

# Hogyan kerülünk az első találati oldalra a GOOGLE keresőben

---GOOGLE TITKOK---

## *Honlap-optimalizálási segédlet, 2. rész: gyakorlat*

**Írta: Bak János**



Ez az e-könyv a Silihost Kft.  
támogatásával az Ön számára teljesen ingyenes!

[www.silihost.hu](http://www.silihost.hu)

**Keressen pénzt a Google titkok 1. részével!**

**A Silihost honlapjáról letöltheti a Google titkok 1. részének védjegyezésre előkészített változatát. Ehhez látogasson el a SILIHOST partnerprogram-oldalára:**

[www.silihost.hu/keressenpenzt.html](http://www.silihost.hu/keressenpenzt.html)

**Védjegyezés után szabadon terjesztheti a Google titkok 1. részét úgy, hogy automatikusan pénzt keres a védjegyezett könyveken keresztül SILIHOST értékesítésekből.**

Az, hogy a Google titkok 1. része védjegyezésre elő van készítve, azt jelenti, hogy a benne feltüntetett linkek közvetlenül – partner azonosító nélkül – a Silihost honlapjára mutatnak úgy, hogy a védjegyezés folyamatával ezeket meg lehet változtatni.

A védjegyezés folyamata azt jelenti, hogy egy rendkívül egyszerű és gyors lépésben az e-könyv minden egyes web hivatkozását ellátjuk az Ön partner azonosítójával. (A védjegyezés automatikus, akár hajnali 3 órakor is azonnal készen van!) Ezután bárki, aki elolvassa az e-könyvet, és ennek alapján megrendeli a Silihost valamelyik tárhely-csomagját, jutalékot hoz Önnek! A jutalék kétszintű, ezért ha az Ön egyik ajánlottja (megrendeléstől függetlenül) maga is védjegyezi a könyvet, akkor Ön még többet kereshet: az ajánlottjának az ajánlottjai után is részesül jutalékból. A SILIHOST partnerprogramjáról itt kaphat részletes tájékoztatást:

[www.silihost.hu/keressenpenzt.html](http://www.silihost.hu/keressenpenzt.html)

### **Copyright információk**

Ez az e-könyv semmilyen formában NEM terjeszthető (ellentétben a Google titkok 1. részével, mely szabadon terjeszthető). A Google titkoknak ehhez a 2. részéhez csak a SILIHOST honlapján keresztül lehet hozzájutni. (Amennyiben Ön más módon jutott hozzá, például más honlapról töltötte le, vagy más hírlevélben kapta meg, úgy kérjük, jelezze ezt felénk. Amennyiben bejelentése valós visszaélésre derít fényt, úgy Ön az igényeinek megfelelő és a lehetőségeinkhez mért jutalomra számíthat!) Az e-könyv tartalmát nem módosíthatja, az elolvasáson kívül nem használhatja fel semmilyen más módon, sem elektronikusan, sem nyomtatva, sem bármilyen más médium útján.

© Silihost Kft. 2005 [info@silihost.hu](mailto:info@silihost.hu)

### ***Ajánlatunk honlap-tulajdonosoknak:***

***Ha van valamilyen mini e-könyv ötlete, vagy már rendelkezik is ilyen – jelentős érdeklődésre számot tartó – írással bármilyen témában, partnerei lennének a saját védjegyezhető e-könyvének az előállításában (ingyenesen). Biztosítanánk, hogy e védjegyezhető e-könyvön keresztül több ezer emberhez eljusson az Ön saját marketing üzenete! Írjon emailt nekünk: [ugyfelszolgalat@silihost.hu](mailto:ugyfelszolgalat@silihost.hu)***

## Tartalomjegyzék

A kulcsszavak kiválasztása .....	4
Optimalizálás kulcsszavakra .....	6
A doménnév kiválasztásának szempontjai.....	10
Ingyenes domain nevek.....	11
Az oldalcímek ereje .....	12
Az oldalcímek jelentősége.....	12
Az oldalcímek vizsgálata szoftveres segítséggel .....	13
Így szerepelhetünk hamarabb a kereső találatai között az új honlapunkkal.....	13
Hogyan indexeltessük be új honlapunkat 24/72 óra alatt? .....	14
A honlapra mutató külső linkek értéke.....	17
Az oldal-érték kiszámítása.....	17
A hivatkozások minőségének másik követelménye a hivatkozási szöveg .....	18
A minőség harmadik követelménye a tartalmi kapcsolódás .....	19
A kereső-marketing egyik leghatékonyabb módja: a linkcsere.....	19
Linkcserelés kézzel .....	20
Egymásra találás fórumokon .....	20
Linkcserelés szoftveres támogatással .....	21
Speciális, ultra hatékonyságú linkcsere.....	24
Az ultra hatékonyságú linkcsere megvalósítása.....	25
Ultra linkcsere a Silihosttal .....	25
Az Internet-marketing 1000 trükkje.....	26

