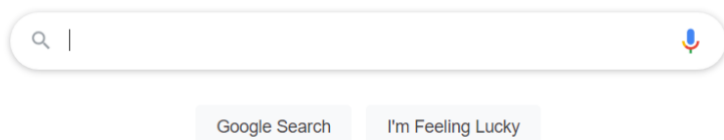




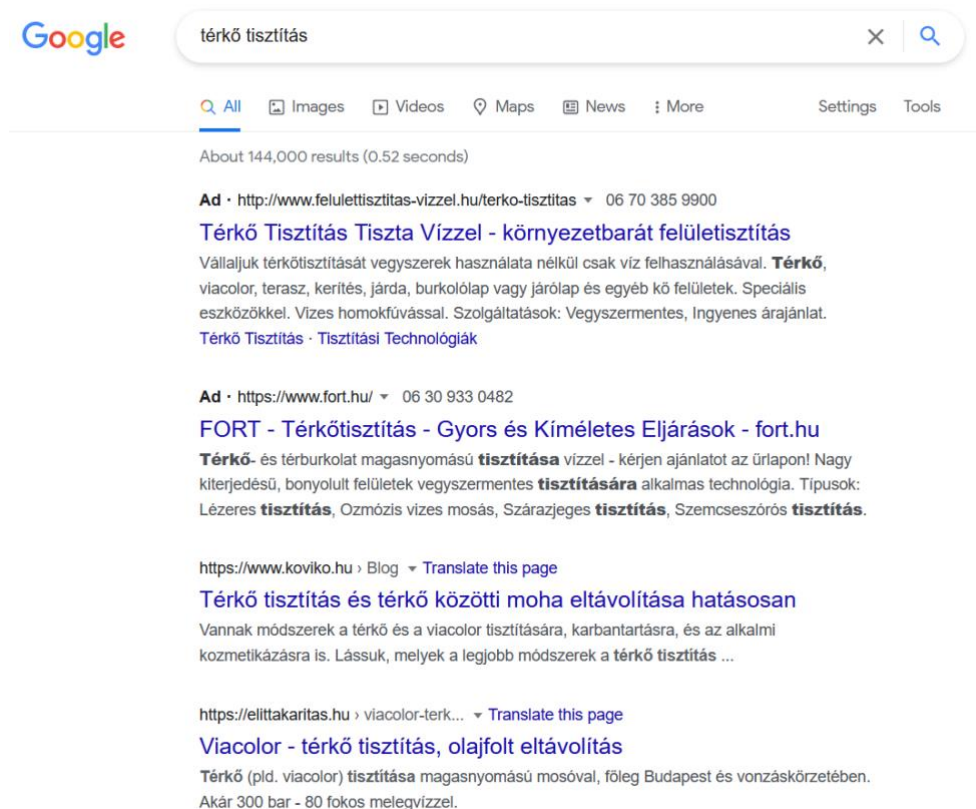
Szakértő:
Papp Gábor,
SEO szakértő
thepitch.hu

Hogyan optimalizáld a tartalmad a Google kereső számára?

1. Keresz rá az adott kifejezésre a google.com felületén.



2. Írd be a vizsgálni kívánt kifejezést. Itt most a „térkő tisztítás” lesz a kulcsszó.



