



Search Engine Optimization

Initiere in optimizarea pentru
motoarele de cautare

Ghid Introductiv



Ce este SEO si de ce avem nevoie de el?

Oricine publica ceva pe internet o face (cred eu) dintr-un singur motiv: pentru ca altcineva sa citeasca sau sa vada informatia respectiva. Apare insa o problema: conform Internetlivestats.com numarul site-urilor la nivel mondial a trecut in 2016 peste cifra de 1 miliard.

Cu alte cuvinte, aglomeratia e destul de mare iar principala problema este ca utilizatorul final sa gaseasca informatia pe care tu ai pus-o pe site-ul tau. Una dintre cele mai folosite modalitati de a accesa o informatie este sa o cauti pe un motor de cautare, cel mai popular fiind Google.

Stiati ca... potrivit Internetlivestats.com, in prezent, Google proceseaza aproximativ 40.000 cautari pe secunda sau aproximativ 3,5 miliarde de cautari in fiecare zi?

Cum functioneaza, de fapt, Google?

In fiecare secunda, Google scaneaza zeci de mii de site-uri (termenul folosit e crawls) si memoreaza continutul acestora intr-o baza de date proprie (termenul folosit e indexeaza). Atunci cand un utilizator cauta ceva, de fapt, el cauta in baza de date a lui Google si nu direct pe internet.

Google nu este un om! Stiu, suna ca "iarna nu-i ca vara", dar ce vreau sa spun este ca Google nu percepe site-urile asa cum le percepe un om. Google are o lista limitata de criterii in functie de care analizeaza continutul paginilor pe care le scaneaza si ele de multe ori difera ca importanta si pondere cu criteriile folosite de un om.

Ce este important de retinut este ca, daca vrem sa fim gasiti pe internet, trebuie sa redactam continutul astfel incat sa fie relevant si pentru cititorii nostri, dar si pentru Google.

Altfel spus, SEO sau Optimizare SEO inseamna sa construim site-ul si articolele noastre astfel incat ele sa fie bine intelese de Google si mai usor de gasit pentru publicul nostru.

Care sunt criteriile utilizate de Google?

Din pacate, aici apare prima mare problema: Lista completa a criteriilor utilizate este secreta si in plus se schimba destul de des.

Din fericire, exista alternative: Cei care se ocupa de optimizarea pentru Google, specialistii SEO adica, prin testari succesive, au reusit sa identifice cu precizie destul de mare care sunt criteriile principale in functie de care Google afiseaza rezultatele sale.



In continuare am sa va prezint cele mai importante criterii pe care Google le urmareste pentru a sorta site-urile in pagina de rezultate a cautarilor pe Google, numita si SERP (*search engine results page*).

Principalele criterii utilizate de Google

Toate criteriile utilizate de Google pentru a analiza un site sau o pagina pot fi impartite in doua mari categorii:



Autoritatea

Autoritate inseamna cat de mare este increderea pe care Google o are intr-un site sau o pagina.

Important: in general, criteriile autoritatii nu au legatura directa cu subiectul site-ului sau al paginii respective. Vom vedea in continuare care sunt principalele criterii pe care trebuie sa le luam in calcul pentru a capata Autoritate (incredere) pe Google.

Sa analizam urmatorul exemplu:

Site-ul oficial al institutiei Presedintiei si un blog al unei persoane necunoscute. In cazul in care nu urmarim un subiect anume, in care dintre cele doua site-uri aveti mai mare incredere ca ofera o informatie mai corecta?

Raspunsul ar trebui sa fie cat se poate de evident: informatia de pe site-ul presedintiei este informatie oficiala a uneia dintre cele mai importante institutii ale statului. Este cat se poate de firesc ca ea sa fie verificata si corecta. De cealalta parte, oricine poate posta orice pe un blog.

Google a dezvoltat o lista de criterii in functie de care calculeaza probabilitatea ca informatia oferita de un site sa fie mai de incredere. Cu cat Google are mai mare incredere in acel site, cu atat vom spune ca site-ul respectiv are mai multa **Autoritate**.



Relevanta

Relevanta inseamna cat de important (relevant) este subiectul site-ului pentru cautarea unui utilizator.

Important: in cazul relevantei, conteaza aproape exclusiv subiectul abordat in site-ul sau pagina respectiva. Cu cat subiectul abordat este mai corelat cu cautarea unui utilizator, cu atat site-ul sau pagina respectiva este mai relevanta si sunt sanse mai mari sa apara mai sus in lista rezultatelor pentru acea cautare.

Sa analizam urmatorul exemplu:

Avem doua site-uri: Site-ul oficial al presedintiei si un blog despre papuci pentru pisici (chiar exista asa ceva). In cazul in care eu caut mai multe informatii despre *papucii pentru pisici*, care dintre cele doua site-uri este mai relevant pentru cautarea mea?