**SILIHOST: Tárhely-szolgáltatás a világ egyik leggyorsabb és legmegbízhatóbb szuperszámítógépén: egy Silicon Graphics szerveren. A csúcsmínőség mellett rendkívül alacsony díjakra és rugalmas díjcsomagokra számíthat (csak azután fizet, amit kihasznál).**

Ez az e-könyv a 2. része, a gyakorlati útmutatója a GOOGLE titkoknak. Mint gyakorlati segédlet, feltételezi a kereső optimalizálás elméleti háttérének ismeretét. Amennyiben az 1. részt még nem olvasta el, úgy a következő helyről töltheti ezt le:

<http://silihost.hu/keressenpenzt.html>

## **A kulcsszavak kiválasztása**

A korábbiakban már foglalkoztunk azzal, hogy kezdeti célként sosem szabad olyan keresőszavakra optimalizálni, melyekhez túl nagy konkurenciát kell legyőznünk. Sokszor felesleges is túl általános kulcsszavakra optimalizálni. Nemzetközi felmérések bebizonyították, hogy az általános keresőszavakat megadó Internet-használók elsősorban információra vágnak, míg a konkrét kifejezésekre való rákeresések sokkal gyakrabban végződnek vásárlásban.

Mindenfajta kereső-optimalizálás a kulcsszavak meghatározásával kezdődik, ezért ennek a témának egy külön fejezetet szentelünk. Nem megfelelő kulcsszavak választásával az összes befektetett munkánk kárba veszhet. Minden új internetes vállalkozásunkat azzal kell kezdeni, hogy egy kisebb háttér-kutatást végzünk a kulcsszavakról.

Először is szedjük össze az összes olyan fontosabb kulcsszót, amit az internetes vállalkozásunkra jellemzőnek tartunk. Ezekből kell kiindulnunk. Mindegyik ilyen kulcsszóra végezzük el az összes lépést, amit most a példánkban egy kulcsszóra megteszünk.

Legyen a példa-vállalkozásunk egy számítógép szerviz, ahol a szervizelés mellett új és használt számítógépeket is meg lehet venni, sőt, mindezt online is lehet igényelni, például csomagküldéssel vagy háznál történő szervizelés online megrendelésével. Az első adódó kulcsszó természetesen a „számítógép”. Végezzünk egy gyors felmérést arról, hogy a Google adatbázisában található hány oldallal fogunk versenyezni e kulcsszóra.

Nyissuk meg a Google keresőt ([www.google.com](http://www.google.com)), és írjuk be: számítógép. A találati képernyő jobb felső sarkában megtaláljuk, hogy körülbelül 3,2 millió találatot hoz a kereső. Hmmm. Biztos, hogy erre a keresőszóra az első vagy a második találati oldalra tudunk kerülni???

**Mini.web díjcsomag (50 Mb tárhely, 1 email cím):**

**évi 4.900 Ft + ÁFÁ-tól**

**Maxi.web díjcsomag (1 Gb tárhely, FTP kapcsolat):**

**évi 10.000 Ft + ÁFÁ-tól**

Mivel használt számítógépet is árusítunk, próbáljuk meg a „használt számítógép” kifejezést. Ez már jobb, „csak” 404.000 találatot hoz. Ezt már nem kell elvetnünk, de lesz még jobb is.

Ha hirtelen nincs több ötletünk, akkor forduljunk a Google egy ügyes kis eszközéhez. A Google a hirdetőinek fenntart egy kulcsszó-javasító eszközt azzal a céllal, hogy a hirdetőknél ötletet adjon arra vonatkozóan, hogy milyen kulcsszavakra szoktak az emberek keresni az adott témában. Ki tudná ezt jobban, mint maga a Google?! Bár mi nem kívánunk egyelőre hirdetni, hanem csak kulcsszavakat vizsgálunk, de az eszköz nekünk is épp megfelelő.

