



Red Orbit

Vsebinska struktura spletne strani

..PRVI KORAK PREUREJANJA ALI POSTAVITVE SPLETNE STRANI JE RAZMIŠLJANJE O VAŠIH STRANKAH IN CILJNIH JAVNOSTIH...

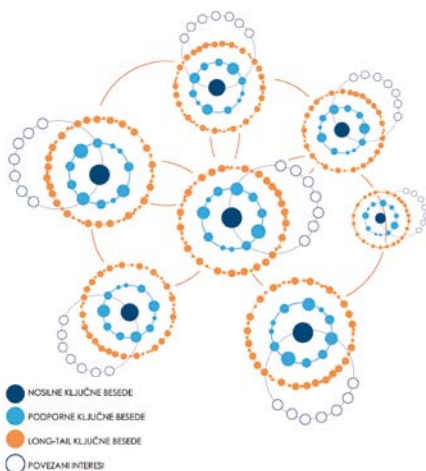
Vsak posamezen profil, ki ga ciljate z izdelki na vaši spletni strani, je potrebno na kratko opisati, in sicer kakšne so njegove lastnosti, navade in seveda najbolj pomembna stvar – katere potrebe vaš izdelek zadovoljuje. Na steno si nalepite slike ljudi, ki predstavljajo vašo ciljno javnost, in zraven pripišite kratek opis – kot v oglasu za zmenek na slepo. Ustvarite si ugodne pogoje za »brainstorming« in na papir namečite ideje za besede, ki opisujejo potrebe vaših ciljnih javnosti in lastnosti vaših izdelkov. Ne omejujte se s strokovnimi izrazi, ki jih uporabljate sami, ampak se poskusite približati jeziku posameznika, ki predstavlja vašega potencialnega kupca. Prav tako poskusite razmišljati o interesih vaših ciljnih javnosti, ki na prvi pogled morda ne zglejajo povezani z vašimi izdelki.

Rezultat »brainstorminga« naj bo kopica ključnih besed, ki jih lahko preverite in dopolnite v orodju za analizo ključnih besed (Google keyword suggestion tool). Orodje Google keyword suggestion tool vam bo dalo podatke o tem, katere besede ali fraze ljudje dejansko iščejo na iskalniku Google. Ključne besede z vsemi podatki lahko izvozite v excel in pripravite matriko ključnih besed.

MATRIKA KLJUČNIH BESED

Matrika ključnih besed je kopica ključnih besed, kjer ima vsaka beseda svojo vlogo z vidika pozicioniranja na iskalnikih in strukture vsebin spletnega mesta.

Nosilne ključne besede so tiste besede ali fraze, ki so najbolj iskane in hkrati najmočnejše izražajo potrebo vaše ciljne skupine. Na teh ključnih besedah naj temeljijo glavna vsebinska področja spletnega mesta. Običajno so te ključne besede tudi najbolj konkurenčne, a naj vas to ne od-



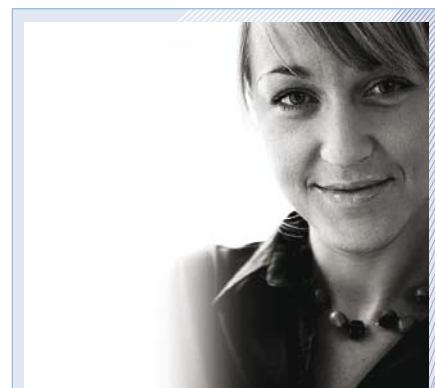
vrne od optimizacije za iskalnike, saj so učinki lahko vidni v long-tail delu, tudi če niste na najvišjih položajih na iskalnikih.

Podporne ključne besede so manj iskane kot nosilne ali pa nimajo tako velikega strateškega pomena z vidika zadovoljevanja potreb kupcev. Običajno so vsebinsko povezane z nosilnimi, zato jih umestimo v podpodročja ali posamezna poglavja znotraj nosilnih vsebin spletnega mesta.

Long-tail je množica specifičnih ključnih besed, ki vsaka zase niso pogosto iskane, skupaj pa lahko tvorijo močen delež kvalitetnega obiska spletnega mesta. Long-tail se običajno sproži z optimizacije spletnih strani na nosilne ključne besede. Tudi če pri nosilnih ključnih besedah niste na vrhu rezultatov, se lahko pri vseh mogočih izpeljankah pojavite prav na vrhu iskalnika in z veliko množico na videz nepomembnih ključnih besed ustvarite kvaliteten obisk spletnega mesta.

Povezani interesi so besede ali besedne zveze, ki na prvi pogled niso direktno povezane z vašimi izdelki, pa vendar lahko na vaše spletno mesto pripeljejo kvaliteten obisk. Povezani interesi so običajno nekje pri strani, dodatne vsebine, ki so logično vključene v celotno strukturo spletnega mesta. To so vsebine, ki uporabniku nudijo neko dodano vrednost, hkrati pa ga lahko predčasno porinejo v nakupni cikel. Povezane interese lahko uporabljamo tudi za večanje prepoznavnosti in ustvarjanje ugleda blagovne znamke preko kvalitetnih vsebin, ki jih nudimo uporabniku.

Vsebinska struktura vašega spletnega mesta naj se zavrti okoli nosilnih ključnih besed, vključuje podporne ključne besede in long-tail ter po po-



KATJA KLEPEC, DIGITALNI STRATEG (RED ORBIT, MOJA MOJA)

Katja pri svojem delu uporablja »mashup« znanj s področja sociologije, marketinga in spletne analitike. Svoje izkušnje s področja iskalnega marketinga in uporabe Facebooka v komercialne namene s pridihom kreativnosti že več let zavija v uspešne spletne strategije večjih podjetij v Sloveniji.

trebi povezane interese. Posamezne vsebinske cikle pa med seboj povežite v uporabniku prijazno strukturo, torej spletno mesto, na katerem bo uporabnik z lahkoto našel kvalitetno vsebino. Z analizo spletnih strani lahko spremljate količino in kvaliteto obiska na vaše spletno mesto, preko posameznih ključnih besed in na podlagi te analize prilagajate grafične elemente in vsebine spletnega mesta potrebam vaših uporabnikov. (P.R.)

redorbit

0590 75 680
info@red-orbit.com
www.red-orbit.com

	VISOK OBISK	NIZEK OBISK
VISOKA KVALITETA	NE SPUSTITE TEGA IZ ROK	RAŽŠIRITE NABOR BESED
NIZKA KVALITETA	POIGRAJTE SE Z ELEMENTI NA SPLETNI STRANI	POZABITE NA NJIH