

NIEZAWODNE STRATEGIE WYGRYWANIA W SIECI

Emilia Jedamska

# Jak zdobyć popularność i zjednać sobie wyszukiwarki



Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Jak zdobyć popularność i zjednać sobie wyszukiwarki?](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez  
[www.darmowe-ebooki.com](http://www.darmowe-ebooki.com)

Copyright by Złote Myśli & Emilia Jedamska, rok 2009

Autor: Emilia Jedamska

Tytuł: Jak zdobyć popularność i zjednać sobie wyszukiwarki?

Data: 20.06.2011

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

[www.zlotemysli.pl](http://www.zlotemysli.pl)

email: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto:kontakt@zlotemysli.pl)

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

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

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

<u>KROK 16.</u>	
<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
<b><u>CZEŚĆ II.....</u></b>	<b>49</b>
<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
<b><u>CZEŚĆ III.....</u></b>	<b>71</b>
<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
<b><u>DODATEK.....</u></b>	<b>79</b>
<u>Wzór informacji prasowej.....</u>	80

## 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

## JAK ZDOBYĆ POPULARNOŚĆ... – darmowy fragment – Złote Myśli

### Pozycjonowanie językowe

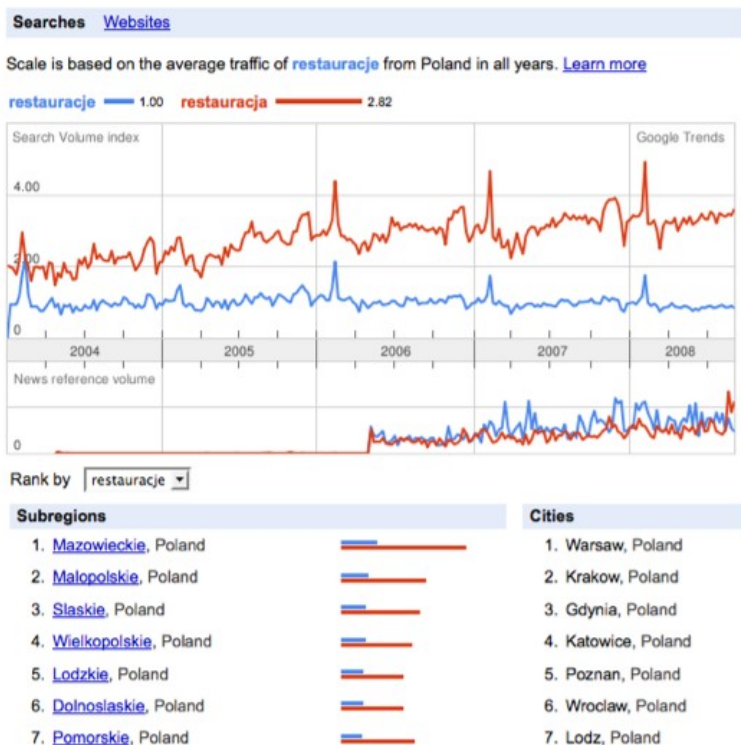
Wybierz kolumny do wyświetlenia:  Pokaż/ukryj kolumny

Słowa kluczowe	Konkurencja reklamodawcy	Przybliżona liczba wyszukiwań: sierpnia	Przybliżona śr. liczba wyszukiwań	Typ dopasowania: Zbliżone
Słowa kluczowe powiązane z wprowadzonymi terminami - posortowane według trafności				
restauracja	<input type="checkbox"/>	590	880	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje	<input type="checkbox"/>	170	260	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje w warszawie	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	12	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja warszawa	<input type="checkbox"/>	28	58	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje warszawa	<input type="checkbox"/>	12	22	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja kraków	<input type="checkbox"/>	12	28	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje w krakowie	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	Niewystarczające dane	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje kraków	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	16	<a href="#">Dodaj</a>
restauracje krakow	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	1 900	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja krakow	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	4 400	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja chińska	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	12	<a href="#">Dodaj</a>
i mieczem restauracja	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	590	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja chicago	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	320	<a href="#">Dodaj</a>
restauracja w warszawie	<input type="checkbox"/>	Niewystarczające dane	Niewystarczające dane	<a href="#">Dodaj</a>

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

- Następnie porównaj popularność badanych słów kluczowych w interesującym Cię regionie.