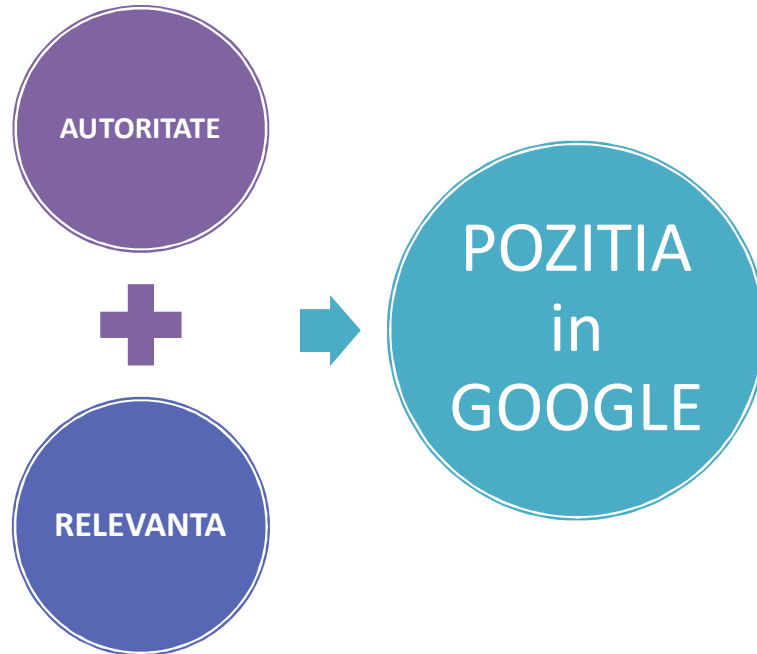
Din nou, intrebarea este una retorica. Papucii pentru pisici nu sunt un subiect de interes national asa ca este foarte putin probabil ca el sa fie discutat pe site-ul presedintiei. Pentru cautarea mea, un blog cu informatii despre papuci pentru pisici va fi mult mai relevant si foarte probabil va aparea in lista de rezultate eligibile, poate chiar pe primele locuri.

Cu cat continutul unui site sau al unei pagini este mai apropiat de cautarea unui utilizator, cu atat spunem ca este mai **Relevant** pentru utilizatorul respectiv.

Cu alte cuvinte lista rezultatelor din Google este data de urmatoarea "ecuatie":



ECUATIA AFISARII REZULTATELOR PE GOOGLE



Altfel spus pentru ca site-ul sau articolul nostru sa apara mai sus in rezultate in Google trebuie sa il facem mai relevant pentru cautarile utilizatorilor si sa crestem autoritatea in Google. Vedeti in continuare cum putem face asta.

Inainte de a vedea cum creste autoritatea, respectiv relevanta tin sa fac o precizare. Am folosit pana acum de multe ori expresia "site-ul sau articolul nostru". V-ati intrebat de ce? Pentru ca atat autoritatea cat si relevanta se calculeaza **distinct** pentru un site si pentru o pagina individuala.



Site-ul si Paginile

In general un site este compus din mai multe pagini. De exemplu pagina principala a unui site poate fi chiar pagina principala, de exemplu: "www.site-ul-meu.ro".

Acelasi site poate avea inasa si pagini secundare. El poate avea o pagina de contact care ar putea avea adresa: "www.site-ul-meu.ro/contact". Acelasi site poate avea si pagina cu produse, care ar putea avea adresa: "www.site-ul-meu.ro/produse". O alta pagina ar putea fi pagina unui produs, de exemplu: "www.site-ul-meu.ro/produse/produs1".



Structura site-ului dat de exemplu ar putea fi urmatoarea:

Autoritate generala site	Relevanta generala site	
Pagina	Autoritatea paginii	Relevanta paginii
www.site-ul-meu.ro	x	a
www.site-ul-meu.ro/contact	y	b
www.site-ul-meu.ro/produse	z	c
www.site-ul-meu.ro/produse/produs1	v	d
.....

Ce inseamna ca autoritatea si relevanta se calculeaza la nivel de pagina?

Cel mai important efect este faptul ca pentru cautari diferite, diferite pagini ale site-ului pot fi oferite ca rezultat. In cazul in care niciuna dintre paginile site-ului nostru nu este foarte relevanta pentru cautarea utilizatorului, este posibil sa aparem in rezultate doar cu paginile cu autoritate suficient de mare.



Retineti: SEO este o competitie intre site-uri si pagini.

Pentru a fi in primele locuri nu trebuie ca site-ul sau pagina noastra sa fie absolut perfecta, ci doar mai relevanta sau cu mai multa autoritate decat competitorii nostri.



