

10 PRZYKAZAŃ WŁAŚCICIELA STRONY WWW

Dzisiaj samo posiadanie strony internetowej nie wystarczy, musisz spowodować, że będzie ona po pierwsze, odnajdowana przez potencjalnych klientów; po drugie, pomoże ich przekonać, że warto z Tobą współpracować.

ZAMIAST WSTĘPU

Jeśli miałeś, posiadasz lub planujesz uruchomienie strony internetowej, która **nie tylko „będzie w Internecie”, ale pomoże Twojej firmie w zdobywaniu klientów**, poniższe 10 punktów to lektura obowiązkowa, wiedza, bez której trudno marzyć o skutecznej stronie WWW.

STRONA INTERNETOWA TO TWOJA WIRTUALNA RECEPCJA

Nie patrz na swoją stronę jak na jednorazową inwestycję typu:

“Inni mają to ja też muszę mieć, załatwię to i będzie spokój...”



Wyobraź sobie, że to jest dodatkowa, **wirtualna recepcja lub dział handlowy**, który trzeba czasami posprzątać, pomalować i odświeżyć.

Strona wymaga Twojej uwagi tak samo jak inne części biznesu.

JAK KLIENT MOŻE SZUKAĆ OFERTY W INTERNECIE?

Oczywiste? Wbrew pozorom wcale nie!

W zależności od etapu szukamy różnych informacji:



Etap 1: szukanie koncepcji, rozwiązania problemu – wtedy wpisujemy ogólne zapytania, np. jak spędzić aktywnie urlop? Co robić podczas wakacji nad morzem? Jak wybrać?

Etap 2: szukanie oferty, produktu, ceny – wtedy szukamy konkretnie: pensjonat w Dziwnowie, hotel w Kołobrzegu blisko morza.



Zastanów się w jaki sposób – czyli, wpisując jakie pytania do wyszukiwarki – mogą szukać Twoich usług potencjalni klienci, uwzględniając poszczególne etapy podejmowania decyzji?

TO NAJTRUDNIEJSZE ZADANIE, NIE MOŻNA GO POMINĄĆ

Jest to również jedyne zadanie, którego nie możesz zlecić innym...

UNIKALNA TREŚĆ NA STRONIE

Zadbaj o unikalną treść na stronie odpowiadającą na pytania zdefiniowane w punkcie 1. Idealnie, jeśli **każdej kluczowej frazie wyszukiwania odpowiada inna strona**.

Google sprawdza czy treść jest skopiowana z innych stron.

Najbardziej wartościowe są strony, które oferują unikalną, własną, ciekawą i atrakcyjną dla użytkowników treść.



Przykład:

Aby wypromować frazę „jak aktywnie spędzić urlop nad morzem?”, powinieneś stworzyć podstronę, na której **klient znajdzie odpowiedź** na to pytanie, a **Google słowa kluczowe w treści**.

Jeśli korzystasz z gotowych tekstów lub usług copywriterów sprawdź czy teksty już gdzieś nie zostały umieszczone. Do sprawdzenia możesz wykorzystać np. <http://www.antyplagiat.twojeartykuly.info/>

CO NA TWOJEJ STRONIE WIDZI GOOGLE?

Bez zrozumienia działania wyszukiwarki Google trudno podejmować efektywne działania. Google widzi tekst, w przypadku zdjęć – opis.

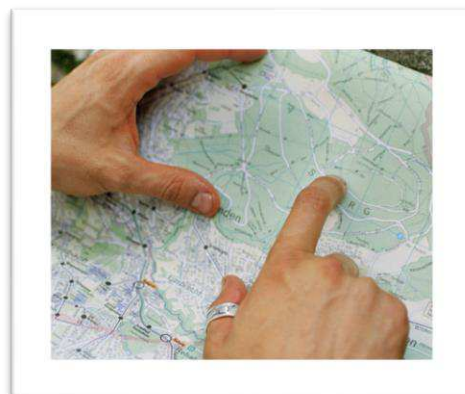
Jeśli chciałbyś się przekonać, co jest w stanie „zobaczyć” Google, możesz skorzystać z [narzędzia dla webmasterów](#) (Zakładka kondycja > Pobierz jako Google)

Co z tego wynika?

