

*Kodulehe
optimeerimine –
tee koduleht
nähtavaks!*



Eessõna

Rolland Korotkov
WSI Online, SEO ekspert

„SEO on pikka aega olnud kaetud musta saladuste looriga, kuid siamaani on see üks parimatest internetiturunduse viisideks. Kindel kodulehe baas ja efektiivsed maandumislehed suudavad tuua päringuid ja kliente 24 tundi päevas, 7 päeva nädalas. Kui SEO ei ole praegu osa Sinu internetiturunduse strateegiast, siis on mõttekas läbi mõelda kuidas SEO võimalusi oma äri edu silmas pidades ära kasutada. Pidage meeles, et SEO on bränding, äri nähtavus internetis, külastused ja usaldusväärsus.“

Sisukord

Eessõna	2
Sisukord	3
Sissejuhatus	5
1. Miks optimeerimine vajalik on?	7
SEO eelised	8
2. Google Algoritmiuendused	9
Mis on Google jaoks oluline?	9
3. Märksõnade määramine	11
Kuidas märksõnu kasutada?	12
4. Lehesisene optimeerimine	13
HTML tekst	14
URL aadress	14
Meta märksõnad	14
Meta kirjeldus	15
Lehe pealkiri	15
Pildi kirjeldus	16
.....	16

Heading'ud	16
5. Linkimine.....	17
DoFollow ja NoFollow lingid.....	19
6. Sisuturundus	20
Mis on eesmärk?	20
Millised on reeglid?.....	21
Blogi	22
Author Rank.....	23
7. Sotsiaalmeedia optimeerimine ehk SMO	25
8. Black hat SEO	26
Kokkuvõte	30

Sissejuhatus

Eelnevates peatükkides rääkisime kodulehest kui platvormist ja AdWords'ist kui kiirest ja efektiivsest võimalusest kasvatada müüki. Selles e-koolituse osas räägime, kuidas teha koduleht internetis nähtavaks. Ilusast kodulehest on vähe kasu, kui keegi ei tea selle olemasolust. Kõige populaarsem tegevus internetis on otsimine, mis tähendab, et Sinu potentsiaalsed kliendid otsivad infot Sinu toodete ja teenuste kohta. Selleks, et olla otsingus nähtav on vajalik kodulehe optimeerimine otsingumootoritele.

- SEO (*search engine optimization*) ehk kodulehe optimeerimine on turundusvõtted, mille eesmärk on tõsta kodulehe positsiooni Google otsingutulemustes. Orgaanilised otsingutulemused saavad 75% klikkidest, ülejäänud 25% läheb makstud reklaamile. Seejuures näitavad erinevad uuringud, et 40- kuni 60% klikkidest läheb esimesele 3 positsioonile.
- 61% kõigist internetikasutajatest otsib infot toodete/teenuste kohta internetist. Seejuures enam kui 90% ei vaata kunagi Google esilehest kaugemale.

Selles e-koolituses saad teada:

- Miks optimeerimine vajalik on?
- Kuidas määrata märksõnu?
- Millised on põhilised optimeerimise meetodid?
- Mis on linkimine?
- Mis on sisuturundus?
- Mis on SMO?
- Mis on *black hat* SEO?

1. Miks optimeerimine vajalik on?

Internetis on kõige populaarsem tegevus otsimine. Inimesed otsivad informatsiooni erinevate toodete, teenuste jm kohta. Esinemine otsingumootorite esileheküljel toob olulisel hulgal külastajaid ja uusi kliente. Lihtsalt öeldes kui tarbija otsib Sinu ettevõtte tegevusega seotud märksõna, on tal juba konkreetne huvi selle vastu. Ta on “müüdud”, tuleb vaid nähtaval olla ja müük “koju tuua”.

Kõige populaarsem otsingumootor Google toodab 90% otsinguliiklusest ([StatCounter](#)). Ligi 20% kõigist klikkidest läheb Google esimesele orgaanilisele otsingutulemusele. Teine positsioon saab 10%, kolmas 7%, neljas 5% ja ülejäänud positsioonid saavad alla 2% klikkidest ([Slingshot seo](#)).

Selleks, et olla esindatud esimeste tulemuste seas, on vaja kodulehte optimeerida, vastasel juhul ei leia otsingumootorite „robotid“ Su kodulehte üles ja potentsiaalsed kliendid ei saa Su olemasolust võib-olla kunagi teada. Veel enam, müük ei kasva!