Cum creștem Autoritatea

Spuneam mai devreme ca, in general, criteriile in functie de care Google calculeaza autoritatea unui site nu tin cont efectiv de subiectele din acel site.

Criteriile din lista de mai jos nu sunt toate criteriile folosite pentru calculul autoritatii. Lista completa este cel mai bine pazit secret de la Google, insa,

chiar si asa, putem spune cu o precizie destul de mare cateva dintre principalele criterii folosite in calculul autoritatii. Retineti ca ordinea in care apar aceste criterii nu reflecta neaparat importanta lor.

Marimea site-ului

Cu cat avem mai multe pagini si mai mult continut in site-ul nostru, cu atat autoritate site-ului este mai mare. Acesta este motivul pentru care Wikipedia apare pe prima pozitie pentru 25-30% din toate cautarile. Cand vine vorba de SEO, putem spune cert ca "marimea conteaza"

Marimea continutului fiecărei pagini

Spuneam mai devreme ca autoritatea se calculeaza la nivel de site, dar si la nivel de pagina individuala. Un site cu mii de pagini goale nu va avea o autoritate mare. Pentru un rezultat bun trebuie ca un numar cat mai mare de pagini sa aiba continut bogat pentru cititori.

- o Google incearca sa ofere rezultate relevante tuturor utilizatorilor sai. Atunci cand cauti ceva, te astepti sa gasesti informatii complete si relevante. Care e sansa ca un articol de cateva propozitii sa ofere informatie completa si relevanta?

Viteza site-ului

De cate ori ati vrut sa accesati un site, dar nu ati reusit pentru ca dupa 10-20 de secunde tot nu s-a incarcat? Viteza cu care se incarca paginile arata cat de bine este optimizat acel site si, in ultima instanta, cat de placuta va fi experienta utilizatorului.



Numarul de link-uri externe spre acel site/pagina

Ganditi-va la o stire foarte foarte importanta publicata de un ziar. Fiind o stire valoroasa ea va fi preluata de multe alte publicatii care vor mentiona sursa printr-un link spre sursa originala. In general, un site sau o pagina valoroasa va avea multe link-uri spre ea. Numarul si tipul link-urilor este un semnal important pentru Google in calculul autoritatii.

- Numarul link-urilor spre o pagina este un semnal foarte important pentru Google despre importanta acelei pagini, fie ca acele link-uri vin din site-ul nostru sau din site-uri externe.

Varsta site-ului

Cu cat un site e mai vechi, cu atat el va avea mai multa autoritate. Chiar daca este un criteriu important, el nu este un criteriu esential. In mare, un site cu o vechime mai mare de 6 luni are sanse sa ajunga pe primele locuri daca puncteaza bine la celelalte criterii.

Erorile prezente in site (HTML, 404, etc...)

Din punctul de vedere al lui Google, erorile de cod ale site-ului insemna doua lucruri

Neglijenta din partea administratorului - motiv pentru care el va fi penalizat

O experienta neplacuta pentru utilizatori. Fie ca site-ul se incarca greu, fie ca se incarca cu greseli si se afiseaza

Este absolut necesar sa incercam sa corectam si sa rezolvam un numar cat mai mare de erori. Din fericire exista multe unelte gratuite care ne pot ajuta la acest aspect. Una dintre aceste unelte este pusa la dispozitie chiar de Google - este vorba de Google Search Console, program numit si Webmaster Tools. Desi gratuit acest utilitar este unul dintre cele mai importante unelte pentru orice proiect de SEO, rezolvarea problemelor si monitorizarea rezultatelor. Functionarea lui este prezentata pe larg in cursul de Optimizare SEO on si off site.



Important de retinut

Acestea sunt printre cele mai importante criterii utilizate de Google pentru calculul autoritatii. Lista completa nu o stim si se presupune ca in total sunt peste 100 de criterii doar pentru autoritate. Pentru a veni in intampinarea nevoilor Dvs, SEOmark va ofera un curs specializat in care prezentam si alte criterii utilizate de Google pentru calculul autoritatii, modalitatile prin care putem masura aproximativ nivelul autoritatii (din pacate si aceste date sunt tinute secrete de Google) si care sunt cele mai eficiente modalitati prin care puteti obtine autoritate pentru site-ul Dvs.

Mai multe informatii in pagina cursului de [Optimizare SEO on si off site](#)



Cum crestem Relevanta

Daca pana acum am vorbit despre factori care nu au legatura directa cu continutul, in cazul relevantei ea are legatura aproape exclusiv cu **ce si cum scriem**.

Retineti: relevanta fata de o cautare se calculeaza aproape exclusiv in functie de continut. Din acest motiv, principalul criteriu va fi analiza textului si

secundar (mult mai putin important) analiza imaginilor existente in site sau pagini.