Narzędzie: Google Trends



<http://www.google.com/trends>

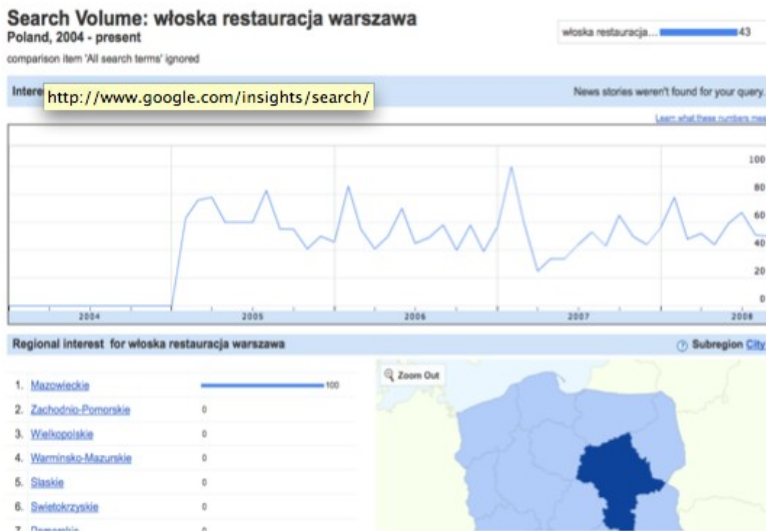
- Teraz zbuduj 2-4-słowną frazę słów kluczowych, **bazując na informacjach uzyskanych w dwóch powyższych krokach.**

Przepis na udaną frazę słów kluczowych to wczucie się w użytkownika i zbudowanie fraz, **którymi opisuje on swój problem**. Na przykład:

*kupię nieruchomości komercyjne Gdańsk*  
*restauracje sushi Stare Miasto Kraków*

- Po ostatecznym wyborze swojej najważniejszej frazy słów kluczowych zbadaj jej trend popularności.

Narzędzie: Google Insights



<http://www.google.com/insights/search>

- Główny motyw słów kluczowych:

.....

.....

.....

.....

- Stwórz kilka kombinacji słów kluczowych według wzoru:  
słowo kluczowe + główny motyw + słowo kluczowe

.....

.....

.....

.....

Gdy już opracujesz skuteczne frazy słów kluczowych, w następnych krokach dowiesz się, gdzie i kiedy je stosować, aby uzyskać maksymalny efekt.

## **KROK 2.** **Słowa kluczowe w nazwie domeny**

Oczywiście ten krok dotyczy się tylko tych serwisów, które dopiero powstają i przez to dają możliwość wybrania nazwy domeny.

Najlepsze nazwy domen to takie, które zawierają frazę bądź wybrane słowo kluczowe. Są to tzw. nazwy opisowe. Wysyłają one jasny komunikat, jaki jest ich profil, zanim się je odwiedzi, np:

*luksusowenieruchomosci.com*

*e-restauracje.pl*

*pierścionkizareczynowe.pl*

Jeżeli jednak posiadasz już nazwę domeny, nadal masz możliwość wykorzystania słów kluczowych na 9 innych sposobów.

### **KROK 3.** **Słowa kluczowe w znaczniku <title>**

Co to jest znacznik <title>?

Znacznik <title> jest to tytuł strony. Tytuł określa zawartość strony. Jednocześnie jest to skuteczne narzędzie pozycjonowania, ponieważ jest to pierwsza *przynęta* dla botów wyszukiwarek.

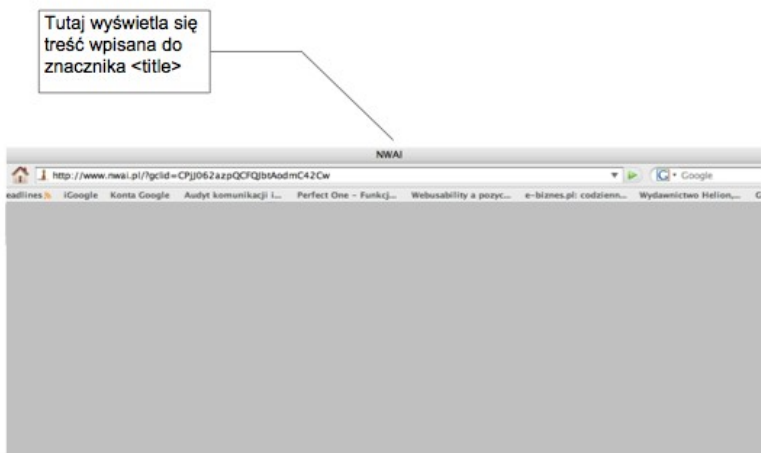
Bot wyszukiwarek najłatwiej rozpoznaje znacznik <title> i traktuje go jako jeden z najważniejszych elementów branych pod uwagę w indeksowaniu strony.

Poprawnie skonstruowany tytuł strony może ją niemal automatycznie wynieść na szczyty wyników wyszukiwania.

Jak skonstruować skuteczny znacznik <title>?