SEO eelised

- **Kuluefektiivne** – Hea SEO nõuab head kodulehe sisu, mitte palju raha.
- **Kvaliteetne sisu** – SEO eeldab sinult värsket, head ja asjakohast sisu, mis külastajatele meeldib.
- **Usaldusväärsus** – Olles otsingutulemustes esimeste seas, lood usaldusväärsust.
- **Kasutajasõbralikkus** – Hästi organiseeritud koduleht aitab kliendil kiiresti leida vajaliku info ja jätab positiivse kogemuse.
- **Parim positsioon** – Orgaanilised otsingutulemused kuvatakse Google's vasakul äärel, kuhu 75% interneti kasutajatest klikib.
- **Pikaajalised tulemused** – Saavutades kord Google's positsiooni esikümne seas on seal püsima jäämine lihtne, kui jätkata sama tegevust.
- **Statistika** – SEO tulemused on hõlpsasti jälgitavad Google Analytics'iga.

SEO tegemisel tuleb jälgida mitmeid reegleid, mis aitavad tõsta kodulehe nähtavust ja olulisust. Seejuures jäta meelde, et **koduleht on mõeldud eelkõige inimestele, mitte otsingurobotitele.**

2. Google Algoritmiuuendused

Otsingumootorid muudavad pidevalt oma algoritme, nende seast populaarseim Google viis eelmine aasta läbi [üle 500 algoritmi ja andmepõhise muudatuse](#).

Viimased suuremad uuendused Google poolt on **Panda** ja **Penguin**, mille eesmärk on pöörata rohkem tähelepanu otsingutulemuste ja kodulehtede kvaliteetsele sisule. Selleks, et olla Google jaoks kvaliteetne otsingutulemus, tuleb end pidevalt kursis hoida Google „trendidega“ ja viimaste uuendustega.

Mis on Google jaoks oluline?

Kodulehe optimeerimine on peale loendamatu uuendusi oluliselt muutunud.

Enam ei piisa massilisest linkimisest või paarist märksõnast, mis sai määratud aasta tagasi. Hoopis vastupidi, selline tegevus või tegevusetus teeb kodulehe Google silmis ebakvaliteetseks ja lehe koht otsingumootorites langeb olematule positsioonile.

Google väärtustab nüüd:

- Värsket ja unikaalset sisu
- Asjakohaseid märksõnu
- Kvaliteetseid linke

Värske ja unikaalne sisu tõstab eelkõige lehe kvaliteeti. Oluline on kirjutada oma kodulehe tekste ise, mitte kopeerida konkurentidelt. Unikaalsed tekstid tõstavad lehe kvaliteeti mitte ainult Google silmis vaid ka lugeja jaoks. Kopeeritud sisu kasutamine võib kaasa tuua vahelehe indekseerimisest eemaldamise ehk leht kaotab positsiooni otsingutulemustes.

Kui lehe sisuga on seotud ka **asjakohased märksõnad** on olukord juba üsna hea. Positiivse tulemuse annab märksõnade asjakohasus ja õige määramine. Kui Google alguspäevadel eksisteeris maagiline number, mis määras, kui suur protsent tekstist peab sisaldama märksõnu, et leht saaks hea positsiooni, siis nüüdseks on ideaalne märksõnatihedus ajalooline mõiste. Otsingumootorid hindavad oluliselt tähtsamaid tegureid kui märksõna tihedus positsiooni hindamisel.

Kui varem oli oluline pigem linkide kvantiteet kui kvaliteet, siis nüüd on vastupidi. **Google hindab linke**, mis on mõeldud kasutajatele ja kasutajate poolt loomulikul viisil tekkinud. Vastupidiselt varasemale praktikale mõjutavad tuhanded ebakvaliteetsed lingid kodulehe positsiooni negatiivselt.

3. Märksõnade määramine

SEO eesmärk ei ole ainult külastajate saamine oma kodulehele vaid **õigete külastajate** saamine. Õigesti valitud märksõnad aitavad kodulehe teha nähtavaks neile, kes juba otsivad informatsiooni Sinu poolt pakutud toodete/teenuste kohta. Nagu ennem mainitud, on nad juba “müüdud”, küsimus on, kas nad leiavad Sinu äri. Tehes end nähtavaks õigele sihtrühmale õigel hetkel, tõuseb potentsiaalsete uute klientide arv tunduvalt.

