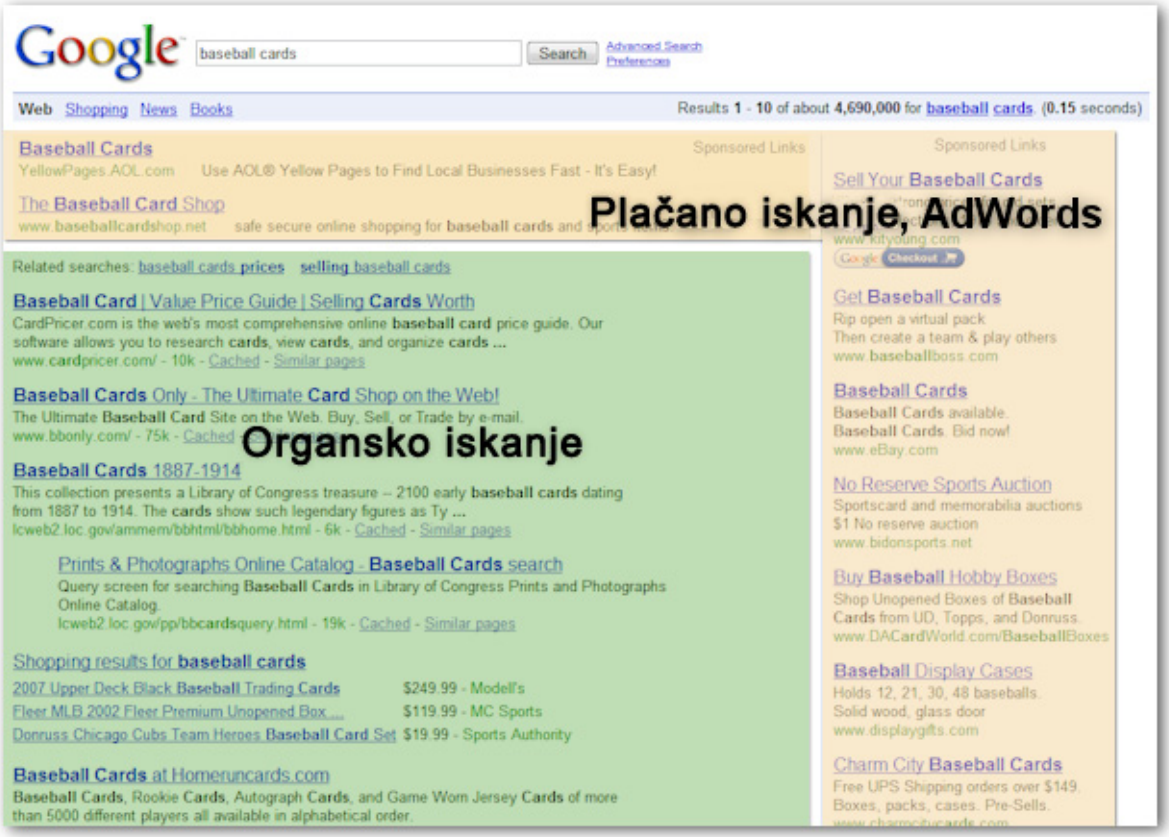
Googlov začetni vodnik za optimizacijo za iskalne mehanizme

Različica 1.1 z dne 13. novembra 2008

Dobrodošli v Googlovem začetnem vodniku za optimizacijo za iskalne mehanizme. Ta dokument je bil zasnovan za pomoč skupinam v Googlu, vendar se je izkazalo, da bi ga lahko s pridom uporabljali tudi spletni skrbniki, ki šele spoznavajo optimizacijo za iskalne mehanizme in želijo izboljšati uporabnost spletnih mest tako za uporabnike kot za iskalne mehanizme. V vodniku ne bosta našli skrivnosti, kako samodejno uvrstiti spletno mesto na vrh rezultatov iskanja v Googlu (žal). Če boste upoštevali načine, navedene v nadaljevanju, boste iskalnim mehanizmom olajšali brskanje po vsebini in pripravo njenega kazala.

Ključ do optimizacije za iskalne mehanizme je največkrat v manjših spremembah delov spletnega mesta. Posamezne spremembe se morda zdijo kot neznatne izboljšave, vendar skupaj z optimizacijo lahko bistveno vplivajo na izkušnje uporabnikov vašega spletnega mesta in na njegovo prisotnost v rezultatih organskega iskanja. Najverjetneje vam mnoga poglavja v vodniku ne bodo tuja, saj so bistvena za vsako spletno stran, vendar morda še niste izkoristili vseh možnosti.



Optimizacija za iskalne mehanizme vpliva samo na rezultate organskega iskanja in ne na plačane ali »sponzorirane« rezultate, na primer Google AdWords.

Naj vas izraz »iskalni mehanizem« v naslovu vodnika ne zavede preveč: pri optimizaciji se vedno zgledujte po tem, kar je najboljše za obiskovalce mesta, ki so glavni odjemalci vaše vsebine, ki jo najdejo z iskalnimi mehanizmi. Če se preveč osredotočite na zvijače, ki bi vas uvrstile višje med rezultati iskanja z mehanizmi, morda ne boste dosegli želenih rezultatov. Pri optimizaciji je bistveno, da iskalni mehanizmi prikažejo prednosti vašega spletnega mesta.

Za lažje razumevanje smo ustvarili namišljeno spletno mesto, ki vas bo vodilo skozi vodnik. Za vsako temo smo izbrali ustrezne informacije o spletnem mestu. Nekaj osnovnih informacij o našem spletnem mestu:

- naslov spletnega mesta/ime podjetja: Brandon's Baseball Cards;
- ime domene: brandonsbaseballcards.com;
- dejavnost: spletna prodaja bejzbolskih sličic, ceniki, članki in novice;
- velikost: majhna, največ 250 strani.

Vaše spletno mesto je morda večje ali manjše in ponuja povsem drugačno vsebino, vendar v nadaljevanju razloženi pojmi o optimizaciji veljajo za mesta vseh velikosti in vrst.

Upamo, da vas bo vodnik navdihnil z novimi načini izboljšanja spletnega mesta, in se veselimo vaših vprašanj, mnenj in uspehov, ki jih naslovite na Googlov forum za pomoč za spletne skrbnike.

Enolični in natančni nazivi strani

Nazivna oznaka obvesti uporabnike in iskalne mehanizme o temi določene strani. Oznako <title> postavite znotraj oznake <head> dokumenta HTML. Priporočamo, da ustvarite enoličen naziv za vsako stran spletnega mesta.

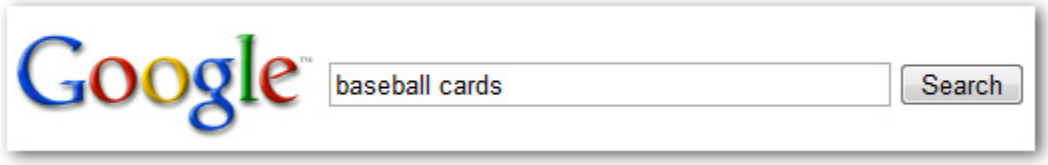
```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</t
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a larg
</head>
<body>
...
```

Naziv domače strani za spletno mesto bejzbolskih sličic, z navedbo imena podjetja in treh glavnih dejavnosti

Če je vaš dokument prikazan na strani z rezultati iskanja, se vsebina nazivne oznake navadno pojavi v prvi vrstici rezultatov. Če ne poznate delov rezultata iskanja v Googlu, si oglejte videoposnetek o zgradbi rezultata iskanja, ki ga je pripravil Googlov inženir Matt Cutts, in zelo uporaben diagram strani

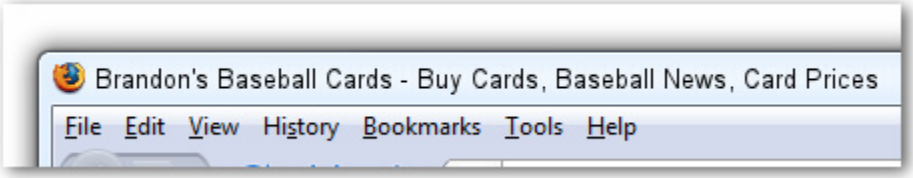
z rezultati iskanja z Googlom. Besede v nazivu, prikazane v uporabnikovi iskalni poizvedbi, so v krepki pisavi, da uporabnik lažje ugotovi, ali je stran zanj pomembna.