Lépjünk a következő oldalra: <https://adwords.google.com/select/KeywordSandbox>. Állítsunk be mindent magyarra, és írjuk be a legtágabb keresőszavunkat, azt, hogy „számítógép”. A Google erre kiad egy sor olyan kifejezést, ami tartalmazza a számítógép szót, és amire gyakran szoktak rákeresni. A témánkba illőkből kiválogattam néhányat ebből a listából: használt számítógép, számítógép ház, számítógép hálózatok, számítógép alkatrész, számítógép konfiguráció, számítógép alkatrészek, számítógép árlista, számítógép bontó, számítógép bolt, számítógép hálózat, számítógép szervíz, számítógép konfigurációk, számítógép javítás, használt számítógép alkatrész, számítógép monitor, személyi számítógép, stb.

No, hát egy ilyen lista birtokában újabb kulcsszavak versenyhelyzetét elemezhetjük, illetve a lista sokszor új ötleteket is ad. Nézzük meg a „számítógép szervíz”-t. 235.000 találat. Nem is rossz ahhoz képest, hogy pont erről szól a képzeletbeli vállalkozásunk. Erre már határozottan érdemes optimalizálni. Hiszen ez egy olyan kulcsszó (valójában nem szó, hanem kifejezés, de a könnyebb érthetőség kedvéért a többszavas kifejezéseket is kulcsszónak mondjuk a továbbiakban), ami gyakran keresett, és mégis, jó eséllyel indulunk vele, ugyanis csak a konkrét számítógép szervizelést kínáló honlapokkal kell majd versenyeznünk, ami elenyésző számú a sok ezernyi nem optimalizált „véletlen” találatok mellett.

De álljunk meg egy pillanatra: Keressünk rá a „számítógép szervíz”-re (hosszú i-vel). No, ez csak 136.000 találatot hoz a helyes, rövid i-vel írt keresés 235.000 találatával szemben. Egy újabb fontos dologra derült fény ezzel, mégpedig arra, hogy sokszor nagyon jó eredményeket lehet elérni egy olyan oldallal, ami egy szó vagy kifejezés szokásos elgépelésére van optimalizálva.

**Különleges ajánlatunk korlátozott ideig: Hozza át tárhely előfizetését a Silihosthoz MOST, és akkor a másik szolgáltatónál már kifizetett időszak alatt (legfeljebb 364 napig) ingyenesen adjuk a Silihost tárhelyet! Ellenőrizze [itt](#), hogy érvényes-e még ajánlatunk!**

Persze az elgépelésre optimalizált oldalak mellett tartjuk fent a helyes szavakra optimalizált oldalakat is, de esetleg meglepően tapasztalhatjuk majd, hogy nagy verseny esetén az elgépelésből származó forgalmunk nagyobb lehet a helyes keresőszavakból származó forgalomnál.

Folytassuk a mini kutatásunkat, és keressünk még további kulcsszavakat, hiszen egy honlapot érdemes lehet 5-15 kulcsszóra is optimalizálni, témától függően. A „számítógép alkatrész” 238.000, a „használt számítógép alkatrész” 101.000, az „új számítógép üzlet” 106.000, a „számítógép e-bolt” 27.900, míg a „számítógép online bolt” csak 17.100 találatot hoz.

A kulcsszavak kijelölésének másik nagyon fontos vonala a tematikus megközelítés. Legyünk határozottak abban, hogy tematikus kulcsszavakra is optimalizálunk, különösen, ha a tematikus termékeinkből vagy szolgáltatásainkból nincsen sok. Például az „Epson Stylus photo nyomtató” csak 14.500 találatot hoz, a „Stylus CX5400” a magyar nyelvű oldalokról csak 320 találatot!!! Nagy valószínűséggel ennek a 320 találatnak az egyike sincs optimalizálva, hanem a keresők a pontos illeszkedés miatt hozzák ki őket. Ha ilyen konkrét, tematikus kulcsszavakra optimalizálunk, könnyen az elsők lehetünk minden egyes ilyen optimalizált kulcsszavunkra. Jusson eszünkbe a tematikus optimalizálás akkor is, amikor valamilyen új vagy népszerű terméket reklámozunk. És emlékezzünk arra, amit a bevezetőben mondtam: a tematikus keresések gyakrabban végződnek vásárlással, mint az általánosak.

