

BIZNES W SIECI

#14

KLIENCI Z GOOGLE - ZA DARMO
CZYLI "RUCH" Z WYSZUKIWARKI



JAK DBAĆ
O REPUTACJĘ
W GOOGLE



Grzegorz Mogilewski

Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

BIZNES W SIECI odc. 13

Skuteczny i prosty przepis na wysokie pozycje w Google

Widząc, że Google idzie w kierunku coraz większej monetaryzacji różnych usług, dotychczas darmowych, warto zadać sobie pytanie: w jaki sposób nadal, niejako za darmo, możemy korzystać z ruchu wyszukiwarek?

W Polsce Google jest synonimem wyszukiwarki. Dzierży zdecydowaną palmę pierwszeństwa. Dlatego mówiąc o Google'u, będę miał na myśli wszystkie wyszukiwarki.

Efektywna obecności w Google'u czy też cały aspekt pozycjonowania, który jest z nim bezpośrednio związany, jest tematem gorącym. Mnóstwo maili otrzymuję od Państwa właśnie w tym temacie. Dziś postaram się Państwu przybliżyć mój pogląd na to zagadnienie.

Zacznijmy od tego, jak wygląda proces, w trakcie którego Google decyduje, jakie strony wyświetlić w swoim wyniku wyszukiwania.

Wszystko zaczyna się oczywiście od internauty, który siedząc przed komputerem czy też urządzeniem mobilnym, wpisuje pewne wyrażenie, zdanie, słowo, lub słowa do wyszukiwarki. Warto od razu wspomnieć, że to, co internauta wpisuje do wyszukiwarki, nazywa się „frazą” lub „słowem kluczowym”. Zatem internauta wpisuje do Google'a pewne zapytanie, wskazujące czego szuka. Co robi następnie Google?

Google w ułamkach sekund sprawdza swoją bazę: wielki indeks



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

wszystkich stron, do których kiedykolwiek dotarły roboty indeksujące wyszukiwarki.

Wyszukuje i sprawdza trzy rzeczy:

Kryteria oceny / wyboru

Najistotniejszym elementem jest to, czy w treści serwisu, który ma w swojej bazie, znajdują się treści, o które pyta internauta. A zatem dajmy na to taki przykład: internauta pyta o ortodontę z Gliwic wpisując do okienka wyszukiwania np. słowo „ortodonta Gliwice”. Google sprawdza w swojej bazie wszystkie strony i wybiera tylko te, w których faktycznie jest mowa o ortodontach w Gliwicach.

Następnie Google decyduje o tym w jakiej kolejności pokazać poszczególne, znalezione w swojej bazie serwisy (mówiące o ortodontach i Gliwicach zarazem). Aby to ustalić Google sprawdza dwa kolejne aspekty znalezionych stron, z czego najważniejszym jest sprawdzenie reputacji strony. Google traktuje strony, które mają większą reputację jako ważniejsze od tych, które mają mniejszą reputację. Co to w praktyce oznacza, powiem za chwilę.

Kolejnym elementem jest jakość danej strony, czyli to, na ile jest, mówiąc kolokwialnie, „prawidłowo zbudowana” w oczach robotów Googla - na ile jest czytelna dla robotów Google’a, na ile również, jest zgodna z wytycznymi tejże firmy.

I w efekcie internauta dostaje wynik wyszukiwania wszystkich stron, które wg Google’a pasują do głównego, najważniejszego elementu (zgodności z zapytaniem) i są one wyświetlone w kolejności uwzględniającej reputację i jakości poszczególnych stron.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

Warto wspomnieć, że jeśli Google wyświetla, np. dziesięć stron wyników wyszukiwania, to w praktyce internauci wchodzi głównie tylko na pierwszą stronę wyników. Statystyki pokazują, że tylko pięć procent internautów zagląda na drugą stronę wyników. Zatem, głównie walczymy o dziesięć pierwszych pozycji.

