Οδηγός website positioning για να επιλέξετε έναν καλό τίτλο για την αρχική σας σελίδα

Οδηγός web optimization για την επιλογή ενός καλού τίτλου για την αρχική σας σελίδα



Αν έχετε διαβάσει οτιδήποτε για τη βελτιστοποίηση της μηχανικής αναζήτησης τότε θα γνωρίζετε ήδη πόσο ζωτικής σημασίας έχει έναν καλό και μοναδικό τίτλο στις ιστοσελίδες σας μπορεί να είναι. Είναι μακράν το πιο έντονα σταθμισμένο στοιχείο στην ιστοσελίδα σας και συνολικά η αρχική σας σελίδα έχει τη μεγαλύτερη βαρύτητα, οπότε είναι ακόμη πιο σημαντικό να επιλέξετε έναν πολύ καλό τίτλο για την αρχική σελίδα του ιστότοπού σας. Σε αυτό το άρθρο διερευνάμε πώς να επιλέξουμε έναν καλό τίτλο χρησιμοποιώντας τεχνικές website positioning για τον εντοπισμό σχετικών λέξεων -κλειδιών και φράσεων και πώς να τις συνδέσουμε μαζί για να διαμορφώσουμε τον καλύτερο δυνατό τίτλο. καθώς αυτό θα θεωρηθεί ως ο τίτλος στις σελίδες αποτελεσμάτων της μηχανής αναζήτησης. Από ένα on line σημείο προβολής μάρκετινγκ είναι επίσης σημαντικό να εξεταστεί η επωνυμία της εταιρείας και των προϊόντων. Μπορεί να είναι σημαντικό να συμπεριληφθεί και η μάρκα στον τίτλο της σελίδας. Από μια καθαρή προοπτική web optimization είναι πιο σημαντικό να υπάρχει το προϊόν ή η υπηρεσία, καθώς αυτό είναι πιο σχετικό με την αναζήτηση που θα έκανε ένα άτομο σε μια μηχανή αναζήτησης. Εντάξει, ας εξετάσουμε πώς εντοπίζουμε λέξεις -κλειδιά και φράσεις που είναι οι πιο σχετικές με το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Ανοίξτε την ιστοσελίδα του Wecker Volume Texer Wecker "Overture Inventory" σε ένα πρόγραμμα περιήγησης. Πληκτρολογήστε το προϊόν ή την υπηρεσία και πιέστε το Enter. Αντιγράψτε τα αποτελέσματα στο υπολογιστικό φύλλο. 2. Ανοίξτε την ιστοσελίδα "WordTracker" σε ένα πρόγραμμα περιήγησης και χρησιμοποιώντας τη δωρεάν δοκιμή ή λογαριασμό, συνδεθείτε στον ιστότοπο. Χρησιμοποιώντας τον τύπο εργαλείου WordTracker Wizard στο ίδιο προϊόν ή υπηρεσία που πληκτρολογήσατε στο βήμα 1. Αντιγράψτε τα αποτελέσματα στο υπολογιστικό φύλλο. three. Ανοίξτε τον ιστότοπο "Google AdWords" σε ένα πρόγραμμα περιήγησης. Εντοπίστε τα εργαλεία-> εργαλείο λέξεων-κλειδιών και εισάγετε την ίδια λέξη-κλειδί που χρησιμοποιήσαμε στα προηγούμενα 2 βήματα. Ελέγξτε το πλαίσιο ελέγχου "Χρήση συνώνυμων". Αντιγράψτε τα αποτελέσματα σε επιλεγμένες λέξεις -κλειδιά και κάντε κλικ στο κουμπί "Εκτίμηση της κυκλοφορίας αναζήτησης". Αντιγράψτε τα αποτελέσματα στο υπολογιστικό φύλλο. four. Κοιτάζοντας το υπολογιστικό φύλλο και έχουμε τρία ξεχωριστά τμήματα δεδομένων. Τώρα περάστε από κάθε ένα από τα σύνολα δεδομένων και εξαλείψτε τυχόν μη σχετικές φράσεις ή φράσεις διαγράφοντας τις. five. Τώρα ταξινομήστε τα τρία τμήματα από τον ατομικό όγκο αναζήτησης. Κοιτάζοντας κάτω από κάθε λίστα, επισημάνετε τους όρους που είναι οι πιο σχετικοί και έχουν τον υψηλότερο όγκο αναζήτησης. Στοχεύστε να ολοκληρώσετε κάθε λίστα με περίπου 10 φράσεις -κλειδιά. 6. Χρησιμοποιώντας τις λίστες των φράσεων -κλειδιά, θα αρχίσουμε να σχηματίζουμε μια πρόταση. Στόχος μας