Zoptymalizuj swoją stronę zgodnie z zasadami, umieszczając na każdej unikalny tytuł (Title), opis (Description) oraz nagłówki (H1, H2 itd.). Tytuł i nagłówki powinny zawierać słowa kluczowe, treść powinna zawierać od 3000 do 5000 znaków w tym słowa kluczowe ok. 5-7%. Właściwe „nasycenie” możesz sprawdzić. Pamiętaj również o właściwym opisanie zdjęć znacznikiem alt.

UŻYWASZ MAP I NAWIGACJI? GOOGLE RÓWNIEŻ ICH POTRZEBUJE.

Przygotuj mapę strony w **formacie xml** i dodaj ją do [Narzędzia dla webmasterów Google](#) oraz [Bing webmaster Tools](#). To drugie nie jest obowiązkowe, ale nie zaszkodzi. Instrukcję jak poprawnie stworzyć mapę znajdziesz [tutaj](#).



Możesz skorzystać z wielu gotowych narzędzi

Przygotuj również „tradycyjną mapę strony”, jeśli masz czytelną nawigację użytkownicy pewnie z niej nie skorzystają, ale robot Google tak. Przykład możesz zobaczyć [tutaj](#).

PRZYJAZNE ADRESY PODSTRON



Przyjazny adres strony dotyczącej szkoleń

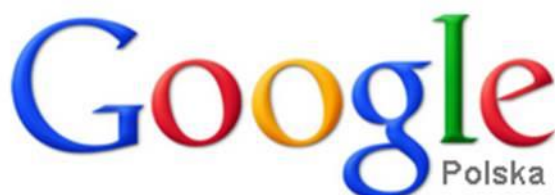
Upewnij się, że każda podstrona posiada przyjazne adresy tekstowe, w których występują słowa kluczowe, np. jeśli strona dotyczy „wczasy nad morzem z dziećmi” to idealnie, aby adres strony wyglądał następująco: „TwojaStrona.pl/wczasy-z-dziecmi/”

LINKI WEWNĘTRZNE TO WAŻNA WSKAZÓWKA

Wykorzystuj linki wewnętrzne zawierające słowa kluczowe, jeśli Twoja strona zawiera sporo podstron warto dodać ścieżkę okruszków chleba (breadcrumb). Jeśli poprawnie nazwałeś strony to ścieżka będzie zawierać słowa kluczowe.

Jesteś tutaj » Szkolenia » Szkolenia dla nauczycieli

SPRAWDZAJ POZYCJĘ W WYNIKACH WYSZUKIWANIA



Gdzie jest moja strona w wynikach wyszukiwania?

Szukaj w Google

Szczęśliwy traf

Jednym z automatycznych i bezpłatnych narzędzi jest np. Free Monitor for Google.

Pamiętaj, że sprawdzanie poprzez wpisywanie słów w wyszukiwarce po pierwsze, jest czasochłonne, a po drugie, nie oddaje rzeczywistych wyników wyszukiwania.

OBSERWUJ I SŁUCHAJ KLIENTÓW, KTÓRZY ODWIEDZAJĄ TWOJĄ STRONĘ

Obowiązkowo załóż konto [Google Analytics](#) i wklej właściwy kod na stronę. Po pewnym czasie będziesz mógł się dowiedzieć bardzo dużo o tym, co się dzieje na Twojej stronie.

Zastanów się, które podstrony są najważniejsze z punktu widzenia Twoich celów biznesowych, np. formularz rezerwacji, zamówienia, zapytania, strona z cennikiem lub ofertą. Zdefiniuj w Google Analytics cele, tak abyś mógł ocenić skąd biorą się klienci, którzy je realizują.

Połowę wydatków na marketing wyrzucamy w błoto, ważne, aby starać się dowiedzieć, którą połowę.

Możesz zaoszczędzić sporo pieniędzy, rezygnując z działań i reklam, które tylko generują ruch na stronie, nie dając efektu.



Pamiętaj, aby dodać na stronie informację i regulamin dotyczący wykorzystywania plików cookie.

JAK SZYBKO URUCHAMIA SIĘ STRONA?