Soovitud sihtrühmani jõudmiseks on oluline määrata õiged märksõnad, millele koduleht optimeerida. Märksõnade valimine käib sarnaselt AdWords'i kampaania jaoks märksõnade valimisega. Abiks on tasuta tööriistad nagu [Google Keyword Tool](#), [Google Trends](#) ja [AdWords'i konto](#). Vali märksõnad, mis **vastavad võimalikult täpselt Sinu ettevõtte tegevusalale** ja mis on selles valdkonnas enim otsitud. Seejuures jälgi ka märksõnade konkurentsi ja kui suur tõenäosus on Sul jõuda esilehele. AdWords'i kontolt saab ülevaate märksõnadest, mis konverteerivad paremini, ehk on Sinu sihtrühmale relevantsemad.

Näide

Tegeledes autoremondiga Tallinnas vali täpsemaks sihtimiseks mitte „autoremont“ vaid „autoremont Tallinnas“. Selliselt limiteerid Sa külastuste hulka, millel on kõrge pörkemäär (ehk inimene lahkub kohe lehelt, kuna on sattunud nõ valesse kohta). Täpsemad märksõnad (*long tail keywords*) moodustavad 70% otsingumahus, samas kui populaarsed märksõnad moodustavad vähem kui 30%. Nišile

kontsentreerumiseks vali märksõnu, millel on väiksemad otsingumahud, kuid mis võimaldavad kiiresti saavutada esilehe positsioonid.

Kuidas märksõnu kasutada?

Valitud märksõnade valimisest ainuüksi ei piisa, nendega tuleb midagi asjalikku ka ette võtta.

Kasuta märksõnu:

- URL aadressis
- lehe pealkirjades
- meta märksõnades
- meta kirjeldustes
- *heading*'utes H1, H2, H3
- lehe sisutekstides
- piltide nimedes
- ankurtekstides



4. Lehesisene optimeerimine

Lehesisene optimeerimine aitab külastajatel lehel paremini navigeerida ning parandab positsiooni otsingutulemustes. Olulisemad lehesisesed optimeerimisvõtted on:

- HTML sisu
- URL aadressi struktuur
- Meta märksõnad
- Meta kirjeldused
- Lehe pealkiri
- Pildi kirjeldus
- *Heading*'ud
- Siselinkimine ja ankurtekstid

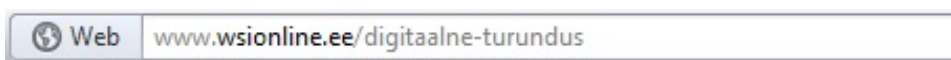


HTML tekst

Otsingumootorites positsioneerimiseks on vajalik luua lehele sisu, mis oleks otsingule loetav. Enim valmistavad probleeme Flash'iga tehtud kodulehed, teksti esitlemine pildina, Java programmid jm mittetekstiline sisu. HTML (ing.k lühend *HyperText Markup Language* ehk hüperteksti märgistuskeel) teksti kasutamine on palju otsingumootori sõbralikum luues indekseeritavat sisu mida Google ära tunneb. Vaata, kuidas otsingumootorid Su kodulehte näevad [seo-browser](#) kodulehelt.

URL address

Lehe URL aadress kuvatakse otsingutulemustes, mistõttu on oluline, et aadress näeks viisakas välja. URL'i kasutatakse ka lehe hindamisel ja võib mängida olulist rolli kasutajakogemuses. Hoia URL lühikesena ja kasuta märksõnasid. Mitmesõnalised pealkirjad eralda sidekriipsuga.



Meta märksõnad

Lehesisesel optimeerimisel on olulised meta märksõnad, mille eesmärk on näidata otsingumootorile su lehe sisu. Märksõnad kirjutatakse HTML lehe päisesse. Kasuta korraga 2-5 märksõna. Liiga palju märksõnu ajab Google segadusse, mis on lehe sisu.

Meta kirjeldus

Meta kirjeldus ehk *meta description* on kuni 150 tähemärgi pikkune kirjeldus lehe sisu kohta. Meta kirjeldus kuvatakse tavaliselt otsingutulemuse juures ja tema eesmärk ei ole niivõrd otsingumootorile suunatud kui on kasutajates huvi tekitamiseks. Nii meta märksõnad kui kirjeldus ei ole enam Google *Page Rank*'i jaoks olulised, küll aga kasutab Google neid täpsema otsingu jaoks viies meta kirjelduse ja meta märksõnad kokku.