είναι να έχουμε τίτλο 4-11 λέξεων. Εάν ο τίτλος είναι μικρότερος, τότε η μεγαλύτερη σημασία και το βάρος τοποθετούνται στις λέξεις που περιέχονται μέσα σε αυτό. Εάν είναι μακρύτερο, καθώς προχωρούμε προς το σωστό όλο και λιγότερο βάρος δίνεται σε κάθε λέξη, έτσι είναι σημαντικό να τοποθετήσετε τις σημαντικότερες λέξεις -κλειδιά στα αριστερά του τίτλου. Η Google χρησιμοποιεί επίσης "spanning" σε τίτλους. Η εκτύπωση είναι όπου οι λέξεις μέσα σε μια συμβολοσειρά μπορούν να παραλειφθούν, αλλά εξακολουθούν να θεωρούνται σχετικές επειδή οι υπόλοιπες λέξεις συνδέονται με το ερώτημα αναζήτησης. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε αυτήν την τεχνική πριν ξεκινήσουμε. Για παράδειγμα, ο τίτλος σε μια ιστοσελίδα είναι "Design Web Site Melbourne", κάποιος ψάχνει στο Google στο "Web Design Melbourne" και ο ιστότοπος θα προέκυπτε στα αποτελέσματα, επειδή η **Μεταβείτε σε αυτόν τον ιστότοπο** Google παρέλειψε τη λέξη "web page" στον τίτλο και εξακολουθεί να αναγνωρίζει ότι η ιστοσελίδα ήταν σχετική με αυτό που αναζητήθηκε. Χρησιμοποιώντας τον αριστερό κανόνα και την εκτόξευση αναζητούσε να συγκεντρώσει έναν τίτλο που καλύπτει όσο το δυνατόν περισσότερους από τους πιθανούς όρους υψηλού όγκου αναζήτησης, διατηρώντας παράλληλα τον τίτλο σύντομο και σχετικό. Εφαρμόστε το στον ιστότοπό σας και παρακολουθείτε τον τρόπο με τον οποίο ο ιστότοπός σας κατατάσσεται για αυτούς τους όρους φράσης λέξεων -κλειδιών. Παρακολουθήστε αυτό και μπορεί να είναι χρήσιμο όταν μαθαίνετε να πειραματίζετε, να μετακινήσετε τις λέξεις γύρω, να ανακατασκευάσετε, να συντομεύσετε, να επιμηκύνετε, να το ανακατέψετε λίγο και να δείτε πώς λειτουργούν όλα. Είναι σημαντικό να περιμένετε αρκετό χρονικό διάστημα μεταξύ των αλλαγών για να διασφαλίσετε ότι βλέπετε κάποιο είδος αντίδρασης, διαφορετικά θα μπορούσατε να κάνετε συνεχώς αλλαγές και να μην γνωρίζετε αν ήταν η πιο πρόσφατη αλλαγή ή η τελευταία. Να είστε υπομονετικοί, *SEO agency* να μάθετε και να παρακολουθείτε τις βαθμολογίες σας για τους όρους λέξεων -κλειδιών.