[Az Internet-marketing 1000 trükkje](#) című ingyenes távoktatásunkban jó néhány további leckét is szentelünk a hatékony kulcsszavak kiválasztására, de ebben a segédletben most haladunk tovább, hogy a rendelkezésre álló helyen a legtöbb fontos dologgal megismerkedhessünk.

## **Optimalizálás kulcsszavakra**

Elérkeztünk a kereső-marketing gyakorlati szempontból talán legértékesebb fejezetéhez, ahol pontról pontra átvesszük, hogy hogyan kell optimalizálni a kulcsszavakra. Az előzőekben már megértettük, hogy hogyan kell hosszú távon előnyös kulcsszavakat kiválasztanunk, és most itt az idő arra, hogy az oldalainkat ennek megfelelően átalakítsuk.

**Statikus 200 tárhely díjcsomagunk 2005-ben:**

**200 Mb webtárhely, .hu regisztráció, 5 db email cím, szerver oldali spamszűrés**

**7900 Ft + ÁFA / év**

### **1. Minden oldalunkat legfeljebb 1-2 kulcsszóra optimalizáljuk!**

Ha sok kulcsszóra próbálnánk optimalizálni, akkor a végeredmény nagy valószínűséggel egyetlen kulcsszóra sem lenne igazán optimális. Mivel a honlapunk a legszerényebb esetben is több tíz oldalból áll, miért ne engedhetnénk meg magunknak, hogy minden oldalt a neki legmegfelelőbb 1-2 kulcsszóra optimalizáljunk? Miért kellene a főoldalt optimalizálni mindenre? Ha megfelelő a honlapunk bejárás mélysége, akkor a keresők minden oldalunkat indexelni fogják, és mindig azt az oldalt választják ki célirányos találatnak, ami a legjobban illeszkedik az adott kereséshez.

### **2. Használjuk a kulcsszavainkat a szöveges hivatkozásokban, minden belső és külső hivatkozásban egyaránt!**

A szöveges linkjeink így nézzenek ki:

```
<a href="célfájl">a link szövege kulcsszavakkal</a>
```

Akár a saját honlapunkon belüli tartalomra, akár azon kívüli tárhelyre linkelünk, mindig szöveges linkeket használjunk, ne kattintható képeket! A saját honlapunkon belüli linkeket úgy szövegezzük meg, hogy a célfájl tartalmához illeszkedő legjobb kulcsszavaink legyenek bennük.

### **3. Használjuk a kulcsszavainkat az oldalak címsorában!**

A címsor mező így néz ki:

```
<title>címsor kulcsszavakkal</title>
```

Minden oldalunk címsorában legyen benne valamelyik kulcsszavunk! Minden oldalunknak legyen meg a saját, egyedi címsora, a hozzá illeszkedő legjobb kulcsszóval!

### **4. Tegyük bele a kulcsszót a leíró mezőbe is!**

Így néz ki a leíró mező:

```
<meta name="description" content="leírás kulcsszóval">
```

**Keressen pénzt a [védjegyzett e-könyvekkel](#) ! A SILIHOST partneroldalán többféle ingyenesen terjeszthető e-könyvet is letölthet, melyekben elhelyezheti saját hirdetésait, plusz saját partner-azonosítója révén az értékesítésekből jutalékot is kereshet.**

Próbáljuk a kulcsszót vagy kifejezést a leíró szövegbe illeszteni legalább egyszer. Kétszer még jobb, de annál többször ne.

#### **5. Bár a Google nem törődik vele, azért más keresők miatt soroljuk fel az illeszkedő kulcsszavakat a kulcsszó mezőbe!**

```
<meta name="keywords" content="néhány kulcsszó">
```

Bár a Google és a legnagyobb keresők nem foglalkoznak ezzel, semmit sem árt, ha egyes specifikus keresők kedvéért kitöltjük ezeket a jelzőket.

Először az oldalra vonatkozó legfontosabb kulcsszavakat soroljuk fel. Ezeket követheti a többi kulcsszó. A legtöbben vesszővel választják el a kulcsszavakat, de erre nincs szükség.

#### **6. Feltétlenül használjuk a kulcsszavakat a H mezőkben!**

A H az angol Heading szó rövidítése, ami annyit tesz, mint fejléc, fejsor. Így néz ki egy H mező:

```
<H1>fejléc kulcsszóval</H1>
```

A H mezők H1-től H6-ig terjednek, ahol a H1 a legnagyobb, míg a H6 a legkisebb fejléc. MINDEN H mező jobban ki van emelve a megjelenítésben, mint a folyószöveg.