A zatem, skoro treść, reputacja i jakość są krytyczne, to skupmy się na chwilę na tym, co oznacza wg. Googla treść: treść oznacza, że wyrażenia, które internauta wpisuje do Google'a, muszą znaleźć się w treści strony. O tym już mówiliśmy. Wyszukiwarki obecnie są na tyle "inteligentne" że rozumieją również kontekst słów, zatem nie tyle "określone" słowa w treści strony muszą się pokrywać z zapytaniem internauty, co cały kontekst jego zapytania powinien być odzwierciedlony w treściach na docelowej stronie.

Co oznacza reputacja? Google wykorzystał w swoim algorytmie idee, pojęcie, jakim jest cytowanie naszej strony przez inne strony poprzez linki/odnośniki. Bazowanie na liczbie odnośników prowadzących do konkretnych stron stało się podstawą systemu Google'a. Google wychodzi z prostego założenia: im więcej odnośników z innych serwisów w Internecie prowadzi do naszej strony, tym nasza strona jest wartościowsza. Genezą są prace naukowe - każda praca naukowa im więcej ma cytowań w innych pracach naukowych, tym jest ważniejsza w środowisku akademickim. Dokładnie taka sama zasada panuje w Google'u, jeżeli chodzi o wyniki wyszukiwania. Więcej linków / odnośników (z wartościowych źródeł) = większa reputacja

Trzeci aspekt to jakość. Czyli to, czy strona jest dobrze skonstruowana technicznie, czy układ strony jest czytelny dla robotów Google.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

Również szybkość ładowania oraz użyte na stronie technologie mają znacznie (np. Google “nie lubi” Flash’a)

Krytycznym czynnikiem do tego, aby Google wyświetlił nasz serwis w wynikach wyszukiwania jest zgodność treści na naszej stronie z zapytaniem internauty. Jeśli na naszej stronie nie ma treści, których internauta szuka, to choćbyśmy mieli olbrzymią reputację (mnóstwo odnośników z innych stron), bardzo bardzo dobrze skonstruowany serwis, to Google po prostu nas nie wyświetli. Skupmy się zatem na treści:

Treść

Musimy mieć dużo wartościowej treści na naszych www. Co to oznacza w praktyce? Czego Google szuka? Google przeszukując strony w sieci, szuka treści oryginalnej i unikatowej, czyli w swoich oczach wartościowej.

Większość serwisów obecnych w sieci przyjmuje często strategią budowania treści czy też całej struktury strony opartą o idee „szeroko, ale płytko”. To znaczy, że na stronie znajduje się wiele różnych tematów, ale potraktowanych płytko. Trzymając się przykładu “ortodonty z Gliwic” - serwis skonstruowany wg. tego podejścia miałby dużo podstron w menu dotyczących różnych sposobów leczenia ortodontycznego, ale każdy sposób byłby opisany skrótowo.

Drugie z kolei podejście zakłada, że na stronie www, ilość tematów jest zawężona, ale każdy temat jest potraktowany bardzo głęboko i dogłębnie. Trzymając się przykładu gliwickiego ortodonta - strona taka skupiałaby się np. tylko na opisaniu dwóch technik leczenia, na których ortodontom najbardziej by zależało (na pacjentach na te techniki). Każda technika /



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

czy też problem byłby za to bardzo dogłębnie opisane - z pytaniami potencjalnych pacjentów, z dogłębными odpowiedziami, z dużą ilością rysunków, itp. Taka treść, z punktu widzenia Google'a jest znacznie, znacznie bardziej wartościowa. Szczególnie w przypadku, gdyby materiały tego typu nie występowałyby nigdzie indziej w sieci.

To jest klucz do obecności w Google - dużo wartościowej, niespotykanej nigdzie indziej treści. Treści poszukiwanej przez Państwa "idealnych klientów"

Dlatego naszym celem powinno być doprowadzenie do sytuacji, w której internauta, za pomocą Google'a znajduje treści, których szuka, tylko u nas. Nigdzie więcej. To jest klucz do zrozumienia, w jaki sposób być w wynikach wyszukiwania Google'a wysoko. Stańmy się jedynym dostawcą treści dla internautów, na których nam zależy.

