

Vaša stran manjka v lokalnih rezultatih Google

Lokalni rezultati v iskalniku Google

..OPTIMIZACIJA SPLETNIH STRANI ZA LOKALNE REZULTATE JE POPOLNOMA SVOJEVRSTNA IGRA, KI MORA BITI LOČENA OD KLASIČNE OPTIMIZACIJE ZA ISKALNIKE, IN SE LE POČASI VZPOSTAVLJA KOT STRATEŠKI KANAL SPLETNEGA NASTOPA..

Lokalni rezultati v iskalniku Google ne predstavljajo novosti, saj jih bolj ali manj redno srečujemo že nekaj let. Lokalni rezultati, tako imenovani lokalni paket desetih (local 10 (5) pack), kot ga bomo imenovali, je poimenovanje za skupek iskalnih rezultatov, ki se pokaže na vrhu klasičnih rezultatov, poleg njih pa se prikaže zemljevid, kjer so rezultati prikazani tudi lokacijsko. To pomeni, da ko uporabnik v Google vpiše ključni besedi picerija Ljubljana, mu Google prikaže izbrane picerije in njihove lokacije. Ker so uporabniki v zadnjem času postali resnično mobilni in so začeli uporabljati te rezultate, postajajo resno zanimivi za podjetja, ki želijo napredno nastopiti na spletu. Glede na to, da so strategije za lokalni nastop na Googlu precej drugačne od klasičnih strategij, jih je treba obravnavati posebej in se jim posebej posvetiti.

V prvem koraku mora prevladovati zavedanje, kaj uporabnik pravzaprav želi in kje se nahaja, ko se mu želimo prikazati v lokalnih rezultatih. Prva, ne ravno pozitivna informacija, ki nas preseneti, je, da uporabniki verjetno ne bodo prišli na našo spletno stran. Rezultati, ki jih pokaže Google, so večinoma povezave na rezultat Google+ Local ali povezava na dodatno iskanje, ki kot ključno besedo vsebuje ime picerije, na katero je kliknil uporabnik. To pomeni, da mora imeti vaše podjetje stran Google+ Local (razlike in razmejitev med Google+, Google Local in drugimi variantami bolj ali manj iste storitve presegajo omejitve tega članka, predvsem ker se zelo pogosto spreminjajo). Takšno stran lahko primerjamo s Face-

bookovo stranjo vašega podjetja. Vaše podjetje že gotovo obstaja na strani Google+ Local in Google zagotovo že usmerja uporabnike na to stran. Zato je izredno pomembno, da vsako podjetje upravlja svojo stran Google+ Local, kajti uporabniki jo vsak dan vidijo. Na stran lahko dodamo osnovne podatke o podjetju, odpiralne čase, fotografije in drugo.

Google seveda pogosto neposredno pokaže tudi spletne strani podjetij. Tukaj se moramo enako strateško posvetiti optimizaciji za iskalnike, ki enako zahteva tako vsebinsko optimizacijo spletne strani kot tudi specifične povratne povezave. Vsebinska optimizacija bo poskrbela za to, da bodo pravilno in s pravnimi informacijami predstavljene podstrani, ki predstavljajo eno ali več poslovalnic vsakega podjetja. Vsebina na strani pa seveda ni dovolj. Google se tudi pri lokalni optimizaciji bolj zanese na dejavnike, ki so izven spletne strani (off-site local optimization). Tako je tudi v tej fazi treba poskrbeti za to, da ima spletna stran povratne povezave, ki prihajajo z avtoritativnih spletnih strani. Tukaj ne govorimo o klasičnih povratnih povezavah, saj z njihovim pridobivanjem lahko pridobimo le manjšo prednost pred konkurenco. Lokalni rezultati se v veliki meri zanašajo na direktorije in druge spletne strani, ki vsebujejo osnovne podatke o podjetju in poleg tega tudi povratno povezavo na spletno stran. Tako naenkrat velika količina »rumenih spletnih strani«, ki obstajajo na spletu, postane pomemben vir povratnih povezav. Google pred-

vsem v tujini v večini upošteva predvsem velike direktorije, ki so hkrati tudi strani za ocenjevanje kakovosti izdelkov oziroma storitev. V Sloveniji, kjer je takšnih strani malo, pa pridejo v poštev tudi osnovni poslovni direktoriji.

Primerjalno prednost pred konkurenco nam lahko prinesejo tudi komentarji in ocene. Najbolj tisti, ki jih Google zbira na strani Google+ Local, poleg tega pa ponovno komentarji in ocene drugih strani, s katerih Google pridobiva podatke. V tujini so to strani, kot je Yelp, v Sloveniji, kjer je takšnih strani ponovno nekoliko manj, pa se zanaša tudi na manjše strani, kjer lahko dobi kakršnokoli informacijo o ocenah ali komentarjih za posamezno podjetje.

Zakaj so lokalna iskanja pomembna? Google jih pogosto prikazuje znotraj iskanj na namiznih računalnikih, tudi ko uporabnik ne vpiše lokacijske ključne besede. Torej tudi takrat, ko uporabnik v iskalniku Googlu išče ključno besedo picerija, ne le picerija Ljubljana. Še pogosteje jih Google prikazuje na mobilnih napravah, saj predpostavlja, da so uporabniki na mobilnih napravah na poti in si še bolj želijo lokacijskih informacij. Ne glede na to, da je praktično nemogoče ugotoviti, kolikokrat se vaša spletna stran prikaže v lokalnem paketu desetih, lahko glede na pogostost pojavljanja ugotovimo, da je pomembno, da se pojavljate v njem. In še več, da se pojavljate na vrhu.

Veliko lahko naredimo, da Google dodatno spodbudimo, da ravno vašo stran prikaže na vrhu lokalnega paketa desetih, zato nas pokličite, da vam lahko pri tem pomagamo. (P. R.)

ČAS JE, DA PREHITITE KONKURENCO.

POZICIONIRAJTE SVOJE PODJETJE NA VRH SPLETNIH ISKALNIKOV.



WWW.RED-ORBIT.SI | 0590 75 680 | INFO@RED-ORBIT.COM