[Internetiturundus](#) | [E-turundus](#) | [Veebiturundus - WSI Online](#)
www.wsionline.ee/internetiturundus - Puhverdatud

Internetiturunduse teenused: kodulehe optimeerimine, Google Adwords, sotsiaalmeedia, koduleht, mobiiliturundus, interneti turundus. Vaata täpsemalt!

Lehe pealkiri

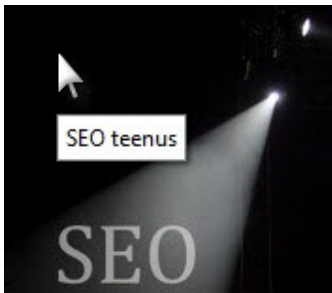
Lehe pealkiri ehk *title tag* on täpne kirjeldus lehe sisust, mis kuvatakse otsingutulemustes esimesena. *Title tag*'i kuvatav pikkus on **65-75 tähemärki**, ehk tiitel peab ütlema võimalikult väheste sõnadega, millega on tegu, kasutades seejuures kindlasti märksõnu. Pealkiri on esimene asi, mida uus külastaja otsingutulemuse juures märkab, seega vali sõnu hoolikalt. Lisaks kuvatakse pealkirja brauseriakna kirjelduses.

[Internetiturundus](#) | [E-turundus](#) | [Veebiturundus - WSI Online](#)
www.wsionline.ee/internetiturundus - Puhverdatud

Internetiturunduse teenused: kodulehe optimeerimine, Google Adwords, sotsiaalmeedia, koduleht, mobiiliturundus, interneti turundus. Vaata täpsemalt!

Pildi kirjeldus

Määra piltidele asjakohased nimetused, et Google leiaks pildi „img123“ asemel reaalse nimega sisu. Kasuta *alt tag'i*, mis lubab pildile lisada lühikese kirjelduse.



Heading'ud

Lehe sisu küljendamisel määra kindlasti *heading'*ud H1, H2 jne. Need aitavad olulisi märksõnu Google jaoks paremini nähtavale tuua.

Kuidas ära tunda black hat SEO firmat? (Osa I) ← H1

10 märki, mille järgi tuvastada black hat SEO firmat ← H2

Black hat SEO firma kasutamist tasub vältida, kui eesmärgiks on kvaliteetne teenus ja pikaajalised tulemused. Siin on **5 märki, mis aitavad tuvastada ebaprofessionaalset SEO teenust:**

1. Liiga head lubadused ← H3

5. Linkimine

Linkimine jaguneb kaheks:

- **siselinkimine** (*internal links*) ehk kodulehe sisesed lingid ja kodulehelt välja viivad lingid
- **sissetulevad lingid** (*inbound links*)



Siselinkimine on kasulik külastaja juhtimisel ühelt lehelt teisele. Näiteks blogi postituse juurde lisatud teemakohane teenuste leht või kontaktilink. Siselinkimise juures on oluline kasutada nn **ankruid** (*anchor text*). Ankurtekste kasutades viitab su link kindlale sisule, mille kohta see link on. Luues hulga kindla märksõnaga linke seostab Google selle Su lehega ja kodulehe positsioon otsingutulemustes tõuseb. Välti linke nagu „siit“, „vaata lisaks“ jm mitte midagi ütlevaid sõnu.

Sissetulevate linkide loomine on SEO üks keerulisemaid tegevusi. See on aega- ja pühendumist nõudev protsess, mille eesmärk on tuua külastajaid kvaliteetsetelt saitidelt. Selleks, et välislinkimine oleks edukas, on vaja kõigepealt head sisu, mida külastajad sooviksid jagada. Samuti tasub mõelda külalisblogidele (*quest blog*), mis loovad linke Sinu kodulehele.

Varem ei omanud tähtsust, milliselt lehelt su link tuleb. Nüüd on **Google jaoks oluline kvaliteet**. Mida suurema hinnanguga (*Page Authority, Domain Authority*)

lehelt Sinu link tuleb, seda suurem on lingi väärtus. Nagu siselinkimisegi puhul on sissetulevate linkide puhul oluline osa ankurtekstidel. Kui vähegi võimalik, palu viitajal kasutada märksõnapõhist viitamist Su domeenile.