V nazivu domače strani so lahko naslov spletne strani ali ime podjetja in tudi drugi podatki, na primer poštni naslov ali nekaj dejavnosti oziroma storitev.



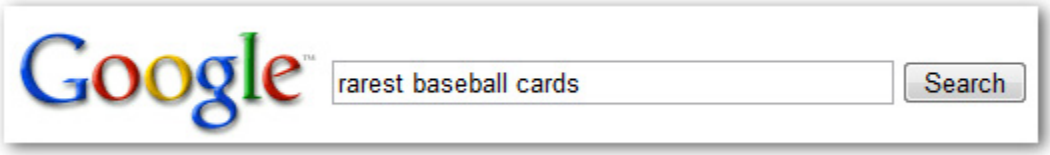
Uporabnik izvede poizvedbo [baseball cards]

Naša domača stran je prikazana kot rezultat z nazivom v prvi vrstici (bodite pozorni na iskane izraze, ki so prikazani krepko).



Če uporabnik klikne rezultat in obišče stran, se njen naziv pojavi na vrhu brskalnika.

Nazivi za podrejene strani na spletnem mestu naj zajemajo bistvo posamezne strani, lahko vključujejo tudi naslov spletnega mesta ali ime podjetja.



Uporabnik izvede poizvedbo [rarest baseball cards]

Ustrezna, podrejena stran z enoličnim nazivom vsebine se na našem spletnem mestu prikaže kot rezultat

Dobre nazivne oznake strani

- **Natančno opišite vsebino strani.** Izberite naziv, ki jasno sporoča temo vsebine strani.
  Odsvetujemo, da:
  - izberete naziv, ki se vsebinsko ne navezuje na stran;
  - uporabite privzete ali nejasne nazive, na primer »Neimenovano« ali »Nova stran 1«.

- **Ustvarite enolične nazivne oznake za vsako stran.** Vsaka stran naj ima enolično nazivno oznako, po kateri jo Google lahko razlikuje od drugih na spletnem mestu.
  Odsvetujemo, da:
  - uporabite eno nazivno oznako za vse ali več strani spletnega mesta.

- **Uporabite kratke, vendar jedrnate nazive.** Nazivi so lahko kratki in informativni. Če je naziv predolg, Google pokaže v rezultatu iskanja samo en del.
  Odsvetujemo, da:
  - uporabite zelo dolge nazive, ki uporabnikom niso v pomoč;
  - v nazivne oznake vstavite preveč nepotrebnih ključnih besed.