#### **7. Vastagítsuk ki a kulcsszavakat több helyen a szövegben!**

Így néz ki a HTML kódban egy megvastagítás:

```
<b>kulcsszó a folyószövegben</b>
```

A kiemelt szövegeknek nagyobb súlyt adnak a keresőmotorok, ezért minden oldalon legyen legalább néhány helyen ilyen kiemelés.

**Dinamikus 200 tárhely díjcsomagunk 2005-ben:**

**200 Mb webtárhely, .hu regisztráció, PHP, CGI, MySQL, 10 email cím, spamszűrés**

**10.900 Ft + ÁFA / év**

## **8. Figyeljünk oda a kulcsszavak megfelelő előfordulási sűrűségére!**

A keresők akkor tartanak egy oldalt egy adott kulcsszó tekintetében relevánsnak, ha elegendően sokszor szerepel rajta az adott kulcsszó. De ne essünk át a ló túlsó oldalára, mert ha túl gyakran szerepel a kulcsszó a szövegben, akkor a keresőmotor arra fog gyanakodni, hogy az oldal tulajdonosa a keresési eredményeket mesterségesen próbálja meg manipulálni. Az ilyen kísérleteket a fejlettebb keresőmotorok, mint a Google is, azzal büntetik, hogy kitiltják az adott oldalt a keresési találatok közül.

A kulcsszavak sűrűsége akkor optimális, ha 3% körül van. Ez nagy vonalakban azt jelenti, hogy minden bekezdésben egyszer vagy kétszer fordul elő, ha a bekezdések körülbelül néhány sorosak. Csak ne vigyük túlzásba. Jobb, ha egy kicsit az optimális kulcsszó-mennyiség alatt vagyunk, mintha valamelyik keresőrobot kitilt minket.

Egy jó tanács még a kulcsszavak elhelyezésére: Ne törekedjünk arra, hogy a többszavas kulcs-kifejezéseket változatlan formában jelenítsük meg. A természetes megfogalmazások nem engedik meg, hogy a kifejezések egy szövegen belül mindig ugyanúgy jelenjenek meg. A természetes nyelvben a szavak felcserélődnek, toldalékok kerülnek rájuk, és a kifejezések összetartozó szavai néha egymástól távolra is kerülnek. Ha a mi szövegünkben ez nem így lesz, akkor az intelligens keresőrobotok megint csak arra fognak gyanakodni, hogy a kulcsszavak mesterséges szövegbe ágyazásával manipulálni akarjuk őket. Tehát ha a kulcskifejezésünk például a „magyar vizsla”, akkor a szövegünkben emellett forduljanak elő ehhez hasonló szövegrészek is, mint „a vizsla magyar tenyésztői”, „a magyarok a vizsla jó tulajdonságait”, „a magyar kiállításokon és versenyeken a vizsla” stb.

## **9. Használjuk a kulcsszavainkat az Alt mezőkben!**

A tárhelyünkről a böngésző által kiolvasott összes képhez rendeljünk hozzá képleíró (alt mezőt), és ezekben használjuk az adott oldalhoz tartozó kulcsszavainkat. Ezeket a szövegrészeket tartalmi szempontból a keresők közel hasonlóan kezelik, mint a megjelenített szövegblokkot magát. Ezt a képleíró az Internet Explorer és más keresők például megmutatják, ha a kép fölé visszük az egérmutatót. Így néz ki egy képleíró:

```

```

Ezzel be is fejeztük a leglényegesebb oldalon belüli optimalizálási követelmények felsorolását. A következő fejezetekben kiemelünk a leírtak közül néhány fontosabb szempontot, melyet nagyobb mélységben is kielemezzünk.