Rozmawialiśmy podczas ósmego spotkania - przypominam, że wszystkie nasze spotkania archiwalne są dostępne na moim blogu – blog.mogilewski.pl – o tym, że ludzie wchodzą do Google'a, żeby rozwiązywać swoje problemy. Zatem jeśli wiemy, jakie problemy mają nasi "Idealni klienci", jesteśmy w stanie te problemy na naszej stronie rozwiązać. I tu jest klucz – wybrana grupa internautów, czyli Klienci Idealni (wielokrotnie posługuję się tym pojęciem podczas naszych spotkań) i dostarczenie im treści, których nie może znaleźć nigdzie indziej.

Przy takim podejściu możemy być pewni, że z czasem Google będzie dostarczał nam coraz więcej, coraz bardziej wartościowych klientów.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się
spodobała treść?

Skomentuj na blogu: <http://blog.mogilewski.pl/tvn-cnbc-biznes-w-sieci-odc-13-skuteczny-i-prosty-przepis-na-wysokie-pozycje-w-google/>

Zapraszam na spotkanie z moim gościem – Arkadiuszem Widawskim, redaktorem naczelnym „Online Marketing Polska”. Zapytam go, w jaki sposób, mając bardzo dobre treści, możemy dodatkowo wspomóc nasze działania, aby Google traktował naszą stronę jako bardziej właściwą i lepszą niż pozostałe.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

BIZNES W SIECI odc. 13: ***O budowaniu reputacji stron internetowych w oczach Google'a.***

GM: Witam po przerwie. Moim gościem jest Arkadiusz Widawski, redaktor naczelny magazynu „Online Marketing Polska”.

Arku, założmy, że mamy świetne treści na naszym serwisie, czy i w jaki sposób możemy wspomóc to, aby Google traktował naszą stronę jako istotniejszą? Aby aby widział ją jako tę o wyższej reputacji?

AW: Dzień dobry. Generalnie budowanie reputacji stron internetowych czy firm w Internecie, nie różni się bardzo od budowania reputacji firm w ogóle. Jest potrzebny na to pewien czas, aby klienci poznali naszą firmę, nasze produkty, nasze usługi. Również je polubili. A w Internecie oznacza to podlinkowali, zacytowali i polecili innym. Nie można tego zrobić w ciągu jednej doby, ale bez trudu potrafię wyobrazić sobie taką sytuację, że pojawia się firma, nowy produkt, nowa usługa i chcemy jak najszybciej być na samym szczycie wyszukiwarki, na pierwszym miejscu najlepiej. I wówczas możemy dodać, z dnia na dzień, dziesięć tysięcy czy nawet pięćset tysięcy linków prowadzących do nas...

GM: A co to znaczy dodać? Ja nie wiedziałbym, jak to zrobić, będąc zwykłym właścicielem firmy. Co znaczy dodać pięćdziesiąt tysięcy linków? Skąd?



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

AW: Powiedzmy, że są firmy, które się tym zajmują. Są to linki głównie nielegalne z punktu widzenia Google'a - linki spamujące i z forów spamujących. One prowadzą do naszego serwisu, natomiast dla Google'a jest taka informacja, że są to na pewno linki nienaturalne, ponieważ nie ma możliwości, żeby powiedzmy w ciągu doby pół miliona osób nagle nas bardzo polubiło. I teraz właśnie w 2012 roku niezwykle istotne dla Google'a jest właśnie ta naturalność. Na to, żeby to były rzeczywiste linki, dodawane przez rzeczywiste osoby.

GM: Czyli Arku, z jednej strony tak – Google patrzy na to, żeby było jak najwięcej linków prowadzących do naszej strony, ale z drugiej strony mówisz, że te linki nie powinny być w nienaturalny sposób budowane. Czym zajmują się zatem firmy pozycjonerskie?

AW: To jest właśnie bardzo ważne i w roku 2012 stało się to bardzo krytyczne. Linki prowadzące z wysokich stron, czyli z dobrych jakościowo stron wpływają bardzo pozytywnie na wyniki, na naszą obecność w wynikach wyszukiwania. Natomiast linki nieprawidłowe, te zabronione przez Google'a, są dodawane do indeksu negatywnego i skutecznie obniżają naszą pozycję.