Google ei arvesta linke, mille eest on makstud. Näiteks reklaamikampaania kaudu tulevad lingid. Linkide ostmist peetakse halvaks praktikaks, mille kasutamise eest võib Google Su kodulehe *rankingu* maha tõmmata. Kui Sa soovid teha SEO-d, aga aega ja teadmisi napib, siis linkide ostmine jm kahtlane SEO tegevus ei ole lahendus. Parem palka endale internetiturundusega tegelev ettevõtte, kes teeb kvaliteetset ja ausat SEO-d, millel on pikaajalised tulemused.

DoFollow ja NoFollow lingid

Välislingid jagunevad laias laastus kaheks – DoFollow ja NoFollow. Iga saidiomanik otsustab ise, kas tema lehele genereeritud lingid on DoFollow või NoFollow.

Vastavalt lingi tüübile sõltub tema mõju otsingutulemuste arvestamisel:



DoFollow – Lingid, mida otsingumootorid nagu Google, Neti, Yahoo, Yandex jt saavad jälgida ning vastavalt arvestada lehe Page Rank'i määramisel.



NoFollow – Vastupidiselt DoFollow linkidele otsingumootorid neid linke jälgida ei saa, mis tähendab, et kuigi välislink on loodud, siis ei kandu selle kaudu viidatavale lehele SEO väärtust ehk otsingumootori robotid antud linki ei hinda. NoFollow lingi tunneb ära rel="nofollow" märgistuse järgi. Selle puudumisel on tegu DoFollow lingiga.

6. Sisuturundus

Koduleht on eelkõige mõeldud inimestele, kes soovivad leida enda jaoks olulist infot. Optimeerides oma kodulehe otsingumootoritele, mitte inimestele, lood sisu, mis ei ole külalistele atraktiivne. Seejuures kopeeritud sisu jätab negatiivse kogemuse külastajale, kui ta on sama sisu juba kuskilt lugenud. Samuti mõjub sisu varastamine negatiivselt lehe reitingule Googles.

Hea SEO üks osa on **kvaliteetse sisu loomine**. Kvaliteetne sisu tagab külastajate positiivse kogemuse ja levimise laiemale auditooriumile.

Sisuturunduse ei tähenda ainult blogi pidamist, vaid sisu hõlmab kõike, mida sa kirjutad. Kodulehe tekstid, sotsiaalmeedia postitused, turunduskampaaniad – kõik on osa sisuturundusest, mis töötab ühise eesmärgi nimel.

Mis on eesmärk?

Harida külastajaid piisavalt palju, et nad teaksid, miks Sinu tooted/teenused neile vajalikud on. Inimesed on tüdinenud pidevast müümisest ja „me oleme parimad – osta meilt“ reklaamist. Harimisega näitad ka teistele oma teadmisi ja professionaalsust.

Sisuloome abil saab hajutada kliendi kahtlused ja tekitada mugava keskkonna, kus Sa mõistad kliendi probleemi ja annad talle lahenduse. Inimesed ei taha, et neile

müüakse ja midagi peale surutakse. Nad tahavad õppida piisavalt palju, et veenduda Sinu kompetentsis ja selles, et neil on seda tõeliselt vaja. Hajuta kahtlused, vasta küsimustele, paku lahendusi, esita väljakutseid ja inspireeri - anna küllastajale põhjus Sind usaldada.

Teisisõnu, ilma kasutajat harimata oled Sa samasugune teenusepakkuja, nagu Su konkurent ja lõpuks kujuneb määravaks teguriks hind, mitte teenuse sisu. Ja kõike sellepärast, et ilma veenva sisuta ei ole ta kindel, et Sina suudad pakkuda midagi paremat kui konkurent.

Millised on reeglid?

Mitu sõna ja tähemärki? Kui palju märksõnu? Kui palju sõnu pealkirjas? Reaalselt ei ole küsimus selles, mitu sõna on vaja kirja panna, et Google's esimene olla vaid, milline on see info, mis küllastajast kliendi teeb. Ehk sisuturunduse ja optimeerimise juures on kõige olulisem reegel kirjutada inimestele, mitte robotitele.



Blogi

Sisuturunduse teeb lihtsamaks **blogi** pidamine. Blogides lood värsket ja unikaalset sisu, mis on otsingumootoritele meeltemööda. Blogi on võimalus jagada oma valdkonna uudiseid ja teadmisi, harida ja pakkuda meelelahutust oma lugejaskonnale. Luues professionaalseid tekste leiab Su blogi kindlasti jälgijaid, kes soovivad seda sisu jagada. Tasuta väärtuse pakkumine loob küllastajatega sideme, mis toob nad Su kodulehele tagasi.

