

ЗАПОЧНЕТЕ СОПСТВЕН ИНТЕРНЕТ БИЗНИС

Избор на клучни зборови

Доколку имате компјутер и интернет врска, можете уште веднаш да го започнете вашиот електронски бизнис. Кога е Интернетот во прашање, само небошто е граница. Продавајте македонско вино во Лондон, кинески скутери во САД, или, пак, рекламен просјор широм светот. Ако сите шаленишани, креативни и уморни, можеби ќе успеете да изградите вистинска On-Line империја или ќе креирате само профитабилен семеен бизнис. Доколку сите вработени, слободно време искористите го да осигурите дојолнишелни приходи или, едноставно, уживајте во вашето ново луксузно хоби

Клучните зборови (или фрази) претставуваат појдовен елемент при пребарувањето на Интернет. Врз основа на клучните зборови, пребарувачите вршат селектирање и рангирање на излезните резултати. Пребарувачите при селектирањето и рангирањето на резултатите ги бараат и вреднуваат клучните зборови содржани во сите WEB страни во индексот. Со други зборови, пребарувачките алгоритми ќе ги пребаруваат и вреднуваат клучните зборови содржани во: насловот на WEB страницата, главните атрибути, текстуалната содржината, внатрешните, влезните и излезни линкови на страницата итн. Од тие причини, клучните зборови претставуваат основен и појдовен елемент и во процесот на Оптимизација на пребарувањето, но и при Плати по клик рекламирањето.

Оптимизацијата на пребарување, всушност, претставува збир на мерки и активности, чија цел е да се подобри рангирањето на одредена веб страна во листинзите на пребарувачите.

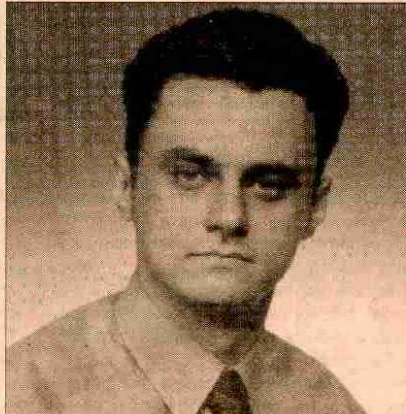
Притоа, се оптимизираат голем број елементи кои може да се групираат во интерни, т.е. во рамки на WEB страната и екстерни, односно влезни линкови, кои се наоѓаат на други веб страни. За да може да ја применувате оптимизацијата на пребарување, потребно е, пред се, да имате основни познанања од html.

Изборот на клучните зборови врз кои ќе ја засноваме оптимизацијата на нашата веб страна зависи, пред се, од четири различни фактори: релевантност, профитабилност, фреквенција и ниво на конкуренција за избраните клучни зборови. Од четирите фактори најзначајни, особено за почетниците, се релевантноста и нивото на конкуренција.

Првиот фактор, т.е. релевантноста, значи дека клучните зборови треба вистински да ја одразуваат содржината на WEB страната. Во спротивно, и да се привлечат посетители, тие нема да реагираат соодветно и остварувањето на приходите ќе изостане.

Од аспект на релевантноста, при изборот на клучни зборови има два различни пристапи. Првиот пристап се применува во случај кога оптимизацијата поаѓа од претходно дефинирана понуда (производ, услуга, информација и сл.), и тука е потребно да се изберат клучни зборови кои не само што најдобро ја опишуваат понудата, туку и зборови што корисниците ги употребуваат да ја опишат и најдат понудената содржина. Тоа значи дека првиот пристап поаѓа од понудата, и врз основа на тоа се бираат најсоодветните клучни зборови. Вториот пристап, спротивно на првиот, поаѓа од побарувачката, т.е. од клучните зборови, и врз нивна основа се прилагодува понудата, односно на посетителите им се нуди токму тоа што тие го бараат. Вториот пристап е пред се карактеристичен за Интернет претприемачите, кои токму во Оптимизацијата на пребарување гледаат можност да остваруваат профит преку Интернет.

Конкуренцијата е можеби најзначајниот фактор, што треба да се има предвид при изборот на клучните зборови за оптимизација. Значи, колку е поголема конкуренцијата за одредени клучни зборови, толку е потешко да се котира високо на листите. Од денешна



Пишува:
м-р Златко Бежовски
zbezovski@yahoo.com

гледна точка, конкуренцијата на Интернет е огромна и таа секојдневно се зголемува. Сепак, тоа не значи дека не може да се најдат дејности и клучни зборови со помала конкуренција. Конкуренцијата за одредени клучни зборови може да ја провериме на Wordtracker.com, со тоа што со трајал верзијата ќе добиеме коефициенти само за пребарувачот MSN. Нивото на конкуренција за одредени клучни зборови можеме да го провериме и самите. Доколку во пребарувачот внесеме алтернатива: "одбрана фраза", според бројот на резултатите ќе видиме колку од конкурентите оптимизираат за таа фраза, бидејќи насловот на документот е еден од најбитните елементи на оптимизацијата.

Во контекст на четирите фактори за избор, идеалните клучни зборови се високо релевантни, профитабилни, со голем број појавувања и без голема конкуренција. Меѓутоа, во практиката ваквите клучни зборови слободно може да се рече и дека не постојат, бидејќи Интернет бизнисите и претприемачи се хиперактивни и брзо ги покриваат сите профитабилни и фреквентни клучни зборови. Од тој аспект, борбата со конкурентите е неизбежна, освен ако не поседуваме супериорен или уникатен производ или услуга. Поради тоа, за почетниците во Интернет бизнисот се препорачува да се фокусираат на ниско фреквентни зборови со помала конкуренција, се додека не се стекне доволно искуство и ресурси за да се премине на пофреквентни фрази со поостра конкуренција. Ваквиот пристап се поклопува со концептот за маркетинг нитки, каде што понудувачот се фокусира на минијатурни пазарни сегменти со специфични потреби, кои не се интересни за големите бизниси.

Постојат разни алатки кои помагаат при изборот на клучни зборови, а една од најупотребуваните, која воедно е и бесплатна, е на: <http://inventory.overture.com/d/searchinventory/suggestion/> каде што со внесување на збор или фраза, добиваме цел список фрази и број на појавувања во пребарувачот Yahoo за претходниот месец.

Следниот четврток:
Интерни елементи на оптимизација