

Weblapok és keresőrendszerek

A látogatók legnagyobb része keresőprogramok által jut el a weboldalakra, ezért nem mindegy, hogy egy honlap hányadik helyen szerepel a találati listán. A keresőprogramok egy adott kulcsszóra történő keresésnél a weboldalakat különböző szempontok szerint értékelik, majd rangsorolják. Az ezeket a keresőrendszereket használók (az internetezők most már több mint 90% -a aktívan használja) az 1-2 oldalon, vagyis az első 20 helyen szereplőket választják ki túlnyomó többséggel, és ezen oldalakat látogatják.

Éppen ezért nem mindegy, hogy milyen kulcsszóra vagy kifejezésre optimalizálunk! A keresőoptimalizálás első lépéseként érdemes egy kimutatást készítenünk arról, hogy mit is keresnek valójában az interneten. Abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy ezt nem kell kitalálnunk, mert a Google megmondja nekünk: <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal> (A világon a felhasználók kétharmada ezt a szabad szavas keresőt használja, Magyarországon pedig kb. 90% -os a cég piaci részesedése.)

Hogy mi számít tartalmas és értékes oldalnak? Az, amelyik megfelelő mennyiségű információval szolgál a témáról (tehát nem két-három mondat az egész oldal), amelyiken elégszer szerepel a keresett szó vagy kifejezés (de ne minden második szó a kulcsszó legyen), és amelyik nem gördít akadályokat a kereső oldal-feltérképezési rendszere útjába (pl. a szöveg nem a képekben vagy Flash-ben van elrejtve).

Állandó kérdés szokott lenni, hogy „Hányszor szerepeljen a kulcsszó a szövegben?” Minden weboldal más és más, így erre nem lehet egy számot mondani, viszont arányt lehet meghatározni az összes oldaltartalom és a benne szereplő kulcsszavak számára vonatkozóan. Ha az oldaltartalmat 100% -nak tekintjük (az oldal forrásában szereplő minden egyes betűvel együtt), akkor a kulcsszavak ehhez képest – saját tapasztalatok alapján – körülbelül 1-2% -os arányt képviseljenek.

A hagyományos (régi) keresőoptimalizálás lényege, hogy a fajsúlyos szavakat a lehető legtöbbször helyezzük el az oldalakon és a weblap forrásában. **Ez a múlt.**

Ma már több száz ismérvnek kell megfelelnie, több száz vizsgálaton kell átesnie és jól szerepelnie a weblapnak ahhoz, hogy előre kerüljön. A Google két olyan technológiát vezetett be a keresőoptimalizálási életbe, ami a „tegyük bele a kulcsszavakat témérdek sokszor a tartalomba és a forrásba” és „az sem számít, ha emberek számára értelmetlen a szöveg, de a keresőknek meg kell felelni” gondolatokat és elveket elvitte egy másik, sokkal inkább felhasználóbarát irányba.

1. PAGERANK TECHNOLÓGIA A Google szabadalmaztatott értékelési technológiája, úgy is nevezhetnénk: fontossági mérce. A fontosság növelése érdekében leegyszerűsítve azt kell elérnünk, hogy weboldalunkra minél több hivatkozás mutasson és lehetőleg minél értékesebb oldalakról, saját oldalainkon pedig minél kevesebb külső hivatkozás legyen, de legyen. A Google arra a feltételezésre épít, hogy az a fontos oldal, amire fontos oldalak mutatnak.



Oldalaink fontosságát a Google Toolbar segítségével ellenőrizhetjük: <http://toolbar.google.com/T4/intl/hu/index.html>

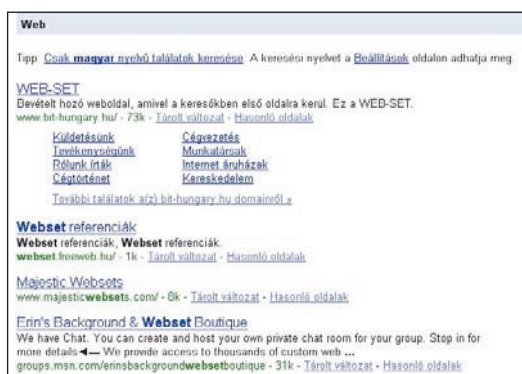
2. HYPERTEXT EGYZÉS ANALÍZIS

A weblap látható és nem látható (ún. meta bejegyzések) tartalmának teljes egészét (a weblap forráskódját) és azok összefüggéseit vizsgálja. Figyelembe veszi a szomszédos (hivatkozott) oldalak tartalmát is azért, hogy bármilyen keresés találatként a lehető legpontosabb eredményt tudja a Google visszaadni.

Nagyon fontos a mai internetezési szokásokat, ezzel együtt a keresőrendszerek térnyerését figyelembe venni ahhoz, hogy megfelelő látogatottságot érjen el weblapunk. Ezzel biztosíthatja számunkra a megfelelő bevételt és hírnevet, ám ennél még fontosabb megjegyezni és weblapunk minden módosításánál szem előtt tartani, hogy a tartalom emberek számára készül, nem pedig a keresőrendszereknek!

Furkó Krisztina

Keresőoptimalizálás szakértő
www.web-set.hu



A weblap tartalma kiemelt fontosságú a keresőoptimalizálás szempontjából, hiszen a keresőprogramok – érthető okokból – olyan találatokat szeretnének megjeleníteni, ahol a tartalom a látogató számára a leginformatívabb.