Uporaba metaoznake »description«

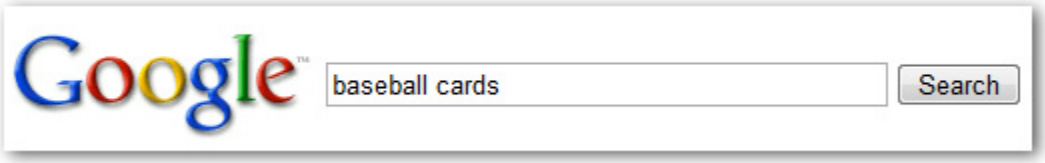
Opisna metaoznaka za stran daje Googlu in drugim iskalnim mehanizmom povzetek vsebine strani. Naziv strani naj vključuje nekaj besed ali besedno zvezo, opisna metaoznaka strani pa stavek ali dva oziroma krajši odstavek. Storitev Google Webmaster Tools ponuja uporaben razdelek za analiziranje vsebine, ki vas obvesti o morebitnih prekratkih, predolgih ali prevečkrat podvojenih opisnih metaoznakah (enake informacije so prikazane tudi za oznake <title>). Tako oznaka <title> kot tudi metaoznaka »description« sta postavljeni znotraj oznake <head> za dokument HTML.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Car
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...
```

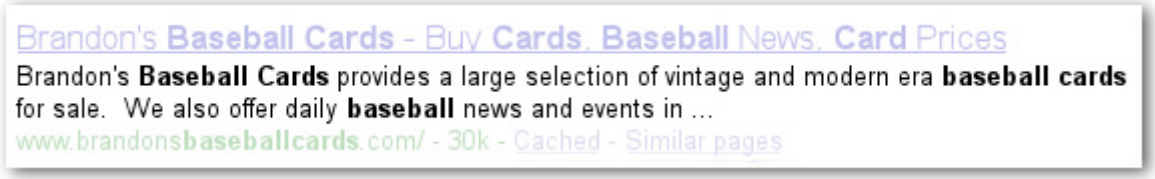
Začetek opisne metaoznake za našo domačo stran za kratko predstavitev dejavnosti spletnega mesta

Opisne metaoznake so pomembne, saj jih bo Google morda uporabil kot izrezke strani. »Morda« zato, ker lahko Google uporabi pomemben del vidnega besedila strani, če se ujema z uporabnikovo poizvedbo. Google lahko uporabi tudi opis strani v projektu Open Directory Project, če je tam navedeno spletno mesto (oglejte si, kako iskalnim mehanizmom preprečiti prikaz podatkov v ODP). Dodajanje opisne metaoznake za vsako stran je priporočljivo, če Google morda ne bi našel dobrega razdelka besedila, ki bi ga lahko uporabil kot izrezek. V spletnem dnevniku na mestu Webmaster Central je uporaben prispevek o izboljšanju izrezkov z boljšimi opisnimi metaoznakami.

Izrezki so prikazani pod nazivom strani in nad njenim URL-jem v rezultatu iskanja.

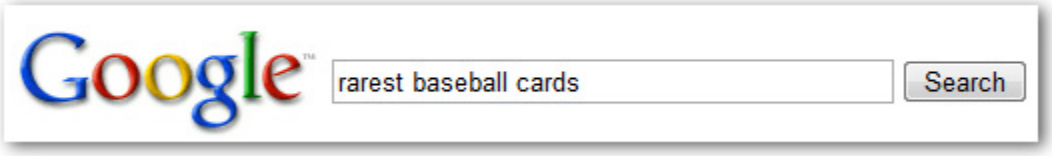


Uporabnik izvede poizvedbo [baseball cards]



Naša domača stran se pojavi kot rezultat, ki del opisne metaoznake uporablja kot izrezek.

Besede v izrezku, prikazane v uporabnikovi poizvedbi, so v krepki pisavi. Tako lahko uporabnik ugotovi, ali vsebina strani ustreza njegovi poizvedbi. V spodnjem primeru je prikazan izrezek iz opisne metaoznake na podrejeni strani (ki naj bi imela enolično opisno metaoznako), kjer je naveden članek.



Uporabnik izvede poizvedbo [rarest baseball cards]

Ena od podrejenih strani, ki ima enolično opisno metaoznako in je uporabljena kot izrezek, se pojavi med rezultati

Dobre opisne metaoznake

- **Natančno povzemite vsebino strani.** Napišite opis, ki obvešča in pritegne uporabnike, ki med rezultati iskanja vidijo vašo opisno metaoznako kot izrezek.

  Odsvetujemo, da:

  - napišete opisno metaoznako, ki se ne navezuje na vsebino strani;
  - uporabite splošne opise, na primer »Spletna stran« ali »Stran o...«;
  - v opis vključite samo ključne besede;
  - v opisno metaoznako kopirate celotno vsebino dokumenta.

- **Enoličen opis vsake strani.** Če za vsako stran uporabite drugačno opisno metaoznako, olajšate iskanje uporabnikom in Googlu, predvsem pri iskanju, pri katerem pride v poštev več strani v vaši domeni, na primer iskanje z operatorjem site:. Če je na spletnem mestu na tisoče ali celo milijone strani, ročno oblikovanje opisnih metaoznak najbrž ni izvedljivo. V tem primeru lahko samodejno oblikujete opisne metaoznake na podlagi vsebine posamezne strani.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite eno opisno metaoznako za vse ali več strani spletnega mesta.

Izboljšanje zgradbe URL-jev

Z opisnimi kategorijami in datotečnimi imeni za dokumente na spletnem mestu ne morete izboljšati ureditve spletnega mesta, lahko pa izboljšate brskanje po vsebini dokumentov z iskalnimi mehanizmi. Lahko tudi ustvarite preprostejše in prijaznejše URL-je za uporabnike, ki želijo ustvariti povezavo do vaše vsebine. Zelo dolgi in nejasni URL-ji z nekaj razumljivimi besedami lahko odvrnejo obiskovalce.

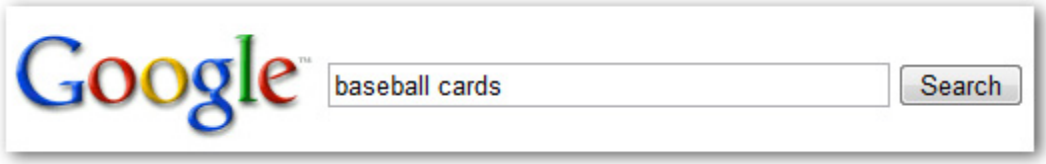
Za uporabnika prezapleten URL strani na našem spletnem mestu bejzbolskih sličic

Takšni URL-ji navadno niso po meri uporabnikov in jih lahko zmedejo. Uporabniki si jih stežka zapomnijo ali celo ustvarijo povezavo do njih. Poleg tega lahko menijo, da del URL-ja ni potreben, zlasti če je v njem mnogo neznanih parametrov. Tako lahko del naslova izpustijo in s tem prekinejo povezavo.

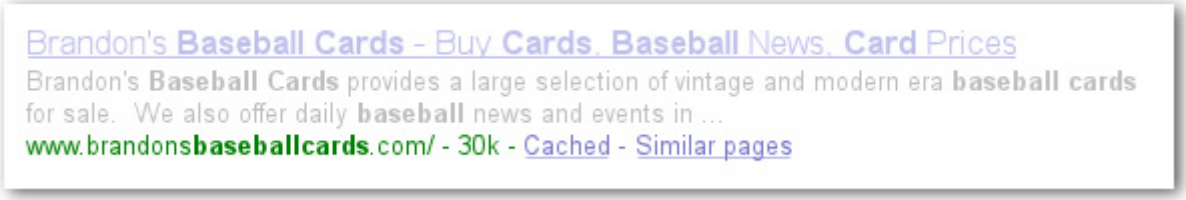
Nekateri uporabniki bodo morda želeli ustvariti povezavo na vašo stran, za katero bodo uporabili URL strani kot sidrno besedilo. Če so v URL-ju pomembne besede, je v njem več podatkov glede vsebine strani za uporabnike in iskalne mehanizme kot v ID-ju ali nenavadno poimenovanem parametru.

Zgornje označene besede lahko uporabniku ali iskalnemu mehanizmu sporočijo vsebino ciljne strani, preden odpre povezavo

Upoštevajte tudi, da je URL dokumenta prikazan v rezultatu iskanja v Googlu pod nazivom in izrezkom dokumenta. Podobno kot naziv in izrezek so besede v URL-ju v rezultatu iskanja prikazane v krepki pisavi, če se pojavijo v uporabnikovi poizvedbi.

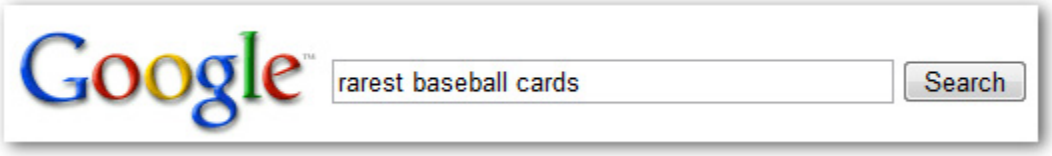


Uporabnik izvede poizvedbo [baseball cards]

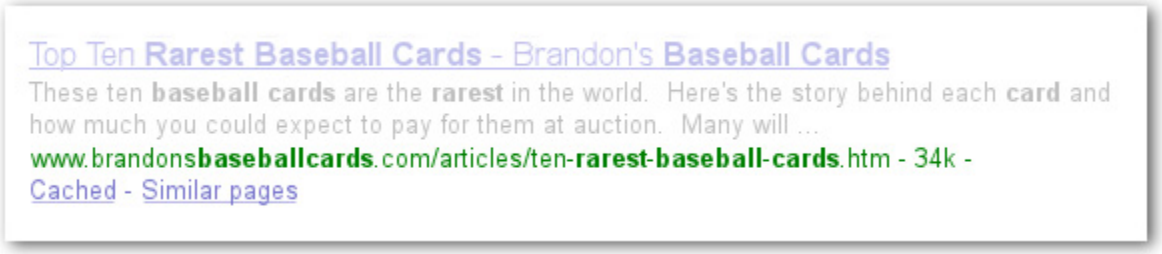


Naša domača stran se pojavi med rezultati in z URL-jem, navedenim pod nazivom in izrezkom

Spodaj je še en primer URL-ja z našo domeno za stran s člankom o najredkejših bejzbolskih sličicah. Besede v URL-ju lahko pritegnejo uporabnika bolj kot identifikacijska številka, na primer www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/.



Uporabnik izvede poizvedbo [rarest baseball cards]



Med rezultati se pojavi podrejena stran z URL-jem, v katerem je navedena vrsta vsebine

Google je uspešen pri iskanju po vsebini vseh vrst zgradb URL-ja, tudi če je zelo zapletena, vendar če težite k preprostim URL-jem, olajšate iskanje tako uporabnikom kot tudi iskalnim mehanizmom. Nekateri spletni skrbniki želijo to doseči tako, da prepišejo dinamične URL-je s statičnimi, kar Google tudi podpira, vendar upoštevajte, da je postopek zahteven in oteži iskanje po vsebini spletnega mesta, če postopek ni izpeljan pravilno. Če želite izvedeti več o dobri zgradbi URL-jev, si oglejte stran centra za pomoč za spletne skrbnike o ustvarjanju Googlu prijaznih URL-jev.

Dobra zgradba URL-ja

- **V URL-je vključite besede.** URL-ji z besedami, ki odražajo vsebino in zgradbo spletnega mesta, so prijaznejši obiskovalcem spletnega mesta. Poleg tega si jih obiskovalci lažje zapomnijo in raje ustvarijo povezavo do njih.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite predolge URL-je z nepotrebnimi parametri in ID-ji sej;
  - izberete splošna imena strani, na primer »stran1.html«;
  - uporabite odvečne ključne besede, na primer »baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm«.

- **Ustvarite preprosto zgradbo imenika.** Uporabite zgradbo, s katero bo vsebina pregledna in obiskovalcem ne bo težko ugotoviti, kje so na spletnem mestu. Imenik naj ima zgradbo, ki odraža vrsto vsebine na URL-ju.

  Odsvetujemo, da:

  - pregloboko vgnezdite podimenike, na primer ».../imenik1/imenik2/imenik3/imenik4/imenik5/imenik6/stran.html«;
  - za imenike uporabite imena, ki se ne navezujejo na vsebino.

- **Ustvarite eno različico URL-ja dokumenta.** Če želite preprečiti, da bi eni uporabniki naredili povezave do ene različice URL-ja, drugi pa do druge (to bi lahko razdelilo ugled vsebine na dva URL-ja), uporabite en URL v zgradbi in notranjih povezavah do vaše strani. Če se izkaže, da uporabniki dostopajo do iste vsebine po več URL-jih, je priporočljivo ustvariti stran 301 za preusmeritev z neprednostnih URL-jev na glavnega.

