυκλοφορία μόνοι τους. Η σημασία των συνδέσμων είναι αυτό που οδήγησε πολλούς ανθρώπους να πουν ότι το περιεχόμενο δεν είναι πλέον σημαντικό. Αλλά αυτοί οι άνθρωποι ξεχνούν ότι το περιεχόμενο παίζει πραγματικά σημαντικό ρόλο στη λήψη συνδέσμων στην πρώτη θέση: * Τουλάχιστον, το καλό περιεχόμενο θα κάνει τους πιθανούς συνεργάτες σύνδεσης πιο άνετα με τη σύνδεση με τον ιστότοπό σας. Κανείς δεν θέλει να συνδέσει με ένα αγρόκτημα σύνδεσης, splog, website junk ή ακόμα και μόνο έναν μη επαγγελματικό web page. * Μπορείτε να επιτρέψετε σε άλλους ιστότοπους να δημοσιεύουν το περιεχόμενό σας σε αντάλλαγμα για έναν σύνδεσμο πίσω στον ιστότοπό σας. 2. Μάζα περιεχομένου ιστού Περισσότερες ιστοσελίδες περιεχομένου = περισσότερη κίνηση μηχανών αναζήτησης Heres Γιατί: 1. Η προσθήκη σελίδων στον ιστότοπό σας είναι σαν να βάζετε επιπλέον δίχτυα για να πιάσετε surfers. 2. Οι μηχανές αναζήτησης βλέπουν μεγαλύτερες ιστοσελίδες ως πιο διάσημες και αξιόπιστες. three. Όσο περισσότερο περιεχόμενο έχετε, τόσο περισσότεροι λόγοι που δίνετε σε άλλους site owners, ιδιαίτερα bloggers, να συνδέονται με τον ιστότοπό σας αυθόρμητα, χωρίς να τους ζητηθεί. three. Βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών περιεχομένου ιστού Βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών που χρησιμοποιείται για να είναι το πιο σημαντικό βήμα στο search engine optimization. Τώρα δεν έχει σημασία για την κατάταξη για εξαιρετικά ανταγωνιστικές λέξεις -κλειδιά. Ακόμα, η βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών μπορεί πραγματικά να σας βοηθήσει να αποκτήσετε επισκεψιμότητα από αναζητήσεις όχι σε ανταγωνιστικές λέξεις -κλειδιά. Παρόλο που δεν μπορείτε ποτέ να κατατάξετε τον αριθμό 1 για το "Finance", μπορείτε ακόμα να εμφανίσετε κορυφές για μια αναζήτηση στο "νοικοκυριό χρηματοδότησης Ομοσπονδιακών φορολογικών εκπτώσεων" εάν έχετε αυτή τη φράση κάπου στο περιεχόμενό σας. Τέτοιες μη ανταγωνιστικές αναζητήσεις αποτελούν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των συνολικών αναζητήσεων ιστού. Βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών Περιεχομένου Ιστού: Υπάρχουν τέσσερα πόδια στη βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών: * Έρευνα/Επιλογή * Πυκνότητα Χρησιμοποιήστε εργαλεία όπως αυτά που προσφέρονται από το WordTracker και το Yahoo Search Marketing (πρώην Overture). Υπάρχουν δύο μεγάλες παγίδες για να αποφύγετε: * "αρνητικές λέξεις -κλειδιά" Yannis Divramis SEO που φαίνονται σχετικές αλλά δεν αναζητούνται πραγματικά από την αγορά -στόχο σας. Για παράδειγμα, το "Copy Copy" είναι συνώνυμο του "Περιεχομένου Ιστοσελίδας", αλλά οι περισσότεροι άνθρωποι που αναζητούν το "Copy Copy" αναζητούν λογισμικό που αντιγράφει έναν ολόκληρο ιστότοπο στον σκληρό δίσκο για περιήγηση εκτός σύνδεσης. * απίστευτα ανταγωνιστικές λέξεις -κλειδιά που δεν έχετε καμία ρεαλιστική πιθανότητα να ταξινομήσετε ψηλά γι 'αυτούς. Πώς ξέρετε αν μια λέξη -κλειδί είναι απίστευτα ανταγωνιστική; Ένα τραχύ μέτρο είναι να εξετάσουμε το Pagerank των ιστοσελίδων που κατατάσσονται σήμερα στις τρεις πρώτες θέσεις για αυτή τη λέξη -κλειδί. Εάν το pagerank αυτών των σελίδων είναι πολύ υψηλότερο από το pagerank που ο ιστότοπός σας πιθανότατα θα έχει στο μέλλον, πιθανότατα δεν θα ξεπεράσετε ποτέ αυτές τις σελίδες. Μια καμπάνια Pay-Per-Click με το Google **SEO agency** Adwords του Yahoo! Το μάρκετινγκ αναζήτησης θα σας βοηθήσει να βρείτε ποιες λέξεις -κλειδιά πραγματικά αναζητούνται από το κοινό -στόχο σας. Πυκνότητα λέξεων -κλειδιών



Οι λέξεις -κλειδιά εμφανίζονται στο περιεχόμενο το σωστό αριθμό φορές για τις μηχανές αναζήτησης να αναγνωρίσουν τη σελίδα ως σχετική, αλλά όχι τόσο συχνά που μοιάζει με γέμιση λέξεων -κλειδιών. Όσο περισσότερο είναι το περιεχόμενο, τόσο περισσότερες φορές πρέπει να εμφανιστεί η λέξη -κλειδί. Πρόγραμμα λέξεων -κλειδιών Οι λέξεις -κλειδιά εμφανίζονται σε ακριβώς τις σωστές θέσεις στις ιστοσελίδες σας για τις μηχανές αναζήτησης για να τις αναγνωρίσουν ως σχετικές. Ο τίτλος της σελίδας, οι επικεφαλίδες και οι πρώτες γραμμές της σελίδας θεωρούνται συχνά οι πιο σημαντικές θέσεις. Η χρήση παραλλαγών της λέξης-κλειδιού θα βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι ιστοσελίδες εμφανίζονται σχετικές με τις επόμενες γενιά των πιο εξελιγμένων αλγορίθμων μηχανών αναζήτησης. Υπάρχουν τρεις κύριοι τύποι παραλλαγών λέξεων-κλειδιών: * παραλλαγές λέξεων-stem. Ένα στέλεχος μιας λέξης είναι η βάση του. Για παράδειγμα, η "βελτιστοποίηση" είναι το στέλεχος του "βελτιστοποιημένου". Άλλες παραλλαγές των στελεχών του "βελτιστοποίησης" περιλαμβάνουν "βελτιστοποίηση", "βελτιστοποιητή" και "βελτιστοποίηση". Μπορείτε επίσης να ανακατέψετε τις λέξεις-κλειδιά των λέξεων-κλειδιών πολλαπλών λέξεων. Οι παραλλαγές του περιεχομένου του ιστότοπου θα είναι το περιεχόμενο ιστού, το περιεχόμενο ιστού, το περιεχόμενο για ιστότοπους και το περιεχόμενο του ιστότοπου). * Συνώνυμα (όπως περιεχόμενο ιστοσελίδας, περιεχόμενο στο διαδίκτυο ή γραφή για τον ιστό για περιεχόμενο ιστότοπου). * Σχετικοί όροι (όπως Internet, search engine marketing ή ιστοσελίδα). Για πολλούς ανθρώπους, η πλευρά του περιεχομένου web optimization αισθάνεται σαν ένα σημείο αμφισβήτησης. Χρειάζεστε περιεχόμενο για τους επισκέπτες σας, ακόμη και αν δεν παρατηρείται ποτέ η Spider Engine Search. Αλλά κάθε προϋπολογισμός του ιστότοπου, τόσο τα χρήματα όσο και ο χρόνος, είναι πεπερασμένος. Εάν επιλέγετε ποτέ αν θα επενδύσετε σε έναν άλλο σύνδεσμο για να παρακαλούμε να αναζητήσετε μηχανές ή άλλη σελίδα περιεχομένου για να ευχαριστήσετε τους επισκέπτες σας, μην ξεχνάτε: Οι μηχανές αναζήτησης εξακολουθούν να μοιάζουν με περιεχόμενο.