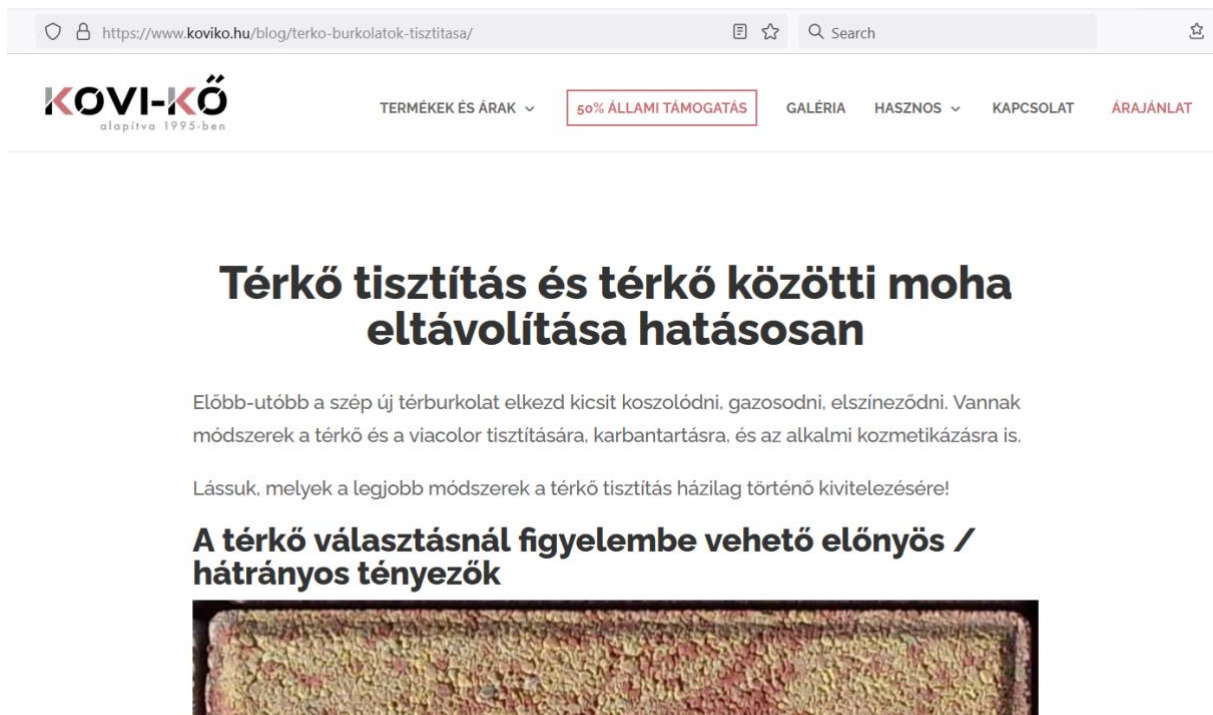
FELADAT: írd be te is a saját kifejezésed, amire jól szeretnél szerepelni.

3. Nézzük meg a találati listát!

Jól látható, hogy a koviko.hu tartalma az első organikus találat. Előtte csak fizetett hirdetések vannak. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy ez a cikk szinte biztos, hogy kellően jól van optimalizálva.

FELADAT: nézd meg, hogy te hol szerepelsz ebben a listában. Ha nem kellően jó helyen, akkor keresd meg egy versenytársadat itt.

4. Nyissuk meg a koviko.hu tartalmát!



The screenshot shows the top part of the koviko.hu website. The browser address bar displays the URL: <https://www.koviko.hu/blog/terko-burkolatok-tisztitasa/>. The website header includes the Kovi-Kő logo (founded in 1995), navigation menus for 'TERMÉKEK ÉS ÁRAK', '50% ÁLLAMI TÁMOGATÁS', 'GALÉRIA', 'HASZNOS', 'KAPCSOLAT', and 'ÁRAJÁNLAT'. The main content area features the article title 'Térkő tisztítás és térkő közötti moha eltávolítása hatásosan' and a sub-headline 'A térkő választásnál figyelembe vehető előnyös / hátrányos tényezők'. Below the text is a photograph of a textured surface, likely a cobblestone or terrazzo floor, showing signs of moss or dirt.

Látjuk, hogy ez egy blogposzt, ami ráadásul több helyen is jól van optimalizálva.

URL: <https://www.koviko.hu/blog/terko-burkolatok-tisztitasa/>

Szerepel benne a „**térkő tisztítás**” kifejezés, igaz egy szó közbe van ékelve. Ez nem hiba, de még az is lehet, hogy a két szó egymás mellé írása akár jobb eredményt is hozhatna. De már önmagában az, hogy az URL-ben ott van a kulcsszó, nagy előnyt jelent.

Érdeemes megjegyezni, hogy a szavak ragozása is teljesen rendben van, nem kell mindenképp az adott kulcsszót beleerőszakolni egy mondatba még akkor is, ha magyartalan. Lehet bátran ragozni, mint ahogy itt is: a tisztítás szó helyett tisztítása szó szerepel.

- **Cím (Title): Térkő tisztítás és térkő közötti moha eltávolítása hatásosan**
Itt is szerepel a kulcsszó a címben, nyelvtanilag helyesen.
- **H1: Térkő tisztítás és térkő közötti moha eltávolítása hatásosan**
A cím itt egyben H1 (Heading 1) is, tehát headinben is szerepel a kulcsszó.

