

NIEZAWODNE STRATEGIE WYGRYWANIA W SIECI

Emilia Jedamska

Jak zdobyć popularność i zjednać sobie wyszukiwarki



Niniejszy ebook jest własnością prywatną.

© Copyright by Wydawnictwo [Złote Myśli](#) & Emilia Jedamska
rok 2009

Data: 21.08.2009

Tytuł: Jak zdobyć popularność i zjednać sobie wyszukiwarki

Autor: Emilia Jedamska

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-871-9

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Redakcja: Magda Wasilewska, Sylwia Fortuna

Skład: Marcin Górniakowski

Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

**Wszelkie prawa zastrzeżone.
All rights reserved.**

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
CZEŚĆ I	8
<u>Pozycjonowanie pod wyszukiwarki</u>	9
<u>Pozycjonowanie językowe</u>	10
KROK 1.	
<u>Wybór słów kluczowych</u>	10
KROK 2.	
<u>Słowa kluczowe w nazwie domeny</u>	15
KROK 3.	
<u>Słowa kluczowe w znaczniku <title></u>	16
KROK 4.	
<u>Słowa kluczowe w <description metatag></u>	19
KROK 5.	
<u>Słowa kluczowe w <keyword metatag></u>	21
KROK 6.	
<u>Słowa kluczowe w treści</u>	23
KROK 7.	
<u>Słowa kluczowe w nagłówkach</u>	24
KROK 8.	
<u>Tekst alternatywny dla obrazka</u>	25
<u>Pozycjonowanie architektoniczne</u>	27
KROK 9.	
<u>Mapa strony</u>	27
KROK 10.	
<u>Przyjazne adresy URL</u>	30
KROK 11.	
<u>Inteligentne linki wewnętrzne</u>	32
KROK 12.	
<u>Graficzne linki wewnętrzne</u>	34
<u>Pozycjonowanie reputacyjne</u>	36
KROK 13.	
<u>Linki przychodzące</u>	36
KROK 14.	
<u>Po co są linki wychodzące?</u>	39
KROK 15.	
<u>Pozwól się polubić</u>	40
KROK 16.	

<u>Dodaj się do katalogów</u>	41
<u>KROK 17.</u>	
<u>Czy jesteś świeży?</u>	42
<u>KROK 18.</u>	
<u>Serwis jak wino</u>	43
<u>KROK 19.</u>	
<u>Obserwuj, analizuj, testuj</u>	43
<u>CZEŚĆ II</u>	49
<u>Popularność wśród ludzi</u>	50
<u>KROK 20.</u>	
<u>E-mail marketing</u>	51
<u>KROK 21.</u>	
<u>E-zine marketing</u>	55
<u>KROK 22.</u>	
<u>Ostatni sekret e-sukcesu: optin box</u>	57
<u>KROK 23.</u>	
<u>Broń automatyczna = autoresponder</u>	62
<u>KROK 24.</u>	
<u>Poleć znajomemu</u>	64
<u>KROK 25.</u>	
<u>Fora</u>	65
<u>KROK 26.</u>	
<u>Blogi</u>	66
<u>KROK 27.</u>	
<u>Serwisy społecznościowe</u>	69
<u>CZEŚĆ III</u>	71
<u>PRESS RELATIONS – relacje z prasą</u>	72
<u>KROK 28.</u>	
<u>Lista list</u>	72
<u>KROK 29.</u>	
<u>Centrum prasowe</u>	74
<u>KROK 30.</u>	
<u>Press Release, czyli informacja prasowa</u>	75
<u>KROK 31.</u>	
<u>Ty, czyli ekspert</u>	77
<u>DODATEK</u>	79
<u>Wzór informacji prasowej</u>	80

WSTEP

Zaleca się przeczytać najpierw „[Usprawnij swój serwis internetowy i zwielokrotnij zyski!](#)”.

W sieci i księgarniach można znaleźć tysiące publikacji na temat zdobywania popularności w Internecie. Problem z 99% z nich jest dwojakiego rodzaju: traktują zagadnienie fragmentarycznie bądź przedstawiają krótkowzroczne porady, nie do końca zgodne z zasadami, etyką i prawem.

W „Jak zdobyć popularność i zjednać sobie boty?” poznasz **kompleksową strategię** popularyzacji Twojej firmy w sieci. Książka została podzielona na 3 części zgodnie z zasadą 3P.

Zasada 3P oznacza popularyzację Twojego serwisu internetowego trzema najważniejszymi kanałami, tzn. poprzez:

- **P**ozycjonowanie pod wyszukiwarki
- **P**opularność wśród ludzi
- **P**ress, czyli relacje z prasą

Dzięki zastosowaniu zasady 3P uruchomisz siłę Internetu na 3 frontach jednocześnie, by działała na Twoją korzyść.