**A magyar tárhely-piacon a leggyorsabb és legmegbízhatóbb Silicon Graphics szerver  
+ egyaránt nagy, min. 100 Mb/s sávszélesség hazai és nemzetközi irányban  
+ kedvező árak gyors ügyfélszolgálattal == SILIHOST Kft.**

## **A doménnév kiválasztásának szempontjai**

A tárhelyhez kapcsolt új domain neveink kiválasztásánál törekedjünk az alábbi szempontok maradéktalan betartására:

- *A domain név legyen rövid.*
- *A domain név legyen egyszerű.*
- *Utaljon az általunk végzett tevékenység típusára.*
- *Legyen egyedi.*
- *Legyen könnyen megérthető és kiejthető.*
- *Legyen személyes.*
- *Legyen könnyen betűzhető.*
- *Legyen könnyen megjegyezhető.*

Az optimalizálás szempontjából kétféle domain nevet ajánlok. Az első csoportba azokat a domén neveket sorolom, melyek a cég imázsához tartoznak. Azok a nevek, melyeket a névjegykártyáinkon feltüntetünk, melyeket szóban és írásban ismertté szeretnénk tenni. Elképzelhető, hogy az egész vállalkozásnak csak egy ilyen névre van szüksége, de az is lehet, hogy tevékenységi körönként fenntartunk egyet-egyét. Erre a domain névre maradéktalanul vonatkozik a fenti szempont-lista.

Optimalizálási szempontból azonban ajánlom másfajta domén nevek párhuzamos fenntartását és menedzselését is. Ezek a kereső-optimalizált domain nevek, melyek azt a célt szolgálják, hogy a keresőmotorok a lehető legjobb illeszkedést állapítsák meg az adott találatok tekintetében. Hogyha a fődomén neve maga is tartalmazza a keresőszavakat, vagy azok egy részét, akkor ezt a találatok rangsorolásának igen sokra értékeli a keresőgépek. Tehát szakértőként azt ajánlom, hogy vásároljunk speciális, a keresőszavainkat is tartalmazó .hu (vagy .info) domáineket, és helyezzünk mögéjük valós, egyedi tárhelyet, melyet töltünk fel valódi, de a „hivatalos” honlapunktól eltérő, optimalizált tartalommal. A tartalmi optimalizáláson felül ügyeljünk az oldalon kívüli optimalizálásra is, mellyel a későbbi fejezetekben foglalkozunk. Ezek a téma- vagy kulcsszó-specifikus honlapok úgy fogják vonzani a látogatókat, mint a mágnes.

### **Datanet ADSL előfizetési akció!**

**Rendeljen új ADSL előfizetést a Datanet-től, és az ADSL típusától függően tárhely csomagját 1 évig féláron vagy ingyen kapja a Silihost-tól.**

Ha [szakértői tanácsadás](#) igénybe vétele mellett döntünk, akkor személyre szabott iránymutatást kapunk a legcélszerűbb (a legjobb találatokat elősegítő) domain nevekről, és arról is, hogy hogyan tudjuk eltitkolni az egyre emberibb képességekkel felruházott keresőrobotok elől, hogy az azonos témájú „hivatalos” és az „optimalizálási” domének is mind hozzánk tartoznak. Ha ezt elérjük, a keresőrobotok szemében kulcsszavanként két teljesen független honlap versenyez majd a találatokért, így akár mindkét – a „hivatalos” és az „optimalizálási” honlapunkról származó, témába vágó – oldalunkkal is az első találati oldalra tudunk kerülni!

Természetesen az ilyen trükkök alkalmazásához szükségünk van olyan webhoszting szolgáltatóra, amelyiknél a „hivatalos” honlapunk mellé rendelt egy vagy több kicsi tárhelyhez nagyon olcsón hozzá tudunk jutni. A Silihostnál az ilyen, kisebb tárhelyre vonatkozó igényekre dolgoztuk ki a [Mini.web díjcsomagokat](#), ahol az ügyfél csak azután fizet, amire valóban szüksége van. Ha csak 50 Mb tárhelyet szeretne, nincs szüksége adatbázis-kapcsolatra és több email címre, akkor évi néhány ezer forintból is ki tud már jönni.

