

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA POZYCJĘ W WYSZUKIWARKACH

Oto zestawienie tych czynników w tabeli.

Ważność każdego z nich przedstawiona jest w skali 0 – 5.

Poniżej krótkie omówienie niektórych z nich oraz takich, które w tabeli nie wystąpiły.

+ 10 Najkorzystniejszych		. 10 Kontrowersyjnych		- 5 Negatywnych
1. Słowa kluczowe w tytule		1. Ręczne ustawianie rankingu		1. Niedostępność serwera
2. Rozbudowana sieć linków		2. Zależność: temat \Leftrightarrow zapytanie		2. Zdublikowana zawartość
3. Anchor Text		3. Słabe linki / sprzedaż linków		3. Linki do słabych stron
4. Popularność linków wewnętrznych		4. Duplikowanie meta tagów		4. Duplikowanie metatagów
5. Wiek strony		5. Popularność linków globalnych		5. Słabe linki/sprzedaż linków
6. Linki do stron podobnych		6. Zawartość merytoryczna strony		
7. Popularność tematu strony		7. Rodzaj domeny (com, gov, edu..)		
8. Słowa klucze w <body>		8. Kiepski, awaryjny serwer		
9. 9. Popularność linków globalnych		9. Linki zew. do niepewnych stron		
10. Częstość dodawania linków		10. Domena (edu, gov, com ...)		

CZYNNIKI ZWIĄZANE ZE SŁOWAMI KLUCZOWYMI

UŻYCIE SŁOWA KLUCZOWEGO W TYTULE STRONY

WAŻNOŚĆ: 4.9

Znawcy tematu są zgodni w tej kwestii – sformułowanie właściwego tytułu to klucz do sukcesu. Czynniki ten jest ważny od kilku lat i ta tendencja nie ulega zmianom.

UŻYCIE SŁOWA KLUCZOWEGO W CIELE STRONY

Ważność: 3.7

Ważne jest umieszczanie słowa kluczowego także w zawartości strony, aby miała ona logiczną spójność z tytułem. Algorytmy wyszukiwania są coraz dokładniejsze i mają zdolność sprawdzenia czy słowa na stronie są powiązane z tematem, czy też nie.

Powiązanie zawartości strony ze słowami kluczowymi

Ważność: 3.4

Kolejna ważna kwestia. Zawartość strony nie musi być idealnie zgodna ze słowami kluczowymi, ale sprawdzane są też np. synonimy, pozwalające stwierdzić, czy strona na pewno traktuje o tym, o czym powinna.

Słowa kluczowe w tagu <H1>

Ważność: 3.4

Zależne od tematu strony oraz słowa zawartego między <H1> i </H1> . Jeśli masz stronę o odkurzaczach i wpiszesz w tagu H1: Britney Spears – na pewno Ci to nie pomoże.

Słowo kluczowe w nazwie domeny

Ważność: 3

Używanie słów kluczowych w nazwie ma sens, jeśli oddzielimy je myślnikami. Z drugiej strony używanie zbyt wielu myślników może być zgubne. Najlepszą opcją jest całkowita zgodność słowa kluczowego oraz nazwy domeny.

Słowo kluczowe w adresie URL (np. www.topseo.pl/slowo-kluczowe)

Ważność: 2.8

Równie ważny czynnik, szczególnie jeśli chodzi o Yahoo. Zapewnia dobrą nawigację użytkownikom. Używaj myślników.

Słowa kluczowe w tagach H2, H3, H(x)

Ważność: 2.8

Drugi z najważniejszych czynników decydujący o pozycji strony. Może być czasami ważniejszy niż H1. Należy stosować go z rozwagą, gdyż źle umieszczone lub używane bez umiaru może zaszkodzić stronie.

Słowa kluczowe zawarte tagach Alt i tytułach obrazków

Ważność: 2.5

Bardzo ważne przy wyszukiwaniu obrazów, dużo mniej ważne przy wyszukiwaniu standardowym.

Pogrubione słowa kluczowe (zawarte między a)

Ważność: 2.4

Podkreślenie owych słów i wyróżnienie ich z reszty tekstu może wskazać robotowi, że musi poświęcić więcej uwagi na analizę danego fragmentu.

Słowa kluczowe w tagu : Meta-Description

Ważność: 1.2

Jedynie Yahoo bierze to szczególnie pod uwagę. Działa także na literówki – także Google się „da złapać” (gdy wpisujemy w tym tagu np. „Gogle” i użytkownik także popełni ten błąd przy wyszukiwaniu, jest szansa na dobrą pozycję).