- <title> 10-60 znaków </title>, czyli treść czytana przez boty to pierwsze 60 znaków.
- Na początku umieść nazwę swojego serwisu.
- Od razu po nazwie użyj **głównego motywu słów kluczowych**.

Znacznik <title> jest widoczny w dwóch miejscach: w tytule okna przeglądarki (zobacz rysunek) i jako nazwa Twojego serwisu na liście wyników wyszukiwania (zobacz rysunek poniżej).





Serwis Money.pl zatroszczył się o prawidłowy tytuł, dzięki czemu jasno opisuje zawartość serwisu

Google

money.pl Szukaj Szukanie zaawansowane Ustawienia

Szukaj w Internecie  Szukaj na stronach kategorii: język polski

Sieć

[Money.pl](#) - Portal Finansowy nr 1 - wiadomości, notowania, kursy ...  
Informacje finansowe z kraju i ze świata. Aktualne i archiwalne: notowania giełdowe, kursy walut, wskaźniki gospodarcze.  
[www.money.pl/](#) - 50k - [Kopia](#) - [Podobne strony](#) - [Zanotuj](#)

Tutaj wyświetla się treść wpisana do znacznika <title>, czyli w miejscu w pierwszej kolejności rzucającej się w oczy użytkownika wyszukiwarek

Paradoksalnie, w linku sponsorowanym pomyślano o odpowiedniej nazwie opisującej serwis

Google

new world alternative investment Szukaj Szukanie 3 Ustawienia

Szukaj w Internecie  Szukaj na stronach kategorii: język polski

Sieć Wyniki 1 - 10

[Inwestycje Alternatywne](#)  
[www.nwai.pl](#) **New World Alternative Investments** Kompetencje, niezależność, pasja

**NWAI**  
Niektóre z transakcji, pozostające w ofercie **NWAI** pochodzą od naszych Klientów. Najciekawszym, ze wspólnie omawianych pomysłów inwestycyjnych zapewniamy ...  
[www.nwai.pl/](#) - 11k - [Kopia](#) - [Podobne strony](#) - [Zanotuj](#)

[New World Alternative Investments przedstawia ekskluzywny ...](#)  
19 Cze 2007 ... O **New World Alternative Investments**: To pierwsza w Polsce firma wyspecjalizowana w doradztwie w zakresie inwestycji alternatywnych. ...  
[www.financeosobiste.pl/content/view/914/59/](#) - 41k - [Kopia](#) - [Podobne strony](#) - [Zanotuj](#)

Poniżej napisz swój doskonały znacznik <title>:

.....

.....

.....

.....

## Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Co musiałaby zawierać książka, której wartość wycenia się na ponad 300 zł? Na pewno wiedzę, dzięki której zarobisz lub zaoszczędzisz co najmniej 301 złotych. A co powiesz na fakt, że masz szansę poznać w całości publikację, dzięki której zarobisz lub zaoszczędzisz od 2 do 20 tysięcy złotych?

<http://jak-zdobyc-popularnosc-w-sieci.zlotemysli.pl>

**Jeśli wdrożysz w życie tę wiedzę, zwiększysz liczbę swoich klientów oraz zyski. Albo zwrócimy Ci pieniądze.**



# Polecamy także poradniki:

## Usprawnij swój serwis internetowy i zwielokrotnij zyski –

Emilia Jedamska, Paweł Luwau, Roman Comi



### **Jak zmienić anonimowego internautę w stałego i wiernego klienta?**

Książka ta to pierwsza część kompletnego poradnika pt. „*Niezawodne strategie wygrywania w sieci*”, którą zaleca się przeczytać, aby mieć całościową wiedzę na temat tworzenia optymalnych stron www. Jeżeli myślisz poważnie o zwiększeniu dochodów w Internecie oraz chcesz zadbać o każdy szczegół, który wpłynie na sukces

Twojego e-biznesu, zdobądź kompletną wiedzę. Poznaj 37 kroków prowadzących do tego, że Twoja strona zacznie przynosić planowane zyski.

## Pierwsze miejsce w wyszukiwarkach – Arkadiusz Podlaski



### **Czy chcesz, aby Twoja strona przyciągnęła więcej użytkowników i zyskała na popularności...?**

Ta książka jest przede wszystkim dla **wszystkich tych osób**, które chcą przyciągnąć na swoją stronę więcej odwiedzających i to niezależnie od tego, czy mają to być klienci, czy polecasz produkty w programie partnerskim, czy chcesz przyciągnąć zapaleńców, którzy również interesują się Twoim hobby.

Bardzo dobrze przygotowana publikacja, wiele cennych informacji o których nie miałam pojęcia. Pozostaje mi zatem podziękować za książkę i życzyć powodzenia przy kolejnych tego typu drukach! Kupię z pewnością!

**Aleksandra N.** – marketing, freelance, www