### **Ingyenes domain nevek**

Az ingyenes domain neveket, melyeket az ingyenes tárhely-szolgáltatók kínálnak, több okból sem ajánlom:

1. Az internetes közösség tisztában van azzal, hogy a domennev.uw.hu, domennev.fw.hu stb. ingyenes tárhelyet takarnak. A vásárlók joggal gyanakvóak, ha egy ilyen ingyenes webhoszting szolgáltatást találnak a vállalkozásunk mögött: „Ilyen rosszul megy a cégnek, hogy nem tud megengedni magának egy évi néhány ezer forintos kiadást a reklámmentes tárhelyre? Ha a cég nem eléggé sikeres, akkor inkább egy másik szolgáltatót kellene választanom, amelyikben jobban meg tudok bízni...”
2. Az ingyenes domaineik felett csak addig tudunk rendelkezni, amíg az azt szolgáltató társaság fennáll. Jellegéből adódóan ezt a honlap címet nem tudjuk átvinni másik webhoszting szolgáltatóhoz, mint az megoldható a fizetett tárhely esetén. Ha az ingyenes szolgáltató megszűnik, a honlap ismertté tételébe fektetett összes időnk és energiánk elvész.
3. A kereső-algoritmusok többre értékelik a saját domainen elhelyezett tartalmat egy aldomainen megjelenő oldalnál, illetve a keresők által beindexelhető aldomainek maximális számára vonatkozó korlátozások értelemszerűen nem jelentkeznek saját domain esetén.

**Ingyenes, többnyelvű professzionális [webáruház](#), kosaras vásárlási módszerrel.  
A használata ingyenes, a telepítése és beállítása egyszeri alacsony telepítési díjba kerül.  
A Silihostnál az internetes üzletmenet minden szükségletére talál megoldást!**

## **Az oldalcímek ereje**

Az oldalcím a HTML kód egy rövid szegmense, melyet a web-böngészők legfelső (általában sötétkék) sávjában láthatunk. Az oldalcímet a HTML szerkesztők külön sorban is ki szokták emelni, hogy senkinek ne kerülje el a figyelmét, hogy hol kell ezt beállítani. Az oldalcím a forráskódban így jelenik meg:

```
<TITLE>Az oldal címe</TITLE>
```

Különösen oda kell figyelni az oldalcímek beállítására olyankor, ha tartalomkezelő (CMS) rendszert használunk. Könnyen előfordulhat ugyanis, hogy ilyenkor az automatikusan generált oldalcímek ilyenek lesznek, mint „1. oldal”, vagy hasonlók.

## **Az oldalcímek jelentősége**

Az oldal címe nem más, mint az oldal tartalmára utaló rövid összefoglalás. Mint ilyen, a keresőmotorok szemében ez egy kiemelt jelentőségű sor az oldal témájának megállapításában. Egy keresésre vonatkozó találat kiértékelésében kitüntetett szerepe van annak a tényezőnek, hogy az oldalcím maga tartalmazza-e a keresőszavakat. Ha igen, és az oldalcím mellett az oldal tartalma is erre utal, akkor a keresőgép előre helyezi az adott oldalt a találatok között.

És itt még nincs vége a történetnek. Ugyanis miután a kereső a találatok közé helyezte az oldalt, az érdeklődő szeme előtt az oldalcím jelenik meg az első sorok egyikében kivastagítva. Általában ez alapján dönt az olvasó arról, hogy rákattint-e az adott találatra.

Ezt azért tartottam nagyon fontosnak megjegyezni, mert ebből látható, hogy az oldalak címét nem elegendő a keresőkre optimalizálni. A keresőrobot alig segít valamit rajtunk, ha előre helyezi ugyan az oldalunkat, de a cím olyan kusza vagy értelmetlen, hogy alig valaki akar rákattintani. Ügyesen kell tehát egyensúlyozni az oldalcímek megválasztásánál, hogy a lehető legtöbb vonatkozó kulcsszó mellett még értelmes és vonzó is maradjon a cím.

Sose használjunk ilyen semmitmondó oldalcímeket, mint: „Köszöntjük honlapunkon!”, vagy „Üdvözljük az XY Kft.-nél!” Ezek semmit sem árulnak el az oldal igazi témájáról, ezért ilyen címekkel nem is fogunk előrébb kerülni a keresések találati között.

**Ingyenes IISS portálrendszer az összes Silihost dinamikus tárhely-csomaghoz**  
**Az IISS portál előnyei: fejlett, modulós rendszer, rengeteg bekapcsolható funkcióval.**  
**Nincs fenntartási díj, csak egyszeri 4000+ÁFA telepítési és konfigurálási díj (2005-ben).**

Egy hasonlóan „érdekes” oldalcím a következő: „Untitled document”. (Ez az alapértelmezett oldalcíme a Microsoft Word és más szerkesztők új dokumentumainak, amíg el nem nevezzük őket.) Az Interneten a mai keresésem szerint 44.300 dokumentum foglalkozik ezzel a témával behatóan, legalábbis az oldalcímük tanúsága szerint...