Blogi pidamine eeldab järjepidevust. Internetiavarustest võib leida hulganisti kodulehti blogi rubriigiga, kus on paar postitust ja needki mitu aastat vanad. Blogimise eesmärk on suhtearendus, mis eeldab pikaajalist pühendumist. Seega ei piisa vaid 2-3 avaldatud artiklist, millega Sinu blogimiskarjäär piirdub. Keskmise soovitatav blogi kirjutamise tihedus on 2-3 korda nädalas. Oluline on kindel intervall ja järjepidevus. Kui blogi kirjutamiseks napib aega on vastavat teenust võimalik ka sisse osta.

Author Rank

Kodulehe sisu kvaliteeti on seni hinnatud *Page Rank*'i järgi, mis võtab arvesse erinevaid tegureid lehe positsiooni määramisel. Peagi on oodata [Author Rank](#)'i lisamist *Page Rank*'i arvestamisesse, mis muudab oluliselt SEO senist praktikat.

Author Rank hindab autoreid nende usaldusväarsuse ja autoriteedi põhjal. *Author Rank* seob autori Google+ konto autori loodud sisuga, mille põhjal teeb Google järeldused autori relevantsuse kohta. Mida asjakohasemaks loeb Google autori, seda suuremat mõju avaldab see otsingutulemustele.

Sidudes autori Google+ profiili autori loodud sisuga näiteks blogikannetes, loob selline otsingutulemus rohkem usaldust. Otsingutulemuse kõrval ilmub:

- autori Google+ profiilipilt
- link Google+ profiilile
- mitmes suhtlusringis autor on
- viide autoriga seotud sisule

Võrreldes teiste otsingutulemustega, mis ei ole *Author Rank*'iga seotud, tõmbab selline tulemus paremini tähelepanu ja toob rohkem külastusi.

Lisaks atraktiivsemale otsingutulemusele on *Author Rank*'iga seotud ka vähem tuntud eelis. Nimelt kui kasutaja läheb Sinu autoriga seotud lingile ja veedab seal lehel teatud aja ning seejärel naaseb otsingutulemusesse „tagasi“ nupu kaudu, siis kuvatakse tulemuse juures rohkem autoriga seotud linke.

[Internetiturundus Eestis: kolmas positsioon turunduses - WSI Online](#)

www.wsionline.ee/internetiturund... - Cached - Translate this page



by Jaanika Kivilo - in 48 Google+ circles - More by Jaanika Kivilo

Sep 3, 2012 – **Internetiturundus** on kiiresti arenev valdkond Eestis, oles hetkel kolmandal positsioonil Eesti turundusmaastikul.

More by Jaanika Kivilo

[Eduka e-turunduse kohustuslikud elemendid - WSI Online](#)

www.wsionline.ee - 8 Oct 2012

[10 internetiturunduse trendi aastal 2012 osa 2 - WSI Online](#)

www.wsionline.ee - 20 Jul 2012

[10 internetiturunduse trendi aastal 2012 osa 1 - WSI Online](#)

www.wsionline.ee - 16 Jul 2012

Learn more about how authors appear in search

Kuidas Author Rank mõjutab Page Rank'i?

Hetkel ei ole Google ametlikult Author Rank'iga välja tulnud, sellest on palju räägitud ning sellele on viidatud, kuid täpsemalt ei ole informeeritud, millal Author Rank hakkab otsingutulemusi mõjutama. See aga ei tähenda, et Author Rank'il juba praegu mingit mõju ei oleks. Me oleme rääkinud oma blogis sotsiaalsetest signaalidest, mida Google arvestab otsingutulemuste kuvamisel ja mis ühtivad sisuliselt Author Rank'i parameetritega. Ehk sisuliselt mõjutab Author Rank sotsiaalsete signaalidega Page Rank'i. Kuna sotsiaalsete signaalide osa muutub üha olulisemaks otsingutulemuste hindamisel, siis on eksperdid arvamusel, et käesoleva aasta jooksul tuleb Google ametlikult välja ka Author Rank uuendusega, millel on oluline mõju Page Rank'i määramisel ja SEO'le üldiselt.