WŁAŚCIWOŚCI STRONY

Ogólna popularność linków oraz stron linkujących do naszej

Ważność: 4.5

Czyli liczba oraz jakość stron, które linkują do naszego serwisu i vice versa. Jeśli strony do których linkujemy są wartościowe, możemy liczyć na wzrost wartości PageRank strony.

Wiek strony

Ważność: 4

Wiek strony jest ważny, szczególnie jeśli strona ma mniej niż rok. Strona długo „wisząca” w sieci zyskuje zaufanie wyszukiwarek i lepszą pozycję w rankingu.

Powiązanie tematyczne słów kluczowych i linków wewnętrznych

Ważność: 3.9

W idealnym algorytmie powiązanie ma znaczenie. Dobre linki to dobry biznes pomagający w osiągnięciu lepszej pozycji.

Częstość dodawania nowych linków

Ważność: 3.5

Ważne jest, aby linkowanie to było naturalne, stopniowe, rozmieszczone w czasie. Prowadzenie strony w taki sposób może być bardzo korzystne.

Powiązanie tematu strony z zapytaniem użytkownika

Ważność: 3.2

Dobrym przykładem może być tutaj wikipedia, posiadająca wiele podstron. Jeśli użytkownik wprowadzi zapytanie, które jest w bazie wikipedii – będzie ona na jednej z czołowych pozycji.

Czas spędzony na przeglądaniu strony, bezpośrednie wizyty, ...

Ważność: 2.7

Coraz ważniejszy czynnik. Jedyna wątpliwość dotyczy tego, jak wyszukiwarki mają sprawdzać, co robi użytkownik na danej stronie. Google prowadzi badania w tym kierunku – gromadzi dane i próbuje je zrozumieć i interpretować.

Ręczne manipulowanie pozycją strony

Ważność: 2.6

Ta praktyka zdarza się czasem w wyszukiwarce Google. Na ogół na korzyść danej strony. Niektórzy podają za przykład Wikipedię.

Rozszerzenie nazwy domeny (edu, gov, us, com , ...)

Ważność: 2.5

Jest jedna mała różnica pomiędzy wszystkimi domenami. Przyjmuje się, że zamysły użytkownika mogą być różne, jak i różne mogą być zawartości stron **.gov** i np. **.go** czy **.tv**. Jeśli użytkownik wyszukuje informacji dotyczących rządu, która domena będzie bardziej zaufaną dla niego? „**rzad.gov.pl**” czy „**rzad.tv.pl**” lub „**rzad.friko.pl**”?

Częstość dodawania nowych podstron do serwisu

Ważność: 2.5

Opinie na ten temat są podzielone. Jedni twierdzą, że dodawanie nowych podstron nic nie zmienia. Inni zaś, że zależy to od liczby tych stron i tematyki strony. Przykładowo – serwis z wiadomościami może mieć 1.000 nowych podstron dziennie, a serwis traktujący o zwierzętach – 1 str. dziennie.

Liczba zapytań dla danej strony/domeny w określonym czasie

Ważność: 2

Potencjalnie może wpływać na wyniki. Google sprawdza te dane, ale ciężko powiedzieć czy taka analiza jest częścią algorytmu tej wyszukiwarki.

Weryfikacja strony przez Narzędzia Webmastera Google

Ważność: 1.4

Prawdopodobnie nie wpływa na pozycję w rankingu, ale może zwiększyć liczbę wizyt robota i zwrócić większą uwagę adminów na wysłane wiadomości (np. Re-inclusion request).

WŁAŚCIWOŚCI LINKÓW WCHODZĄCYCH

Anchor Text linka

Ważność: 4.4

Przez ostatnie 2 lata Google odchodzi od analizy anchor textów na rzecz analizy autorytetu strony i liczby dobrych jakościowo linków.

Popularność strony, do której linkujemy

Ważność: 3.6

Najprawdziwsza z prawd: im lepsza strona, do której linkujemy, tym większa wartość linka.

Linkowanie do stron podobnych tematycznie

Ważność: 3.5

Powiązanie tematyczne niekoniecznie musi być wskaźnikiem autorytetu, aczkolwiek jest bardzo pożądane i ważne.