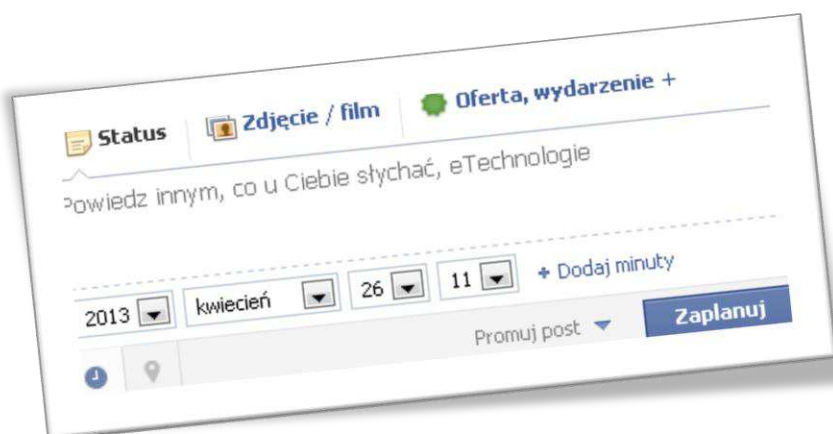
Lubisz czekać na uruchomienie strony? Twój klient też nie...

Warto również sprawdzić szybkość uruchamiania strony, np. narzędziem [PageSpeedInsights](#).

PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE TO CZĘŚĆ TWOJEJ STRONY

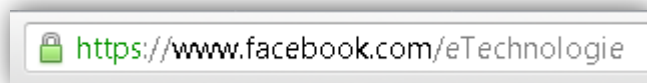
Załącz firmową stronę na Facebooku i Google+, udostępniaj treści z własnej strony na tych portalach, postaraj się, aby Twoi znajomi również udostępnili to dalej. Już kilkanaście udostępnień może istotnie wpłynąć na pozycję danej strony na słowa zawarte w tytule.

Nie musisz publikować wpisów codziennie, możesz ustawić automatyczną publikację.



Według badań największą popularnością na Facebooku cieszą się ciekawe zdjęcia.

Warto to wykorzystać, aby pozyskać ruch na stronie, znajomi Twoich znajomych mogą być Twoimi klientami.



Pamiętaj, aby zastrzec unikalną nazwę użytkownika na Facebooku. Będzie to możliwe po uzyskaniu 30 kliknięć Lubię to.



Nawet jeśli nie lubisz Facebooka, traktuj go jako narzędzie dotarcia do potencjalnych klientów – wiertarki nie trzeba kochać, aby jej używać.

LINKI Z INNYCH STRON SĄ JAK DROGOWSKAZY

Postaraj się o to, aby wartościowe strony, blogi lub portale umieściły link do Twojej strony. Najlepiej, jeśli będzie to link zawierający słowa kluczowe, np. „spa nad morzem”, i prowadzący do Twojej strony, na której znajdują się informacje na ten temat. Możesz również dodać stronę do katalogów tematycznych.

Jeśli chcesz skorzystać z usług pozycjonowania stron, sprawdź jakość linków i katalogów, które proponuje firma oferująca te usługi.



*Google **eliminuje** z wyników wyszukiwania strony, do których prowadzą **nienaturalne linki**. Taki los może spotkać również Twoją stronę.*

Jeśli interesuje Cię „szybki efekt”,

to znaczy pojawienie się na samej górze wyników wyszukiwania Google **w ciągu np. 3 dni**, to rozważ wykorzystanie kampanii Google Adwords.

Wszystkim, którzy to obiecują w inny sposób zdecydowanie podziękuj:-)

Przed uruchomieniem kampanii pamiętaj o połączeniu kont Adwords i Analytics.



JEŚLI NIE CHCESZ SIĘ TYM ZAJMOWAĆ SAM, ZAPYTAJ SWOJEGO KONSULTANTA I UPEWNIJ SIĘ, ŻE O TYM WIE.

Jeśli masz pytania, chętnie odpowiem, ebook@etechnologie.pl



INFORMACJE O AUTORZE:

Krzysztof Kwaśniewski – trener, coach, menadżer, właściciel firmy [eTechnologie](http://eTechnologie.pl), autor bloga: CyfrowyNauczyciel.pl.

Specjalista w zakresie e-marketingu. Prowadzi szkolenia z zakresu: wykorzystania Google Analytics i Adwords, audytów i optymalizacji stron internetowych, Google Apps dla firm i edukacji.

