

Effectix.com: Co bude klíčové pro SEO v roce 2014? Obsah, odkazy a sociální média

Je potřeba hledět do křišťálové koule a pátrat ohledně budoucnosti optimalizace pro vyhledávače (SEO)? Spíše ne, stačí se podívat na trendy z posledních měsíců právě uplynulého roku. A hlavně na to, kam SEO a SEM (marketing pomocí vyhledávačů) směřuje, nebo možná spíše "tlačí", Google.

Nezapomeňme, že SEO, neboli optimalizace pro vyhledávače, stále znamená a ještě dlouho bude znamenat zásadní rozdíl mezi úspěšným a neúspěšným webem SEO, navíc, coby odvětví informačních technologií, prochází neustálými změnami, které jsou úměrné tomu, jak se vyvíjí schopnosti vyhledávacích strojů (Google, Bing, Seznam) a jak se proměňuje Internet (vliv sociálních sítí a mobilních technologií).

Tři klíčové věci pro SEO v roce 2014

Není skutečně příliš potřeba hádat, abyste pochopili, že klíčovým v optimalizaci pro vyhledávače bude v první řadě hlavně **OBSAH**, který by ale, na rozdíl od let minulých, měl být kvalitní a psaný pro lidi. Podstatnou otázkou zůstává, jak se toto podaří Google strojově rozeznat.

Při budování kvalitního obsahu budete muset i nadále hledat a používat správná klíčová slova, využívat vhodný design a strukturu webu, často tvořit obsah nový (ideální příležitost pro **blog**, pokud jej stále nemáte), věnovat pozornost uživatelské použitelnosti, mobilní verzi, rychlosti webu i důslednému sledování aktivit konkurence.

Kvalitní obsah přinášející užitek pro návštěvníky pomůže zajistit lepší konverze, menší míru opuštění, více času stráveném na webu a také zájem o další obsah. A v podstatné míře také bude mít vliv na další ze tří klíčových věcí, tedy na **SOCIÁLNÍ MÉDIA**.

Sociální média nejsou ani tak přímým nástrojem SEO, jako nástrojem interakce, vytváření vazeb, budování značky, povědomí o značce a produktech a hlavně místem, kde fanoušci, uživatelé či přátelé pomáhají získávat návštěvníky, zákazníky či zájemce o produkty či služby.

Jsou ale také něčím, co se vyhledávací stroje (a Google zejména) pokoušejí zahrnout do algoritmů určujících pozice ve vyhledávání a je jisté, že rok 2014 přinese další a další pokusy o nalezení nových postupů.

Sociální média využijete k šíření obsahu, který jste vybudovali v prvním kroku. Vaši fanoušci, příznivci či přátelé budou nasdílený obsah rozšiřovat dál a dál. A samozřejmě, na to nesmíte nikdy zapomenout, budou poskytovat zpětnou vazbu, ptát se, chválit, stěžovat si, zajímat se.

Zatímco budování vlastního obsahu bylo svým způsobem jednosměrnou aktivitou, zde musíte pamatovat na aktivní účast v sociálních sítích. Sami byste navíc měli aktivně oslovovat nejenom fanoušky, ale další vlivné uživatele. Vyvolávat zájem o značku tak, abyste budovali povědomí o značce. V nebyvalé míře se vám budou hodit i předchozí zkušenosti z budování obsahu a klíčovou roli bude hrát **copywriting** i **storytelling** (vyprávění příběhů).

V Česku budete mít na sociálních sítích situaci zjednodušenou tím, že nemusíte přemýšlet nad desítkami možných sítí, kde působit - na výběr je hlavně Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ a v posledních době je vhodné uvažovat i o Instagramu či Pinterestu.

Až budete řešit sociální sítě, nezapomeňte se vrátit zpět ke svému obsahu a postarat se o to, aby byl sociální. Doplnit potřebné sdílecí, tweetovací či +1 prvky na web a blog, tak aby návštěvníci mohli obsah sdílet na své sociální sítě. A také správně zajistit, aby se ihned na vašem webu mohli stát vašimi fanoušky či sledujícími.

Sdílení na sociální sítě a zviditelňování vám pomůže v třetím klíčovém prvku SEO strategie pro rok 2014. Starému známému **budování zpětných odkazů**. **ODKAZY** stále jsou a budou klíčovým prvkem algoritmu vyhledávačů. A také způsobem jak přivádět na web návštěvníky odjinud, než z vyhledávačů.

V roce 2014 bude dobré pamatovat na to, že Google klade velmi vysoký důraz na to, aby vytvářené zpětné odkazy dávaly smysl, byly kvalitní a sloužily uživatelům Internetu. V nebývalé míře bude důležité zapojit inteligenci a taktiku a zapomenout na hromadné vytváření nesmyslných zpětných odkazů.

Pamatujte na řadu technik, které vám mohou pomoci - ať už je to tzv. **guestblogging** (blogy píšící články o vašich službách či produktech) či **tiskové zprávy** a důsledná práce s médii směřující k tomu, že v článcích "o vás" se budou vyskytovat správné odkazy. Správné jak z hlediska toho **kam** směřují, tak **jak** vypadají.

Jak to tedy celé jde dohromady

Začnete budováním kvalitního **obsahu** pro web a blog, ten bude sloužit jak pro vyhledávače, tak pro návštěvníky. Nezapomenete na to, aby váš web a blog byly sociální. Jedná se o cestu jak získat fanoušky a šířit váš obsah na **sociálních sítích**. Ty využijete naplno pro komunikaci s dalšími fanoušky, zájemci (ale i odpůrci) a posílíte tak pozici značky, včetně dalšího posílení návštěvnosti webu či blogu. Obsah samotný, ať už na webu, blogu či sociálních sítích, využijete pro budování silného a prospěšného portfolia **zpětných odkazů**. Ty poslouží samozřejmě hlavně pro vyhledávače, ale mohou také v slušné míře přivádět návštěvnost přímo.

Nezapomínejte, že samotné SEO či SEM jsou pouze jedním z nástrojů marketingu. Produkty prodává i reklama, tradiční marketing, kvalitně poskytované služby, kvalitní produkty, zajímavá nabídka, atraktivní ceny, známost a pověst značky. Samotný marketing má navíc mnoho podob, ať už internetových nebo klasických. A sociální sítě sice vypadají jako nesmírné lákadlo, ale stále platí, že je používá aktivně méně než polovina populace.

O společnosti Effectix.com

Effectix.com, s.r.o. zajišťuje pro rozsáhlé portfolio svých klientů služby v oblasti efektivního internetového marketingu. Od výroby webových stránek nebo internetových obchodů, přes SEO až po následnou propagaci a zviditelnění firem na Internetu. Poskytuje komplexní servis v internetové oblasti s jasným zaměřením na maximalizaci okamžitých prodejních výsledků. S nadstandardním klientským servisem pracuje pro malé, střední i velké firmy.

Pro více informací prosím kontaktujte:

Sylva Sulaimanová, Weber Shandwick, e-mail: ssulaimanova@webershandwick.cz, tel. 724 724 293