- **Meta leírás:** <meta property="og:description" content="Az új térburkolat elkezdhet koszolódni, gazosodni, mohásodni. Vannak azonban módszerek a **térkő** és a **viacolor tisztítására**, és a moha eltávolítására is." />
A meta leírás is tartalmazza az adott kulcszót, szavakat. Igaz, külön szerepeltetve, de ez nem probléma. Itt a térkő tisztítása helyett egy szinonima, a „viacolor tisztítása” szerepel.

Kép: <https://www.koviko.hu/wp-content/uploads/2014/09/terko-viacolor-tisztitasa.jpeg>

A cikkben található kép is beszédes, tiszta térkövet ábrázol és a kép neve és alt textje is tartalmazza a fő kulcsszót, kifejezést.

FELADAT: nyisd meg a versenytárs találatát és azt is, ami a te tartalmad a témában. Az organikusán jól szereplő versenytársnál nézd meg az alábbi elemeket, és hogy a kulcsszó szerepel-e benne:

- URL
- Cím (Title)
- H1 (Heading 1)
- Meta leírás
- Kép (fájl neve és alt text)

Ha mind az öt helyre be van írva a kulcsszó, akkor ez a cikk alap szinten jól van optimalizálva.

Mi a helyzet a Te cikkeddel? Mind az öt helyre pipát tudsz tenni? Ha igen, akkor pipánként kapsz 1 pontot.

- **5 pont:** minden rendben!
- **4 pont:** nem kell kétségbe esni, de érdemes megnézni
- **2-3 pont:** úgy látszik, korábban próbáltad optimalizálni a tartalmat, de több elem se stimmel. Érdemes rajta javítani, hogy legalább 4 pontot érj el.
- **0-1 pont:** szinte biztos, hogy nem optimalizáltál még korábban. Érdemes leülni a feladat mellé és az elejéről végigmenni az egész folyamaton.

5. További lépések

Gyakran előfordul, hogy egy weboldal azért nem szerepel jó helyen a találatok között, mert rossz a tartalom formátuma. Ilyenkor Neked is ehhez az „ideális” formátumhoz érdemes igazodnod.

- **Akik előtted vannak, azoknak is pont ugyanolyan a formátuma mint Neked? Akkor nagy eséllyel jobb a tartalmuk optimalizáltsága.**
 - Olvasd végig a legjobb tartalmakat. Találsz benne olyan kifejezést, szókapcsolatot, ami nálad nem jelenik meg, pedig a téma szempontjából fontos? Akkor fogalmazd bele!
 - A többiek sokkal részletesebb anyagot írtak a témáról, neked viszont csak egy rövid cikked van az adott kulcsszóra? Akkor érdemes lenne kibővíteni!
- **A formátum és a tartalom hossza és minősége is stimmel?**
Akkor nem kizárt, hogy több linkje van a konkurensoknak. Ezt itt tudod ellenőrizni: <http://thepitch.hu/semrush-free/> Hozz létre egy ingyenes fiókot és nézd meg, hogy honnan és mennyi linkje van a versenytársadnak és neked.
 - Ha egyértelműen több linkje van a többi cégnek, akkor ez is lehet az oka, hogy előrébb szerepel, mint Te. Próbáld meg minél több hiteles és releváns linket szerezní iparági oldalokról, hírportálokról. Hosszú távon ez segít majd abban, hogy a többiek elé tudj kerülni.

A keresőoptimalizálás nem egy sprint, hanem egy maraton. Hosszú távra kell koncentrálni és optimalizálni. Ezért folyamatos munkát és odafigyelést igényel ez a terület. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy időbe telhet, hogy eljuss a legjobb oldalak közé. Ha ott vagy, akkor sincs garancia arra, hogy ott is maradsz. Egészen pontosan addig maradsz jó helyen, amíg a mögötted lévő cégek nem fektetnek annyi időt, energiát és pénzt a SEO-ba, mint Te.

A jó hír viszont, hogy a SEO hosszú távon a legjobban jövedelmező és megtérülő marketing csatorna, ezért érdemes áldozni rá.