η πρόοδος των αλγορίθμων νέων κανόνων βελτιστοποίησης λέξεων -κλειδιών

Οι μεγάλες μηχανές αναζήτησης όπως η Google προσπαθούν συνεχώς να διασφαλίζουν ότι οι ιστότοποι στην κορυφή των σελίδων αποτελεσμάτων τους προσφέρουν ανεκτίμητες πληροφορίες ή υπηρεσίες στους επισκέπτες τους. Ωστόσο, οι site owners που θέλουν να κάνουν γρήγορα χρήματα, ενώ προσφέρουν πολύ μικρό ποιοτικό περιεχόμενο βρίσκουν πάντα νέους τρόπους για να νικήσουν τις μηχανές αναζήτησης στο δικό τους παιχνίδι. Για το λόγο αυτό, οι μηχανές αναζήτησης αλλάζουν τακτικά τις μεθόδους που χρησιμοποιούν για να καθορίσουν τη σχετικότητα και τη σημασία του ιστότοπού σας. Το περιεχόμενο πρέπει να βελτιστοποιηθεί έτσι ώστε τόσο οι επισκέπτες της μηχανής αναζήτησης όσο και οι επισκέπτες των ανθρώπων να το θεωρούν ως χρήσιμο ιστότοπο. Μια φορά κι έναν καιρό, η αποτελεσματική βελτιστοποίηση συνεπαγόταν περιεχόμενο γεμίζοντας με όσο το δυνατόν περισσότερες λέξεις -κλειδιά και ενώ αυτό δημιούργησε τα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης, έβαλε πάντοτε τους επισκέπτες. Επίσης, είναι τώρα επικαλυμμένο και τιμωρείται ως unsolicited mail από όλες τις μεγάλες μηχανές αναζήτησης. Οι υπολογισμοί από αυτούς τους αλγόριθμους καθορίζουν πού θα εμφανιστούν οι σελίδες αποτελεσμάτων της μηχανής αναζήτησης που θα εμφανιστεί ο ιστότοπός σας. Προκειμένου να διατηρηθούν οι αδίστακτοι site owners να μαντεύουν και να διασφαλίζουν ότι τα αποτελέσματα είναι πάντα ενημερωμένα, οι μεγάλες μηχανές αναζήτησης ενημερώνουν τακτικά τους αλγόριθμους τους. Πρόσφατες εξελίξεις Το αποτέλεσμα ορισμένων από τις πιο πρόσφατες αλλαγές έχει δει ότι η ώθηση απομακρύνεται από τη βελτιστοποίηση των ιστότοπων για τις μηχανές αναζήτησης και top SEO company αντ 'αυτού οι αλγόριθμοι είναι τώρα προσανατολισμένοι να προωθήσουν ιστότοπους που δίνουν πραγματική αξία στους επισκέπτες. Δεν αλλάζουν μόνο, εξελίσσονται σε πιο ευφυείς και ακριβείς αλγόριθμους. Ενώ η χρήση λέξεων -κλειδιών που βασίζονται στο σχετικό θέμα εξακολουθεί να είναι σημαντική, είναι επίσης σημαντικό να διασφαλιστεί ότι οι επισκέπτες είναι η κύρια προτεραιότητά σας. Βελτιστοποίηση λέξεων -κλειδιών



Η βελτιστοποίηση των λέξεων -κλειδιών είναι πλέον πιο προστατευμένη. Εκείνοι που περιλαμβάνουν λέξεις -κλειδιά πολύ συχνά θα έχουν τις τοποθεσίες τους επισημασμένες ως spam, ενώ δεν υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις της κατάλληλης λέξης -κλειδιού σημαίνει ότι δεν θα λάβετε τα επιθυμητά αποτελέσματα. Ωστόσο, οι αλγόριθμοι έχουν γίνει ιδιαίτερα έξυπνοι και καθώς και οι λέξεις -κλειδιά που θέλετε να στοχεύσετε θα πρέπει να συμπεριλάβετε άλλες σχετικές λέξεις -κλειδιά. Οι συμπεράσματα των SEO agency λέξεων -κλειδιών είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να διασφαλιστεί ότι ο ιστότοπός σας θεωρείται σχετικός. Οι πληροφορίες είναι μικρές αλλαγές στη λέξη -κλειδί σας. Για παράδειγμα, οι προσβολές της διαφήμισης λέξεων -κλειδιών περιλαμβάνουν τη διαφήμιση, τη διαφήμιση, τη διαφήμιση κ.λπ. Αυτά τα τμήματα περιλαμβάνουν την ετικέτα