GM: A co to oznacza w praktyce? To oznacza, że jeżeli zlecamy firmom pozycjonerskim, żeby one stworzyły, sztuczne linki do nas, to zawsze narażamy się na karę ze strony Google'a?

AW: Tak. Jest to bardzo niebezpieczne i czasami klienci są sami sobie winni, ponieważ przychodzą do agencji, do firmy pozycjonującej czy firmy CO i mówią: chcę być z moimi trzema hasłami w pierwszej trójce w ciągu najbliższych trzech tygodni. Jest to oczywiście niemożliwe, natomiast jeśli



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

wymagamy tego od agencji musimy mieć świadomość, że możemy być dodani do linków niskiej jakości.

GM: Czyli w takim razie rozumiem, że Google może nas ukarać, za to, że sztucznie manipulujemy reputacją.

AW: Tak jest.

GM: Jak dotkliwe są takie kary?

AW: Są to kary bardzo dotkliwe i trwają bardzo długo, ponieważ historia naszej obecności w Internecie nigdy nie znika. Możemy takie kary podzielić na dwa rodzaje. Jeden rodzaj to są kary automatyczne, dodawane przez sam algorytm. Powoduje to, że jesteśmy dodani do niskiej jakości stron internetowych i przez to nasze pozycje są obniżone automatycznie.

GM: Jak bardzo? Załóżmy, że byliśmy w pierwszej trójce.

AW: No powiedzmy, że ostatnie dwa algorytmy, czyli pingwin i panda dotknęły ponad 20% wszystkich wyników wyszukiwania, więc jest to bardzo dużo i spadki mogą pochłonąć aż mniej więcej trzydzieści do pięćdziesiąt procent naszego ruchu. Tak więc mogą to być bardzo dotkliwe skutki dla naszego biznesu, ponieważ z dnia na dzień możemy stracić dużo ruchu, który jest bardzo trudno odzyskać. Drugi rodzaj kary jest to filtr notowany ręcznie. I powoduje to obniżenie do pozycji, powiedzmy aż sześćdziesiątej trzeciej podstrony w wynikach wyszukiwania. Spotkało to w roku 2012 kilka znanych firm...

GM: Np.?



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

AW: Nie chciałbym może robić takiej kryptoreklamy, natomiast jest to jeden operator telefonii komórkowej, bank i też serwisy, porównywarki cenowe. No i bardzo to było dla nich dotkliwie. Natomiast no udało się już z tym poradzić, ponieważ Google zaczęło też komunikować się z twórcami stron internetowych, dlatego polecam używanie narzędzi dla webmastera Google, ponieważ Google wysyła informacje mówiące: słuchaj, z twoją witryną jest coś nie tak, ponieważ np. korzystasz z systemu wymiany linków, więc usuń je, to twoja strona...

GM: A co to jest „system wymiany linków”?

AW: System wymiany linków to są takie sztuczne, rotujące się linki na innych stronach internetowych, które oczywiście są sztuczne. One w żaden sposób nie mówią o tej naturalności. Jest to taki sposób, który był używany dotychczas na budowanie sztucznego ruchu i sztucznej reputacji właśnie w Internecie.

GM: Arku, w takim razie, czy to oznacza, że korzystanie z usług pozycjonerskich jest niepolecane?

AW: Nie. Jest jak najbardziej polecane. Możemy rozróżnić White CO i Black CO.

GM: Czyli legalne i nielegalne, tak?

AW: Coś właśnie takiego – legalne i nielegalne. Rzeczywiście warto taką agencję dobrze sprawdzić. I jeżeli ona nam obiecuje, że będziemy mieli bardzo szybko, bardzo wysokie rezultaty, no to prawdopodobnie jest to wróżenie z fusów. I warto byłoby pomyśleć o tym, że dłużej będzie trwało



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

osiągnięcie dobrych wyników z dobrą agencją. Ale agencję powinno się, uważam, mieć. Jeżeli nasza strona utrzymuje się z ruchu i ten ruch jest dla niej bardzo ważny, czyli powiedzmy zarabiamy na naszym sklepie internetowym i każdy użytkownik to jest potencjalny kupujący. I z takich agencji warto korzystać, one się skupiają w głównej mierze na optymalizacji naszego serwisu, na stałym budowaniu reputacji, czyli nie tak, jak powiedziałem wcześniej, z dnia na dzień, tylko będzie to proces trochę bardziej długofalowy, ale naturalny.