Odsvetujemo, da:

- imajo strani iz poddomen in korenski imenik, na primer »domena.com/stran.htm« in »pod.domena.com/stran.htm«, dostop do iste vsebine;
- v zgradbi notranje povezave združite različice URL-jev www. in različice, ki ne uporabljajo www;
- uporabite nenavadne velike začetnice URL-jev, saj mnogi uporabniki v URL-jih pričakujejo majhne začetnice in si jih lažje zapomnijo.

Preprosto krmarjenje po mestu

Možnosti in načini krmarjenja po mestu so pomembni, da obiskovalcem omogočite, da čim hitreje najdejo želeno vsebino. Tudi iskalnim mehanizmom lahko olajša prepoznavanje vsebine, ki je spletnemu skrbniku pomembna. Čeprav so rezultati iskanja v Googlu navedeni na ravni strani, Google želi vedeti tudi, kako pomembna je stran za spletno mesto.

Vsako spletno mesto ima domačo ali korensko stran, ki je navadno najbolj obiskana stran mesta in izhodišče za raziskovanje mesta za mnoge obiskovalce. Če imate na spletnem mestu več kot le peščico strani, premislite, kako bodo obiskovalci prišli s splošne strani (korenske) na strani z vsebino, ki jih zanima. Ali imate dovolj strani o določeni temi, da bi bilo smiselno ustvariti stran z opisom sorodnih strani, na primer korenska stran -> seznam sorodnih tem > konkretna tema? Ali imate številne različne izdelke, ki jih želite uvrstiti na več strani po zvrsteh in podzvrsteh?

Zgradba imenika našega manjšega spletnega mesta z bejzbolskimi sličicami

Zemljevid spletnega mesta (male črke) je preprosta stran na spletnem mestu, kjer je prikazana zgradba spletnega mesta, in je običajno hierarhičen seznam strani na spletnem mestu. Stran je priročna za obiskovalce, ki potrebujejo pomoč pri iskanju drugih strani na spletnem mestu. To stran sicer obiščejo tudi iskalni mehanizmi, kar zagotavlja, da bo preiskano čim več vsebine vašega mesta, vendar je namenjena predvsem človeškim obiskovalcem.

Datoteka z zemljevidom spletnega mesta XML (velike črke), ki jo lahko pošljete z Googlovimi orodji za spletne skrbnike, Googlu olajša odkrivanje strani na spletnem mestu. Datoteko z zemljevidom spletnega mesta lahko uporabite tudi (čeprav ni zajamčeno), da Google obvestite, katera različica URL-ja je kanonična, na primer http://brandonsbaseballcards.com/ ali http://www.brandonsbaseballcards.com/; več o prednostni domeni. Google je pomagal ustvariti odprtokodni skript Sitemap Generator, ki ga lahko uporabite za pripravo datoteke z zemljevidom spletnega mesta. Če želite izvedeti več o zemljevidih spletnih mest, je v centru za pomoč za spletne skrbnike na voljo uporaben vodnik za datoteke z zemljevidi spletnih mest.

Priporočila za poenostavljanje krmarjenja po spletnem mestu

- **Ustvarite smiselno hierarhijo.** Uporabnikom čim bolj poenostavite krmarjenje od splošnejše do bolj podrobne vsebine. Dodajte strani za krmarjenje, če se zdi smiselno in jih lahko učinkovito vključite v zgradbo notranjih povezav.

  Odsvetujemo, da:

  - ustvarite zapletene splete povezav za krmarjenje, na primer povezave med vsemi stranmi;
  - preveč razdelite vsebino, tako da je, na primer, treba 20-krat klikniti, da pridete do poglobljene vsebine.

- **Za krmarjenje uporabite predvsem besedilo.** Če krmarjenje med stranmi na spletnem mestu nadzirate z besedilnimi povezavami, iskalnim mehanizmom olajšate razumevanje spletnega mesta in iskanje po njegovi vsebini. Mnogi uporabniki imajo raje ta pristop, predvsem v napravah, ki ne podpirajo Flasha ali JavaScripta.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite način krmarjenja, ki temelji samo na spustnih seznamih, slikah ali animacijah (mnogi iskalni mehanizmi odkrijejo tovrstne povezave na spletnem mestu, vendar dostopnost spletnega mesta lahko izboljšate, če lahko uporabnik doseže vse strani spletnega mesta po navadnih besedilnih povezavah; več o tem, kako Google obravnava nebesedilne datoteke).

- **Uporabite krmarjenje s sledenjem poti.** Sled je vrstica notranjih povezav na vrhu ali dnu strani in obiskovalcem omogoča hitro krmarjenje nazaj do prejšnjega razdelka ali korenske strani. Mnoge sledi imajo najsplošnejšo stran, navadno je to korenska, navedeno kot prvo, skrajno levo povezavo, podrobnejši razdelki pa so navedeni skrajno desno.

Povezave s sledenjem poti, prikazane na podrejeni strani s člankom na našem spletnem mestu

- **Postavite stran z zemljevidom spletnega mesta HTML na svoje spletno mesto in uporabite datoteko z zemljevidom mesta XML.** Stran s preprostim zemljevidom spletnega mesta s povezavami do vseh ali najpomembnejših strani (če jih imate več sto ali tisoč) na spletnem mestu je lahko zelo uporabna. Če ustvarite datoteko z zemljevidom spletnega mesta XML, olajšate iskalnim mehanizmom odkrivanje strani na spletnem mestu.

Odsvetujemo, da:

- dopustite, da stran z zemljevidom spletnega mesta HTML zastara in vsebuje prekinjene povezave;
- ustvarite zemljevid spletnega mesta HTML, kjer so strani navedene neurejeno (namesto, da so, na primer, razvrščene po zadevi).

- **Pomislite, kaj se zgodi, ko uporabnik odstrani del vašega URL-ja.** Nekateri uporabniki pridejo do vašega mesta po nenavadnih poteh, kar morate predvideti. Predpostavimo, da uporabnik ne uporabi povezav s sledenjem poti, ampak izpusti del URL-ja, da bi našel splošnejšo vsebino. Morda obišče http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm, nato pa v naslovno vrstico brskalnika vnese http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/, saj predvideva, da so na tem mestu zbrane vse novice iz leta 2008. Ali bo spletno mesto v tem primeru pokazalo vsebino ali bo javilo napako 404 (»Strani ni mogoče najti«)? Kaj, če bi raven imenika premaknili višje na http://www.brandonsbaseballcards.com/news/?

- **Ustvarite uporabno stran 404.** Uporabniki včasih želijo odpreti stran, ki ne obstaja na vašem spletnem mestu, tako da kliknejo prekinjeno povezavo ali vnesejo napačen URL. Če ustvarite stran 404 po meri, ki uporabnike prijazno vodi nazaj do delujoče strani na vašem spletnem mestu, jim poenostavite iskanje. Na strani 404 naj bo povezava, ki vodi nazaj do korenske strani, lahko pa so tudi povezave do priljubljene ali podobne vsebine na vašem spletnem mestu. Google ponuja pripomoček 404, ki ga lahko vdelate v stran 404 in jo samodejno zapolni z mnogimi uporabnimi funkcijami. Če želite poiskati vire URL-jev, ki povzročajo napako »ni mogoče najti«, lahko uporabite tudi Googlova orodja za spletne skrbnike.

  Odsvetujemo, da:

  - dovolite, da so strani 404 indeksirane v iskalnih mehanizmih (spletni strežnik naj bo konfiguriran tako, da prikaže kodo stanja HTTP 404, če prejme zahtevo za prikaz neobstoječih strani);
  - navedete samo nejasno sporočilo, na primer »Ni mogoče najti«, »404« ali ničesar;
  - oblikujete strani 404 drugače kot preostale strani spletnega mesta.

Ponudite kakovostno vsebino in storitve

Ustvarite privlačno in uporabno vsebino, ki bo zagotovila večji učinek spletnega mesta od vseh drugih dejavnikov, navedenih tukaj. Uporabniki prepoznajo dobro vsebino in jo bodo najverjetneje priporočili drugim: v spletnem dnevniku, družbenih omrežjih, forumih, e-pošti ali drugod. Ugled spletnega mesta najlažje gradite na t.i. organskem komunicranju med nadušenimi obiskovalci mesta, vendar je kakovostna vsebina vseeno skoraj obvezna.

Pisec spletnega dnevnika odkrije vašo vsebino in z navdušenjem objavi povezavo do nje

Nekaj priporočil, kako napisati vsebino, ki je seveda lahko poljubna:

Priporočila za sestavljanje vsebine

- **Vsebina naj bo berljiva.** Uporabniki uživajo v vsebini, ki se prijetno bere.
  Odsvetujemo, da:
  - v besedilu kar mrgoli črkovalnih in slovničnih napak;
  - vdelate besedilo v slike; uporabniki bodo morda želeli kopirati besedilo, iskalni mehanizmi pa ga ne bodo mogli prebrati.

- **Vsebina okoli teme naj bo dobro urejena.** Priporočljivo je, da vsebino uredite tako, da bodo obiskovalci lahko takoj prepoznali začetek in konec teme. Vsebino razdelite logično, da uporabnikom olajšajte iskanje.
  Odsvetujemo, da:
  - obsežno besedilo o različnih temah vnesete na stran brez odstavkov, vmesnih naslovov ali razdeljene postavitve.

- **Uporabite ustrezno besedišče.** Razmislite, po katerih besedah bi uporabnik lahko našel vsebino. Uporabniki, ki so dobro seznanjeni s temo, bodo morda iskali po drugih ključnih besedah kot uporabniki, ki jim je tema še nova. Dolgoletni ljubitelj bejzbola bo morda iskal niz [nlcs], ki je kratica za National League Championship Series, nov navdušenec pa morda splošneje, na primer [bejzbolska tekmovanja]. Če predvidite tovrstne razlike pri iskanju in jih upoštevate pri sestavljanju vsebine ter uporabite različne ključne besedne zveze, lahko dosežete dobre rezultate. Google AdWords ponuja priročno orodje za ključne besede, ki poenostavi odkrivanje novih ključnih besednih zvez in predvidi približni iskalni obseg posamezne ključne besede. Poleg tega je v Googlovih orodjih za spletne skrbnike tudi pripomoček, ki prikaže najpogostejše iskalne poizvedbe, za katere je prikazano vaše spletno mesto, in tiste, ki do mesta pripeljejo največ uporabnikov.

- **Ustvarite svežo in izvirno vsebino.** Z njo ne boste privabili samo obstoječih obiskovalcev, temveč tudi nove.
  Odsvetujemo, da:
  - ponovite ali celo kopirate obstoječo vsebino, saj bo imela le malo dodane vrednosti za uporabnike;
  - (skoraj) podvojite vsebino na spletnem mestu (več o podvojeni vsebini).

- **Ponudite ekskluzivno vsebino ali storitve.** Ustvarite novo in uporabno storitev, ki je ne ponuja nobeno drugo spletno mesto. Napišete lahko tudi svoj prispevek, vročo novico ali izkoristite posebnosti obiskovalcev, ki jih pritegne vaše mesto. Avtorji drugih spletnih mest morda niso sposobni tega.

- **Ustvarite vsebino, ki je najprej namenjena obiskovalcem in ne iskalnim mehanizmom.** Če pri oblikovanju spletnega mesta upoštevate zanimanja obiskovalcev in iskalnim mehanizmom olajšate dostop do mesta, se kombinacija po navadi obrestuje.

  Odsvetujemo, da:

  - vstavite številne nepotrebne ključne besede, ki so namenjene iskalnim mehanizmom, vendar moteče in nesmiselne za uporabnike;
  - vstavite preveč besedila, na primer »pogoste pravopisne napake, ki vodijo do tega mesta«, ki ima malo dodane vrednosti za uporabnike;
  - prikrijete besedilo uporabnikom prikrijete besedilo uporabnikom, vendar ne iskalnim mehanizmom.

Priporočila za sidrno besedilo

Sidrno besedilo je besedilo, ki se uporabnikom prikaže kot rezultat povezave in ga lahko kliknejo; postavljeno je znotraj sidrne oznake .

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-
 baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

V sidrnem besedilu je natančno opisana vsebina ene od strani članka

Besedilo obvesti uporabnike in Google o vsebini strani, na katero želite ustvariti povezavo. Povezave na vaši strani so lahko notranje, ki vodijo do drugih strani na spletnem mestu, ali zunanje, ki vodijo do vsebine na drugih spletnih mestih. Za vse primere velja: boljše je sidrno besedilo, lažje uporabniki krmarijo in Google razume temo strani, do katere želite ustvariti povezavo.

Dobro sidrno besedilo

- **Besedilo naj bo opisno.** Sidrno besedilo za povezavo naj vključuje vsaj temo povezane strani.

  Odsvetujemo, da:

  - napišete splošno sidrno besedilo, na primer »stran«, »članek« ali »kliknite tukaj«;
  - uporabite besedilo, ki ni povezano s temo ali vsebino strani, na katero je ustvarjena povezava;
  - kot sidrno besedilo večinoma uporabite URL strani, čeprav je to včasih povsem upravičeno, na primer pri predstavljanju naslova novega spletnega mesta ali sklicevanju nanj.

- **Besedilo naj bo jedrnato.** Pišite kratko in informativno, uporabite nekaj besed ali kratko besedno zvezo.

  Odsvetujemo, da:

  - napišete dolgo sidrno besedilo, na primer nekajvrstične stavke ali krajši odstavek.

- **Povezave naj bodo opazne.** Poskrbite, da bodo uporabniki lažje razlikovali med sidrnim besedilom povezave in navadnim besedilom. Vsebina izgubi namen, če uporabnik spregleda ali nehote klikne povezavo.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite sloge CSS ali besedilne sloge, da bodo povezave videti kot navadno besedilo.

- **Posvetite se tudi sidrnem besedilu za notranje povezave.** Navadno se bolj posvetite povezavam na zunanja spletna mesta, vendar uporabnikom in Googlu olajšate krmarjenje po mestu, če več pozornosti namenite tudi sidrnemu besedilu za notranje povezave.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite besedilo, ki je nasičeno s ključnimi besedami ali predolgo, samo za iskalne mehanizme;
  - ustvarite nepotrebne povezave, ki uporabnikom ne olajšajo krmarjenja po spletnem mestu.

Ustrezna uporaba naslovnih oznak

Z naslovnimi oznakami (niso isto kot oznake HTML <head> ali glavam HTTP) uporabnikom predstavite zgradbo strani. Na voljo je šest velikosti naslovne oznake, ki se začnejo s <h1>, najbolj pomembno, in končajo s <h6>, najmanj pomembno.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprise
dollars worth of vintage baseball cards in the barn.  The cards were
in newspapers and were thought to be in near-mint condition.  After
the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

Na strani z novico lahko naslov spletnega mesta postavite v oznako <h1> in temo novice v oznako <h2>.

Besedilo v naslovnih oznakah je običajno večje od navadnega besedila na strani, kar uporabnikom sporoča, da je pomembno in jim lahko olajša razumevanje vrste vsebine pod naslovnim besedilom. Če hierarhijo vsebine poudarite z različnimi velikostmi naslovov, uporabnikom olajšate premikanje po dokumentu.

Dobre naslovne oznake

- **Predstavljajte si, da pišete povzetek.** Podobno kot pri povzetku za časopis tudi pri naslovnih oznakah razmislite o glavnih točkah in podtočkah vsebine strani ter se odločite, kam boste postavili naslovne oznake.

  Odsvetujemo, da:

  - v naslovne oznake vnesete besedilo, ki se ne bi navezovalo na zgradbo strani;
  - uporabite naslovne oznake na mestih, kjer bi bile ustreznejše druge oznake, na primer in ;
  - nepremišljeno uporabite različne velikosti naslovne oznake.

- **Na stran ne vnesite preveč naslovov.** Raje smiselno uporabite naslovne oznake. Če je na strani preveč naslovnih oznak, uporabniki težje preletijo vsebino ter ugotovijo začetek in konec teme.

  Odsvetujemo, da:

  - na strani uporabite preveč naslovnih oznak;
  - v naslovno oznako vnesete vse besedilo strani;
  - uporabite naslovne oznake samo za oblikovanje besedila, ne pa za predstavitev zgradbe strani.

Optimizirana uporaba slik

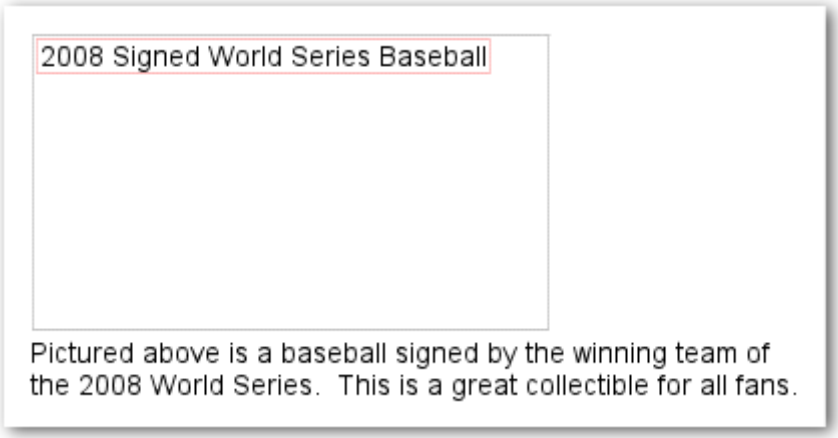
Slike se zdijo preprost sestavni del spletnega mesta, vendar lahko njihovo uporabo še optimizirate. Slike imajo lahko različno ime datoteke in atribut »alt«, kar lahko izkoristite.

Atribut »alt« omogoča, da navedete nadomestno besedilo za sliko, če se iz kakršnega koli razloga ne bo prikazana.