Popularność linka pośród grup dyskusyjnych, forów tematycznych, społeczności internetowych

Ważność: 3.5

Nie wierzę, że Google osiągnęło już poziom wychwytywania tego czynnika. Ale wierzę, że pracują nad tym. Warto jest linkować się w takich miejscach, szczególnie jeśli mamy specyficzne, ścisłe grono odbiorców.

Linkowanie do serwisów podobnych tematycznie

Ważność: 3.2

Wystarczy, jeśli jest to zaufana domena, a strona do której linkujesz jest dobra. Poza tym na pewno pomaga w odnalezieniu twojej strony (bardzo wąskie grono odbiorców – niewielka ilość stron o podobnej tematyce).

Wiek linku

Ważność: 3.1

Wierzę, że wiek linku liczy się w najnowszych algorytmach wyszukiwania. Nowe linki potrzebują czasu, aby stać się wartościowymi.

Tekst otaczający link

Ważność: 3.1

Link ma większą wartość, gdy otacza go jakiś tekst, a nie po prostu słowo „kliknij tutaj”. Prawdopodobnie waga takiego linka wzrośnie w przyszłości.

Popularność wewnętrznego linka w obrębie domeny/serwera

Ważność: 2.9

Czynnik ten staje się ważny dopiero wtedy, gdy domena lub serwer są wiarygodne dla Google.

Rozszerzenie nazwy domeny (edu, gov, com, ...)

Ważność: 2.5

Teoretycznie czynnik ten nie ma dużego wpływu, ale... zazwyczaj linki **.edu** czy **.gov** są wartościowe, ponieważ mają dużo linków od zaufanych stron, przez co same w sobie stają się wiarygodne.

PageRank (mierzony przez Google Toolbar)

Ważność: 2.5

Wielu ludzi powie „nie” ale to nadal dobra miara jakości, która mówi nam coś o stronie. Toolbar jest już „przeterminowany”, ale Google używa jeszcze PR do kolejgowania stron. Reasumując – dobry jako pewna informacja, ale nie należy na nim zbytnio polegać.

Tymczasowe atrybuty linku

Ważność: 2.5

Tak samo ważne jak wiek linku. Mówią nam o tym kiedy link został stworzony i kiedy był aktualizowany.

CZYNNIKI NIEKORZYSTNE

Niedostępność serwera dla botów indeksujących

Ważność: 3.8

Jeśli serwer jest przez większą część czasu dostępny i pracuje poprawnie, wszystko jest w porządku. Niekiedy jednak serwery odrzucają połączenie z botem lub są mocno awaryjne, jak więc strony na nich postawione mają być wysoko w rankingu?

Podobna lub zduplikowana zawartość strony

Ważność: 3.6

Jeśli zawartość strony zostanie potraktowana jako duplikat – twoja pozycja w rankingu będzie niska. Staraj się nie kopiować zawartości od innych.

Linki zewnętrzne do kiepskich / spammerskich stron

Ważność: 3.5

Linkowanie do kiepskiego sąsiedztwa oznacza ciebie jako rezydenta takiej samej strony. Starajmy się tego unikać.

Duplikowanie meta-tagów na wielu podstronach

Ważność: 3.3

Filtry wyszukiwarek są coraz bardziej bezwzględne. Jeśli strona ma niewiele zawartości, a jedynie duplikuje inną stronę – szybko spadnie na sam dół wyników.

Sprzedawanie / kupowanie linków

Ważność: 3.3

Może być przyczyną spadku, pod warunkiem że zostanie wykryte. Zmniejsza także wartość linków wychodzących.

Spamowanie/ Stuffing (zbyt duża liczba słów kluczowych)

Ważność: 3.3

Kontrowersyjna kwestia. Czemu? Strony ze słowem „viagra” pełne spamu mają się nieźle ☺. Generalnie jeśli bardzo przesadzi się z liczbą słów kluczowych, może to wpłynąć negatywnie na pozycję w rankingu.

Bardzo słabe czasy odpowiedzi serwera

Ważność: 2.8

Opinie są podzielone. Prawdą jest, że ogranicza indeksowanie danej strony przez robota

Linki przychodzące ze stron spamujących

Ważność: 2.2

Prawdopodobnie mogą skrzywdzić strony nowe, świeże, ale myślę iż zaufane strony nie mają czego się bać.

Mała liczba odwiedzających

Ważność: 2.1

Prawdopodobnie w przyszłości będzie na to kładziona większa uwaga. Na razie możemy tylko zgadywać.