GM: A czy to oznacza, że te agencje tworzą odnośniki z innych stron do naszej strony “nielegalnie”? Czy też starają się nabyć je w sposób, nazwijmy to, legalny czyli np. rozmawiają z właścicielami stron na ten temat?

AW: Tak. W tej chwili jest taka tendencja, żeby to były rzeczywiście działania legalne. Ponieważ działania nielegalne są dobre na krótką metę. No, jeżeli ktoś zostanie dodany do filtra przez wyszukiwarkę, no to ten ruch jest nie do odzyskania przez długi czas, no i klient zostanie utracony.

GM: Czy Google w trakcie takiego “automatycznego sprawdzani” nie karze czasem witryn którym wcale kara się nie należała? Czy zdarza się, że strony, które wcale w sposób nieetyczny nie prowadziły linków do swojej witryny, również dostają kary?

AW: Tak. Słyszałem o takich przypadkach i wówczas pomaga to, żeby się skontaktować rzeczywiście z Googlem. Ta odpowiedź nadchodzi i wówczas jest możliwość wyjaśnienia tej sytuacji i jakby usunięcia filtra.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

GM: Skoro wiemy, że można w sposób legalny i nielegalny zdobywać odnośniki, to jakie rady właścicielom biznesów, małych i dużych, chciałbyś przekazać? W jaki sposób mogą zdobywać odnośniki?

AW: Na pewno polecałbym interesowanie się swoją witryną. Często jest tak, że mamy tę witrynę i zlecamy komuś – to wypożyczonuj ją – i zapominamy o niej. Natomiast my powinniśmy cały czas dbać, przede wszystkim o treści, to o czym dzisiaj powiedziałaś, sami powinniśmy się starać o partnerów nowych, o to, żeby oni również polecali nasze usługi. Powinniśmy się dodawać do różnych serwisów, w których klienci mogą sami również reputację dodawać czy opinię o naszych produktach i usługach oraz te sygnały społecznościowe, które są teraz bardzo, bardzo ważne i zyskują na ważności, czyli naturalny sposób polecenia w mediach społecznościowych, na Facebooku czy innych, tego typu, usługach.

GM: Powiedz mi jeszcze na koniec w takim razie, jaka jest jedna najważniejsza przestroga jaką byś przekazał właścicielom witryny?

AW: Jedna? Myślę: „bądź legalny i postępuj zgodnie z zasadami Google’a”.

GM: Dziękuję. Proszę Państwa, dzisiaj poruszaliśmy bardzo głębokie zagadnienie, jakim jest obecność w wynikach naturalnych w wyszukiwarkach, głównie w Google.

Wniosek jaki z tego płynie jest następujący: można zdobywać odnośniki do naszej strony, które budują naszą reputację, w sposób legalny i nielegalny. Zdecydowanie jesteśmy za tym, żeby robić to w sposób legalny. Ale najważniejszym elementem są treści na Państwa stronie.



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

Zachęcam również do obejrzenia kilku wcześniejszych odcinków „Biznesu w sieci” – wszystkich dostępnych na blog.mogilewski.pl – w wielu odcinkach rozmawialiśmy o tematach, które się przewijają podczas każdego naszego spotkania: w jaki sposób znaleźć Idealnego Klienta, w jaki sposób dowiedzieć się, czego on tak naprawdę potrzebuje i jaki sposób mu tego dostarczyć.

Zatem zapraszam na mojego bloga – blog.mogilewski.pl, oraz na nasze kolejne spotkanie za tydzień. Wtorek, 19:30, TVN CNBC. Powiem Państwu o tym, czy warto mieć swojego Facebooka.

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się spodobała treść?

Skomentuj na blogu: <http://blog.mogilewski.pl/tvn-cnbc-biznes-w-sieci-odc-13-arkadiusz-widawski-o-budowaniu-reputacji-stron-internetowych-w-oczach-googla/>



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>