```
<img src="http://www.brandonsbaseballcards.com/img/2008-world-series-
 baseball.jpg" alt="2008 Signed World Series Baseball" />
```

Naše nadomestno besedilo je kratek, vendar jedrnat opis slike

Zakaj uporabiti ta atribut? Če si uporabnik ogleduje spletno mesto v brskalniku, ki ne podpira slik, ali uporablja drugo tehnologijo, na primer bralnik zaslona, vsebina atributa uporabniku pove o sliki.



Naša slika iz nekega razloga ni bila prikazana, bilo pa je nadomestno besedilo

Če uporabite sliko kot povezavo, je nadomestno besedilo za sliko obravnavano podobno kot sidrno besedilo besedilne povezave. Vsekakor odsvetujemo, da za krmarjenje po spletnem mestu namesto povsem ustreznih besedilnih povezav uporabite preveč slikovnih. Če optimizirate imena datotek s slikami in nadomestno besedilo za slike, storitvam za iskanje slik, na primer Google Iskanje slik, olajšate obravnavo slik.

Priporočila za slike

- **Uporabite kratko in jedrnato ime datoteke ter nadomestno besedilo.** Podobno kot za mnoge dele strani za optimizacijo, tudi za imena datotek in nadomestno besedilo (za jezike ASCII) velja naj bodo kratki in jedrnati.

  Odsvetujemo, da:

  - uporabite splošna imena datotek, na primer »slika1.jpg«, »foto.gif« ali »1.jpg« (mesta z več tisoč slikami lahko uporabijo samodejno poimenovanje slik);
  - uporabite predolga imena datotek;
  - v nadomestno besedilo vnesete preveč ključnih besed ali kopirate celotne stavke.

- **Pripravite nadomestno besedilo za slike, ki jih želite uporabiti kot povezave.** Če želite sliko uporabiti kot povezavo in ponudite še nadomestno besedilo, Google obvestite o strani, na katero ustvarjate povezavo. Recimo, da pišete sidrno besedilo za besedilno povezavo.

  Odsvetujemo, da:

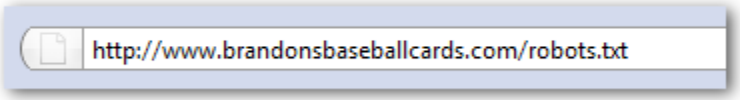
  - napišete predolgo nadomestno besedilo, ki bi bilo obravnavano kot neželeno;
  - za krmarjenje po spletnem mestu uporabite samo slikovne povezave.

- **Slike shranite v ločen imenik.** Slikovnih datotek ne imejte razkropljenih v različnih imenikih in podimenikih po domeni, namesto tega jih raje združite v en imenik, na primer brandonsbaseballcards.com/slike/. S tem poenostavite pot do slik.

- **Uporabite razširjene in podprte vrste datotek.** Večina brskalnikov podpira slikovne oblike JPEG, GIF, PNG in BMP. Priporočljivo je, da se pripona imena datoteke ujema z njeno vrsto.

Optimalna uporaba datoteke robots.txt

Datoteka robots.txt iskalnim mehanizmom sporoči, ali imajo dostop do delov spletnega mesta, da lahko preiščejo vsebino. Ta datoteka, ki se mora imenovati »robots.txt«, je v korenskem imeniku spletnega mesta.



Naslov naše datoteke robots.txt