7. Sotsiaalmeedia optimeerimine ehk SMO

SMO (*social media optimization*) ehk sotsiaalmeedia optimeerimine on sisuliselt SEO toetamine sotsiaalmeedia tegevustega. Facebook, Google+, Twitter, Pinterest, Youtube jm sotsiaalsed keskkonnad on väga populaarsed kümnete ja sadade miljonite kasutajatega. Kuna Su kliendid kasutavad sotsiaalmeediat, on ka Sinu kohustus olla kanalites, kus on sinu sihtrühm. Sotsiaalmeedia võimaldab sisu laiemat levikut, mis toob uusi jälgijaid. Lisaks arvestab Google oma otsingutulemustes sotsiaalset aktiivsust - palju Su fännilehte laigitakse, jagatakse, palju Sinust räägitakse.

Lisa oma kodulehele sotsiaalmeedia ikoonid ja lingid, mille läbi külastaja saab Su tegevusi jälgida sotsiaalmeedia keskkondades. Lisa ikoonid ka kõigi blogi postituste juurde tehes jagamise ja likemise võimalikult lihtsaks. Idee on olla võimalikult kergesti leitav ja jagatav.

8. Black hat SEO

Kui miski on liiga hea, et tõsi olla, siis tavaliselt see nii ka on. Kui keegi väidab, et

garanteerib Sinu kodulehele **esilehe**

positsioonid Google's kasutades erilisi

võtteid või sotsiaalseid signaale, on see

petuskeem. Google hoiatab *black hat* SEO

firmade eest öeldes [Webmaster](#)

[Guidelines](#)'is selgelt, et esimest positsiooni

Google's ei saa garanteerida mitte keegi. Otsingutulemused on väga ebastabiilsed sõltudes nii Google algoritmiuundustest kui otsingu sooritaja asukohast,

otsinguajaloost ja personaalsetest sätetest.



Mis on sotsiaalsed signaalid?

Sotsiaalsed signaalid on hiljuti tärganud trend *black hat* SEO tegijate seas, mis on mõjutatud sotsiaalmeedia tulemuste arvestamisest Page Rank'i kalkuleerimisel.

Sotsiaalmeedia abil on võimalik genereerida linke, saada leht kiiremini

indekseeritud ning parandada otsingutulemuste positsioone. Seda kasutavad ära

ebaausad optimeerijad luues hulganisti võltskontosid, mis genereerivad

automaatselt like ja jälgijaid Sinu lehele või postitustele. Tegu on ebaausa

meetodiga, mis võib Google poolt avastatuna kaasa tuua lehe indekseerimisest

kustutamise.

Mis on lingifarmid?

Ebaprofessionaalsed SEO "spetsialistid" kasutavad lingifarme (või on ise lingifarmid), mille abil luuakse sadu ja tuhandeid mittekvaliteetseid linke, mis viitavad Sinu kodulehele. Samuti rakendatakse spämmimist foorumites, lingivahetuskeeme jm ebakvaliteetseid linkimise meetodeid.

Google jaoks on massiline linkimine ebaefektiivne optimeerimismeetod, kuna oluline on kvaliteet, mitte kvantiteet. Soovitavalt hoia kauge kaarega eemale SEO firmast, kes lubab suurel hulgal välislinke ja seeläbi Su lehe ranking'ut tõsta. Google ise on öelnud, et parim viis kvaliteetseid välislinke saada on luua kvaliteetset sisu ja koguda populaarsust oma tegevusvaldkonnas.

Black hat SEO ehk ebaeetiline optimeerimine hõlmab tegevusi nagu:

- **Massiline linkimine ja linkide ostmine** ehk *link farming* – linkide postitamine kõikvõimalikesse foorumitesse, kommentaaridesse jm keskkondadesse.
- **Liigne märksõnatihedus** ehk *keyword stuffing* – luuakse sisu märksõnadega, mis on ebaloomulik ja ei paku lugejale mingit väärtust.
- **Kopeeritud ja/või kontekstiväline sisu** - sisu, mis ei vasta teemale või mis on kopeeritud teistelt saitidelt.
- **Märksõnade petmine** ehk *cloacking* – otsirobotile kuvatakse teistsugust infot kui veebilehe külastajale.

- **Peidetud tekstid ja märksõnad** – taustaga sama värvi, külastajatele nähtamatul leieril või näiteks brauseri serva taga asetsevad märksõnad.
- **Nähtamatud lehed** ehk *doorway pages* – lehed, mida külastaja kunagi ei näe ja mis on loodud vaid otsirobotitele kõrgema reitingu saamiseks.
- **Google Bowling** – positsiooni tõstmine konkurentide kahjustamisega, nt tehes neile negatiivset SEO'd.
- **Sotsiaalsete signaalide massiline kasutamine** – libakontode kasutamine rankingu parandamiseks.