τίτλου, τις ετικέτες μετα -ετικετών (μόνο σχετικές με τις μικρότερες μηχανές αναζήτησης τώρα), ετικέτες κεφαλίδας, ετικέτες alt photograph και ετικέτες μορφοποίησης (π.χ. λέξεις -κλειδιά με έντονους ή πλάγους) του κειμένου σας. Με τις ετικέτες alt picture και τις ετικέτες τίτλου υπερσύνδεσης είναι σημαντικό να μην τα γεμίζετε απλά με λέξεις -κλειδιά, επειδή αυτό θα αγνοηθεί στην καλύτερη περίπτωση και θα τιμωρείται στη χειρότερη περίπτωση. Μόλις το κάνετε αυτό, περάστε και βεβαιωθείτε ότι περιλαμβάνονται τυχόν σχετικές λέξεις -κλειδιά σε όλο το κείμενο. Τοποθετήστε τα μόνο εκεί που θα φαίνονταν φυσικά και θα τα αφαιρέσουν από οπουδήποτε εμφανίζονται αδέξια. Μόλις γράψετε το περιεχόμενο θα πρέπει επίσης να ελέγξετε τους υπόλοιπους παράγοντες για να διασφαλίσετε ότι όλα είναι εντάξει. Συμπεριλάβετε μία ή περισσότερες λέξεις -κλειδιά, ενώ εξακολουθείτε να είστε περιγραφικοί. Μην συμπεριλάβετε λέξεις που δεν εμφανίζονται στο σώμα του κειμένου σας. Μια συνολική πυκνότητα λέξεων -κλειδιών (όλες οι λέξεις -κλειδιά) περίπου 15% έως 20% είναι το μέγιστο που πρέπει να επιδιώξετε και οτιδήποτε λιγότερο από 5% είναι απίθανο να αποφέρει καλά αποτελέσματα. Το 1% φαίνεται πολύ χαμηλό και το 7% λίγο πολύ υψηλό. Όπου είναι δυνατόν στο 5% με την κύρια λέξη -κλειδί και three% με δευτερεύουσες και επακόλουθες λέξεις -κλειδιά ετικέτες κεφαλίδας (π.χ. H1 και H2 ετικέτες) Γενικά, αν τολμήσετε την πρώτη εμφάνιση των λέξεων -κλειδιών σας και την τελευταία εμφάνιση της κύριας λέξης -κλειδιού θα πρέπει να δείτε κάποια θετικά αποτελέσματα. Προσπαθήστε να συμπεριλάβετε την κύρια λέξη -κλειδί σας μέσα στην πρώτη πρόταση ή δύο και επίσης στην τελευταία παράγραφο. Key-Phrases ως ολόκληρες φράσεις Εάν στοχεύετε το μάρκετινγκ Διαδικτύου ως βασική φράση, τότε μην χωρίζετε τις λέξεις επάνω, αν είναι δυνατόν. Κάποια επίδραση παρατηρείται εάν οι λέξεις είναι χωρισμένες, αλλά λαμβάνεται πολύ περισσότερα οφέλη συμπεριλαμβάνοντας τη φράση στο σύνολό της. alt κείμενο Συμπεριλάβετε τη λέξη -κλειδί σας τουλάχιστον μία φορά στην ετικέτα alt οποιασδήποτε εικόνων. Βεβαιωθείτε ότι το κείμενο είναι σχετικό με την εικόνα και παρέχει κάποιες πληροφορίες.