```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

*Roboti združljivih iskalnih mehanizmov (označeni so z nadomestnim znakom *) ne smejo iskati po vsebini ali dostopati do te vsebine v imeniku /images/ ali na drugem URL-ju s potjo, ki se začne z: /search*

Morda za določene strani spletnega mesta ne želite odobriti iskanja po vsebini, saj ne bi bile uporabne za uporabnike, ki bi se jim prikazale med rezultati iskanja z iskalnikom. Če želite iskalnim mehanizmom preprečiti iskanje po vsebini strani, je v Googlovih orodjih za spletne skrbnike na voljo priročen generator datotek robots.txt, ki vam bo v pomoč pri pripravi vaše. Če ima spletno mesto poddomene in želite preprečiti iskanje po vsebini določenih strani v določeni poddomeni, morate zanjo ustvariti ločeno datoteko robots.txt. Če želite več informacij o datotekah robots.txt, si oglejte vodnik centra za pomoč za spletne skrbnike o uporabi datotek robots.txt.

Na voljo je še mnogo drugih načinov, kako preprečiti prikaz vsebine med rezultati iskanja: metaoznaki »robots« lahko dodate »NOINDEX«, za zaščito z geslom lahko uporabite .htaccess in, če želite odstraniti že preiskano vsebino, lahko uporabite Googlova orodja za spletne skrbnike. Googlov inženir Matt Cutts je pripravil uporaben videoposnetek, ki vas vodi skozi načine blokiranja URL-jev.

Priporočila za datoteko robots.txt

- **Za občutljivo vsebino uporabite varnejše načine.** Datoteke robots.txt ne uporabite za blokiranje občutljive ali zaupne vsebine. Iskalni mehanizmi bi se lahko še vedno sklicevali na URL-je, ki ste jih blokirali (lahko bi pokazali samo URL, brez naslova ali izrezka), če so v internetu, na primer v dnevniku posrednikov, povezave na te URL-je. Poleg tega bi lahko neskladni ali sleparski iskalni mehanizmi, ki ne upoštevajo standarda za izključitev robotov, obšli navodila vaše datoteke robots.txt. Nenazadnje bi lahko radoveden uporabnik pregledal imenike ali podimenike v datoteki robots.txt in uganil URL vsebine, ki je ne želite prikazati. Vsebino lahko varneje zaščitite tako, da jo šifrirate ali zaklenete z geslom (.htaccess).

Odsvetujemo, da:

- omogočite iskanje po vsebini strani, ki so podobne rezultatom iskanja, uporabniki namreč niso navdušeni, če začnejo pri eni strani iz rezultatov iskanja in končajo na drugi, ki zanje ni zelo uporabna;
- omogočite iskanje po vsebini večjega števila samodejno ustvarjenih strani z enako ali skoraj enako vsebino; vprašajte se, ali naj bo 100.000 skoraj podvojenih strani prikazanih v indeksu iskalnega mehanizma;
- omogočite iskanje po vsebini URL-jev, ustvarjenih kot rezultat storitev proxy.

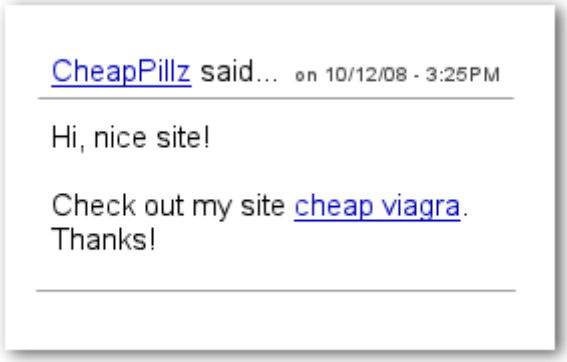
Bodite pozorni na »rel="nofollow"« za povezave

Če nastavite vrednost atributa »rel« povezave na »nofollow«, ta sporoči Googlu, naj določenim povezavam na vašem spletnem ne omogoči sledenja ali prenosa ugleda vaše strani na povezane strani. Če ne želite sledenja povezavi, v sidrno oznako povezave dodajte »rel="nofollow"«.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

Če ustvarite povezavo na spletno mesto, ki mu ne zaupate in na katerega ne želite prenesti ugleda svojega mesta, uporabite »nofollow«

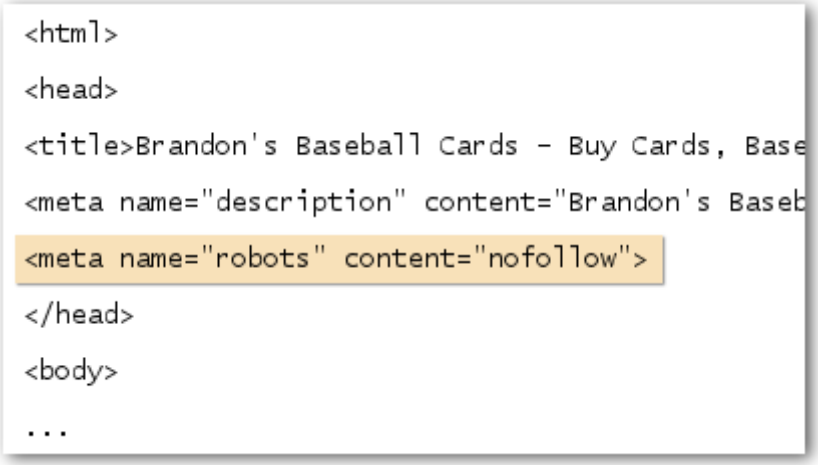
Kdaj je to uporabno? Če je na vašem spletnem mestu spletni dnevnik z vklopljenim javnim komentiranjem, lahko povezave znotraj komentarjev prenesejo vaš ugled na strani, za katere ne želite jamčiti. Območja v spletnem dnevniku, kamor je mogoče vnesti komentarje, so zelo dovzetna za neželene komentarje. Če »nofollow« uporabite za povezave, ki jih dodajo uporabniki, si zagotovite, da svojega trdo prisluženega ugleda ne prenesete na mesto s slabim ugledom. Mnogi programski paketi za pisanje spletnih dnevnikov samodejno uporabijo »nofollow« za komentarje uporabnikov. Pri tistih, ki ne, lahko to običajno nastavite ročno. Enak nasvet velja tudi za druga območja spletnega mesta, kamor lahko uporabniki vnesejo vsebino, na primer knjige gostov, forumi, seznami posrednikov in drugo. Če želite jamčiti za povezave, ki jih dodajo tretje osebe, na primer komentator, ki je vreden zaupanja na vašem spletnem mestu, ne uporabite »nofollow« za povezave, vendar lahko s povezavami na mesta, ki jih Google obravnava kot vsiljiva, vplivate na ugled vašega mesta. V centru za pomoč za spletne skrbnike je na voljo več nasvetov za izogibanje vsiljenim komentarjem, na primer z uporabo testov CAPTCHA ali vklopom moderiranja komentarjev.



Vsiljivi komentator objavi sporočilo v naših novicah in upa, da bo pridobil nekaj ugleda našega spletnega mesta

Možnost »nofollow« lahko uporabite tudi za vsebino, v kateri se želite sklicevati na spletno mesto, vendar nanj ne želite prenesti svojega ugleda. Primer: v spletnem dnevniku pišete prispevek o pošiljanju vsiljenih komentarjev in želite izpostaviti spletno mesto, ki je vaš spletni dnevnik zasipalo z vsiljenimi komentarji. Druge uporabnike želite posvariti pred tem mestom, zato v vsebino vključite povezavo nanj, s katero pa ne želite prenesti ugleda. V tem primeru priporočamo uporabo možnosti »nofollow«.