W części **Pozycjonowanie pod wyszukiwarki** poznasz strategiczne zasady przyciągania botów wyszukiwarek do Twojego serwisu, by z przyjemnością chwycyły podsuwane im kąski i windowały Twoją firmę na szczyty wyników wyszukiwania. Każdy przedstawiany Tobie krok jest zgodny z prawem i etyką postępowania w Internecie, pochodzi z najbardziej aktualnych

źródeł na świecie i jest obliczony na długoterminowy sukces Twojej firmy. Jest to pozycjonowanie organiczne (naturalne) i, choć czasochłonne, przynosi długotrwałe efekty, praktycznie przy niemal zerowych nakładach finansowych.

W części **Popularność wśród ludzi** nauczysz się, jak zjednywać sobie nieznajomych i zamieniać ich w przyjaciół, a przyjaciół w klientów. Te zasady pochodzą od najlepszych w tej dziedzinie na świecie, m.in. wykorzystują koncepcję *Permission Marketing*, opracowaną przez bezsprzecznego guru marketingu internetowego Setha Godina.

W ostatniej części, **Press**, otrzymasz gotowe rozwiązania i recepty na zainteresowanie Twoim serwisem mediów. Dziennikarze, jako specyficzna grupa odbiorcza, potrzebują specjalnego traktowania. Dobre stosunki z tą grupą gwarantują Ci nieustający rozgłos.

Popularność w sieci jest jak poruszający się cel – wymaga stałej uwagi i przemyślanego działania. Taką uwagę i przemyślane działanie można określić jako realizację strategii efektywnej obecności Twojej firmy w sieci.

Pamiętaj! Zdobywanie popularności i zjednywanie sobie botów to proces ciągły. Stosując audyt Twojej strony na bazie przedstawionych poniżej zasad, gwarantujesz sobie i swojej firmie stały rozwój i przewagę nad konkurencją.

CZEŚĆ I

Pozycjonowanie pod wyszukiwarki

Pozycjonowanie pod wyszukiwarki, tzw. SEO (*Search Engine Optimization*) nie jest wysłaniem człowieka na księżyc. Mimo to, tak właśnie firmy SEO opisują pozycjonowanie: wymagające wiele trudu, nadzwyczajnych umiejętności, wiedzy tajemnej i... dużo pieniędzy. Tymczasem, guru Internetu, Jakob Nielsen o SEO mówi tak:

Jestem pesymistą, jeżeli chodzi o przyszłość zawodu SEO, ponieważ podstawy optymalizacji pod wyszukiwarki są całkiem proste i powinny należeć do podstawowych kompetencji wszystkich, którzy zarabiają w Internecie, na marketingu internetowym czy też dzięki pisaniu do sieci. Nie potrzebujesz konsultanta SEO, żeby stworzyć stronę internetową przestrzegającą tych prostych zasad.

Za Jakobem Nielsenem pozycjonowanie pod wyszukiwarki dzielimy na:

- **Językowe**, oparte na słowach kluczowych (Kroki 1-8);
- **Architektoniczne**, czyli poprzez odpowiednio skonstruowaną nawigację i odnośniki (Kroki 9-12);
- **Reputacyjne**, którego wyznacznikiem jest ilość i jakość dróg prowadzących do Twojej strony (Kroki 13-19).

Pozycjonowanie językowe

KROK 1. **Wybór słów kluczowych**

Warto, abyś na chwilę zatrzymał się i skrupulatnie przemyślał ten krok. Wybrane w tym kroku słowa kluczowe umieścisz w 10 strategicznych miejscach w celu skutecznego spozycjonowania Twojego serwisu internetowego. Dlatego też nie warto się spieszyć. Od tego kroku zależy 10 następnych.

Jak wybrać słowa kluczowe, które przyciągną tłumy do Twojej strony?

Wybierz je zgodnie z następującymi zasadami:

- Wypisz wszystkie słowa, jakie kojarzą Ci się z propozycją prezentowaną na Twojej stronie.

Posłużę się przykładem serwisu oferującego rezerwację stolika w najlepszych restauracjach w Warszawie.

Słowa kojarzące się z treścią serwisu to np.:

restauracje, kuchnia, luksusowy, Warszawa, kuchnia francuska, kuchnia międzynarodowa, sushi, kuchnia włoska,

najlepsze restauracje, rezerwacja stolika, e-rezerwacja, za-
rezerwuj, obiady, lunchy, spaghetti, kolacja we dwoje etc.

Oto miejsce na Twoje skojarzenia z Twoim serwisem:

.....

.....

.....

.....

Wybierz 10 najbardziej trafnych słów z powyższej listy

.....

.....

.....

.....

- Sprawdź, jak często są wpisywane te słowa w wyszukiwarce Google, synonimy tego słowa i wszelkie dodatkowe skojarzenia.

Narzędzie: Google AdWords