Ca si in cazul celorlalti factori amintiti pana acum, Relevanta se calculeaza atat la nivel de site cat si la nivel de pagina.

Un aspect foarte important de retinut este ca, desi in ultima perioada Google a facut progrese foarte mari, el este inca departe de a intelege cu adevarat despre ce este vorba intr-un site sau intr-un articol. Cand motorul de cautare parcurge o pagina (*am vrut sa folosesc cuvantul citesc, dar nu este prea potrivit*) el aplica un algoritm matematic pentru a determina statistic despre ce este vorba in acea pagina.

De exemplu, daca intr-un articol cuvantul mar sau mere apare de multe ori, atunci statistic este foarte probabil ca articolul respectiv sa aiba legatura cu fructul mere. Nu trebuie sa inteleg despre ce este vorba in articol pentru a face aceasta deducere.

Cele mai importante criterii pentru stabilirea relevantei sunt:



Cum este scris titlul articolului

In prezent, unul dintre cele mai importante criterii pentru stabilirea relevantei este titlul paginii/articolului respectiv. Daca vrem ca articolul nostru sa fie relevant pentru un anumit subiect, el trebuie sa apara in mod expres in titlul paginii / articolului.

Cum este scris primul paragraf

Un alt aspect important luat in considerare de Google este primul paragraf. Evident, si acesta trebuie sa fie relevant pentru subiectul nostru daca vrem ca pagina sa fie optimizata pentru motoarele de cautare.

Existenta unei Meta-Descrieri

Atunci cand cautati pe Google rezultatele vor avea 3 zone – Titlul, scris in general cu albastru, Link-ul fizic (permalink) scris cu verde si o descriere - redactata cu negru. Acea descriere este meta-descrierea sau primul paragraf, in cazul in care nu exista meta-descrierea. Google considera, insa, ca un articol este mai ingrijit daca exista si o meta-descriere si acel articol va fi cu atat mai relevant daca si in meta-descriere va fi mentionat subiectul pentru care dorim sa devenim relevanti

Frecventa utilizarii

Frecventa cu care apare in continutul paginii/articolului nostru subiectul este un criteriu foarte important pentru relevanta. Pana la urma, ar fi chiar ciudat ca un articol sa fie relevant pentru un subiect pe care nu prea il mentioneaza nu?

- o Important: Cand redactati continut, intotdeauna sa il scrieti pentru cititorii vostri si nu pentru Google. Un articol scris doar pentru SEO genereaza o impresie puternic neplacuta cititorilor si denota lipsa de profesionalism si in plus, in ultimii ani Google si-a perfectionat foarte mult algoritmi pentru detectarea continutului artificial. In cazul in care astfel de continut va fi identificat, aproape sigur articolul vostru va fi penalizat si nu va avea nicio sansa sa ajunga pe primele pozitii in cautari.

Corectitudinea gramaticala

Poate parea ciudat, insa corectitudinea gramaticala este un factor important de SEO si de relevanta. Odata pentru ca cine are grija de continutul sau, implicit, se respecta pe el si pe utilizatorii sai, deci va incerca sa ofere o experienta placuta cititorilor. Doi, pentru ca existenta erorilor gramaticale este unul dintre principalele criterii pentru identificarea continutului artificial, generat automat. Oricum ar fi, continut cu greseli = continut de calitate slaba.



Important de retinut

Acestea sunt printre cele mai importante criterii utilizate de Google pentru calculul **Relevantei**, insa nu sunt toate. SEOmark.ro va ofera un curs specializat, dedicat pentru cresterea relevantei si optimizarea continutului articolelor: [cursul de Jurnalism SEO](#). In acest curs va vom oferi o lista cu mult mai multe criterii pentru cresterea relevantei, va vom invata cum sa redactati articole optimizate si cateva unelte care va vor ajuta sa verificati continutul articolelor scrise.

Invatati si cum sa scrieti eficient un titlu si o introducere astfel incat sa cresteti numarul de accesari ale articolului Dvs. Cursul este sustinut de un trainer cu experienta in domeniul jurnalistic si va va prezenta modalitatile prin care puteti redacta eficient titlul si introducerea articolului pentru a maximiza click-urile venite de la cititori.

Va multumim si va asteptam pe [SEOmark.ro](#). Veti descoperi mai multa informatie, articole utile, servicii si cursuri.



SEOMark.ro

cursuri și servicii pentru business-uri online

Iti oferim o gama larga de **servicii** si **cursuri**
pentru **business-uri online**

- ✓ Servicii SEO
- ✓ Cursuri SEO si Jurnalism SEO
- ✓ Servicii Administrare Adwords
- ✓ Servicii Administrare Facebook
- ✓ Redactare articole SEO