Če želite »nofollow« uporabiti za vse povezave na strani, ga uporabite v metaoznaki »robots«, ki je znotraj oznake <head> za HTML strani. V spletnem dnevniku na mestu Webmaster Central je prispevek o uporabi metaoznake »robots«. Zapis tega načina: <meta name="robots" content="nofollow">.



To pomeni, da ni sledenja nobene povezave na strani.

Ustrezno predstavljanje spletnega mesta

Večina povezav na vaše spletno mesto je ustvarjenih sčasoma, ko uporabniki odkrijejo vsebino in ustvarijo povezave nanjo, vendar pri Googlu razumemo, da želite obiskovalce opozoriti na trud, ki ste

ga vložili v vsebino. Če učinkovito predstavite novo vsebino, jo bodo uporabniki s podobnimi zanimanji prej odkrili. Tako kot za vsa poglavja v tem vodniku velja tudi za predstavljanje, da lahko s pretiravanjem škodite ugledu spletnega mesta.

Dobro predstavljanje spletnega mesta

- **V spletnem dnevniku objavite novo vsebino ali storitve.** Z objavo v spletnem dnevniku na spletnem mestu obiskovalce obvestite o novi vsebini in tako poskrbite za širjenje novice o novi vsebini ali storitvi. Tudi drugi spletni skrbniki, ki sledijo spletnemu mestu ali viru RSS, lahko izberejo zgodbo.

- **Predstavite se tudi zunaj spleta.** Predstavitev podjetja ali spletnega mesta po drugih medijih lahko prav tako obrodi sadove. Če imate na primer spletno mesto podjetja, naj bo URL naveden na vizitki, plakatih, na tiskovinah in drugod. Strankam lahko po pošti občasno pošljete glasila in jih tako obvestite o novi vsebini na spletnem mestu podjetja.

- **Spoznajte družbena omrežja.** To so spletna mesta, ki združujejo uporabnike s podobnimi zanimanji – izkoristite to.

  Odsvetujemo, da:

  - predstavite vsako novo, kratko vsebino; raje se osredotočite na odmevno in zanimivo;
  - vključite spletno mesto v programe, ki vsebino umetno predstavijo v samem vrhu takšnih storitev.

- **Vnesite podjetje v Googlov register lokalnih podjetij.** Če ste lastnik podjetja, ga vnesite v Googlov register, da boste lahko z Google Zemljevidi in spletnim iskanjem lažje pritegnili stranke. V centru za pomoč za skrbnike spletnih mest je na voljo več nasvetov za predstavljanje podjetja.

- **Obrnite se na skupnost, ki je podobna vašemu spletnemu mestu.** Najverjetneje je mnogo mest, ki obravnava podobne teme kot vi. Izkoristite to in navežite stike s temi mesti. Najpogostejše teme na vašem področju ali v skupnosti so lahko navdih za novo vsebino ali dober vir informacij.

  Odsvetujemo, da:

  - pošljete zahteve za pošiljanje neželene pošte vsem spletnim mestom, ki obravnavajo podobne teme kot vi;
  - na drugem spletnem mestu kupite povezave, ki bi poskrbele za višjo uvrstitev namesto prometa.

Uporaba brezplačnih orodij za spletne skrbnike

Glavni iskalni mehanizmi, tudi Google, ponujajo brezplačna orodja za spletne skrbnike. Googlova orodja za spletne skrbnike spletnim skrbnikom poenostavijo nadzor, kako Google obravnava njihova mesta, in pridobivanje uporabnih podatkov o njihovem mestu od Googla. Ta orodja vam ne bodo zagotovila prednostne obravnave spletnega mesta, lahko pa so vam v pomoč pri ugotavljanju težav, ki jih lahko odpravite in poskrbite za boljšo uvrstitev mesta v rezultatih iskanja. Storitev spletnim skrbnikom omogoča, da:

- si ogledajo dele spletnega mesta, kjer je imel Googlebot med iskanjem težave;
- prenesejo datoteko z zemljevidom mesta XML;
- analizirajo in ustvarijo datoteke robots.txt;
- odstranijo URL-je, ki jih je Googlebot že preiskal;
- določijo prednostno domeno;
- prepoznajo težave z naslovnimi in opisnimi metaoznakami;
- razumejo najpogostejše iskalne poizvedbe, ki vodijo do spletnega mesta;
- dobijo vpogled v Googlebotov pogled na strani;
- odstranijo neželene povezave, ki jih Google morda vključi v rezultate;
- prejmejo obvestilo o kršitvi priporočil za kakovost in prosijo za vnovično preverjanje spletnega mesta.

Tudi Yahoo! (Yahoo! Site Explorer) in Microsoft (Live Search Webmaster Tools) ponujata brezplačna orodja za spletne skrbnike.

Izkoristite spletne analitične storitve

Če ste z Googlovimi orodji za spletne skrbnike ali drugimi storitvami izboljšali iskanje po vsebini spletnega mesta in njeno indeksiranje, najbrž želite izvedeti več o obiskovalcih mesta. Spletni analitični programi, na primer Google Analytics, omogočajo tak vpogled. Z njimi lahko:

- vidite, kako uporabniki odkrijejo in uporabljajo spletno mesto;
- odkrijete najbolj priljubljeno vsebino na spletnem mestu;
- izmerite učinek optimizacije spletnega mesta, na primer, ali so spremenjene naslovne in opisne metaoznake izboljšale obisk iskalnih mehanizmov;

Napredni uporabniki lahko podatke iz analitičnega paketa skupaj s podatki iz strežniških dnevniških datotek uporabijo za ugotavljanje, kako obiskovalci uporabljajo vaše dokumente (na primer dodatne ključne besede, s katerimi uporabniki najdejo vaše spletno mesto).

Poleg tega Google ponuja še orodje Google Website Optimizer za izvajanje poskusov, s katerimi ugotovite, katera sprememba na strani pritegne največ obiskovalcev. Če vključite še Google Analytics in Googlova orodja za spletne skrbnikek (oglejte si videoposnetek o uporabi storitve Google Trifecta), ustvarite dobro izhodišče za izboljšanje spletnega mesta.

Uporabni viri za spletne skrbnike

Googlov forum za pomoč za spletne skrbnike – Ali želite objaviti vprašanje ali povratne informacije o vodniku? Sporočite nam.
Spletni dnevnik na mestu Google Webmaster Central – pogoste objave Googlovih spletnih skrbnikov o izboljšanju spletnega mesta
Googlov center za pomoč za skrbnike spletnih mest – obsežna dokumentacija za odpravljanje težav za spletne skrbnike
Googlova orodja za spletne skrbnike – za optimiranje, kako Google obravnava vaše mesto

Google Webmaster Guidelines – Googlova oblikovalska, vsebinska, tehnična in kakovostna priporočila
Google Analytics – za iskanje ciljnih obiskovalcev in njihovih zanimanj ter primerjalno analizo sprememb
Google Website Optimizer – izvedite poskuse na svojih straneh in ugotovite, kaj pritegne obiskovalce
Nasveti za izbiro podjetja za optimiranje za iskalne mehanizme – če tega ne želite izvesti sami, so vam na voljo nasveti za izbiro podjetja, ki vam bo pomagalo pri optimizaciji za iskalne mehanizme

Če ni drugače navedeno, je vsebino tega dokumenta licencirana skaldno z licenco Creative Commons Attribution 3.0 License.