Nimetatud ebaetilistele SEO võtetele võib juurde mõelda veel mitmeid kavalaid petuskeeme, mis ei ole tegelikult sugugi nii kavalad kui esialgu võib tunduda. Google võitleb aktiivselt ebaetiliste optimeerimismeetodite vastu muutes pidevalt oma algoritme. Loogika on lihtne – kui otsingutulemused ei vasta otsija märksõnale (vaid on nn ostetud ja garanteeritud positsioonid, mis ei loo väärtust), siis kaotab Google ka oma kliendid ja turuosa. Seda aga Google ei soovi ja töötab iga päeva selle nimel, et pakkuda kasutajatele kvaliteetsset teenust ja asjakohaseid otsinguvasteid. Viimaste muudatuste järgi on massiline linkimine, sisu kopeerimine jm tegevused pigem ohtlikud, kuna pettust avastades jätab Google Su lehe *rankingust* ilma.

Aus optimeerimine ehk *white hat* SEO on turvaline valik ja viib kindlasti efektiivsemate ja jätkusuutlikumate tulemusteni. Ei ole mõtet raisata oma energiat

ja raha linkide ostmisele, kui sama raha eest saaksid kvaliteetset linkimisstrateegiat arendada, millel pikaajalised ja püsivad tulemused. *Black hat* võib tunduda ahvatlevalt lihtne vahend otsingumootorite petmiseks, aga reaalsus on, et üsna pea hakkab selline tegevus sulle kahju tooma. Peale Panda ja Penguin uuendust sattus ligi 20% lehtedest kahtluse alla ja nüüd on neil tükk tegemist, et tekitatud kahjust vabaneda.

Kokkuvõte

Hästi optimeeritud koduleht aitab Su ettevõttel olla nähtaval positsioonil internetis. Seejuures jäta meelde, et kodulehte ei tehta mitte otsirobotitele vaid inimestele. Ükski otsirobot ei ole üheltki kodulehelt midagi otnud või päringut saatnud. Küll aga teevad seda inimesed, Sinu külastajad. Praktiseeri kvaliteetset SEO'd ja Sa näed, kuidas Su firma tulemused paranevad.

- SEO ehk kodulehe optimeerimine on turundusvõtted, mille eesmärk on tõsta kodulehe positsiooni Google otsingutulemustes.
- Google väärtustab värsket ja unikaalset sisu, asjakohaseid märksõnu ja kvaliteetseid linke.
- SEO jaguneb kaheks – lehesisene optimeerimine (*in page*) ja leheväliline optimeerimine (*off page*).
- Olulisemad optimeerimisvõtted on:
 - HTML sisu
 - URL aadressi struktuur
 - Meta märksõnad
 - Meta kirjeldused
 - Lehe pealkiri
 - Pildi kirjeldus

- *Heading*'ud
- Siselinkimine ja ankurtekstid
- Linkimine jaguneb kaheks – siselinkimine ehk kodulehe sisesed lingid ja kodulehelt välja viivad lingid ja sissetulevad lingid (*inbound links*).
- Hea SEO üks osa on kvaliteetne sisuloome.
- SMO (*social media optimization*) ehk sotsiaalmeedia optimeerimine on SEO toetamine sotsiaalmeedia tegevustega.
- *Black hat* SEO on ebaausate meetodite kasutamine otsingumootoris eespool positsioneerimiseks.

Mis edasi?

Järgmises e-koolituse osas anname ülevaate suurematest sotsiaalmeedia võrgustikest, nende eelistest ja võimalustest ning anname strateegilisi soovitusi alljärgnevates keskkondades toimetamiseks:

- Facebook
- Twitter
- Google+
- LinkedIn

Mis on WSI?

- Internetiturunduse ettevõtte alates 1995
- 1200 Kontorit üle maailma
- 80+ riigis
- 345 sertifitseeritud Google eksperti
- 35 sertifitseeritud Google Analytics eksperti
- 381 SEO arendajat
- Rahvusvaheliselt tunnustatud (WMA)

Mida me teeme?

Internetiturunduse lahendused alates kodulehest lõpetades veebiturunduse ja analüütikaga.

Soovid professionaalset internetiturunduse nõu? Tule WSI tasuta konsultatsioonile!

Partnerid



Kontakt

info@wsionline.ee

tel. 6 888 098

fax 6 888 099

www.wsionline.ee

Kristiina 15, 10131 Tallinn, Estonia