## **Az oldalcímek vizsgálata szoftveres segítséggel**

A magam részéről az optimális kulcsszavak kiválasztásánál mindig felmérem a versenyhelyzetet az oldalcímek terén is. Ezt kézzel a Google keresőben egy ilyen paranccsal lehet megtenni: `allintitle:kulcsszó`. Ez arra utasítja a Googlét, hogy keresse ki mindazokat az oldalakat, melyek oldalcíme a megadott kulcsszó (kifejezés) minden szavát tartalmazza. Ezzel a kereséssel önmagában nem sokra megyünk, mert ez egy hasonló lista ahhoz, mintha magára a kulcsszóra kerestünk volna rá, de csak azokat az oldalakat tartalmazza, melyek oldalcíme is tartalmazza ugyanazt a kulcsszót. Én viszont használok egy kereső-marketinget támogató szoftvert, mely nemcsak felsorolja az eredményeket, hanem minden egyes találati oldalhoz megmutatja annak az oldal-értékét is (page rank). Megvizsgálom mondjuk az első 30 találatot, amiből ránézésre látszik, hogy milyen erős versenytársak helyezték el ezt az adott kulcsszót a címsorukban. Ha rengeteg erős oldal-értékű találat jön ki, akkor nem számíthatok nagy versenyelőnyre attól, hogy az oldalcímbe majd elhelyezem ezt a kulcsszót. Ha viszont sok kis oldal-értékű találat is van, akkor már pusztán az oldalcím optimalizálásával versenyelőnyre tehetek majd szert.

A kereső-marketinget támogató szoftverek ereje az automatizálásban van. Szinte mindent ellenőrizni lehet kézzel is, de eléggé időigényes folyamat lenne mondjuk mindegyik tervezett kulcsszóra mind a 30 találatot egyenként megvizsgálni, több kattintással eljutni az oldal-értékükhöz, kijegyzetelni azokat, végül összevetni. Ha mindez egy mozdulattal megvan, annak összehasonlíthatatlanul nagyobb a hatékonysága. És nem utolsó sorban, egy ilyen unalmas kézi ellenőrzést inkább el sem kezd az ember, elvesztve, elhanyagolva ezzel az ilyen fontos tényezőket a kulcsszavak kiválasztásában.

## **Így szerepelhetünk hamarabb a kereső találatai között az új honlapunkkal**

Attól, hogy megrendelünk egy domain nevet, hozzárendelünk tárhely területet egy webhoszting szolgáltatónál, elkészítjük a honlap optimalizált tartalmát, és feltöltjük a tárhelyre, még nem fogunk automatikusan megjelenni a keresők találatai között. Előbb oda kell irányítanunk az oldalainkra a keresőrobotokat, hogy elvégezzék az indexelést.

### **Az automatikus levelező rendszer (autoresponder) az email-marketing lelke**

**Építse ki a bizalmat, hogy az érdeklődők vásárlókká váljanak! Tartsa a kapcsolatot a régi ügyfelekkel, hogy más termékeket is vásároljanak Öntől – mindezt automatikusan!**

Mint már az elméleti részben rámutattunk, a keresők működése három részből tevődik össze: a feltérképezésből, az indexelésből és a keresőprogramból. Ez a három lépés az időbeli sorrendiséget is tükrözi. A keresőprogram csak azután adja ki az oldalunkat találatként, ha az már be van indexelve, az indexelésnek pedig csak azután lát neki a motor, ha előtte már feltérképezte. El kell tehát érünk először azt, hogy a keresők meglátogassák, feltérképezzék az új honlapunkat.

A közismert megoldás az, hogy regisztráljuk be a honlapot a fontosabb keresőkbe. A következő – bizonyára ismerős – helyen hozhatjuk például a Google tudomására az új honlapunkat: <http://www.google.com/addurl.html>

### **SOHA NE HASZNÁLJUK A GOOGLE E HONLAP-BEKÜLDŐ ŪRLAPJÁT!**

Ezen a módon ugyanis várhatóan több hónapig fog tartani, amíg a honlapunk indexelésre kerül. Miért várnánk több hónapot, amikor ugyanez megvalósítható akár 24 óra alatt?

### **Hogyan indexeltessük be új honlapunkat 24/72 óra alatt?**

- Menjünk be a Google keresőjébe, és indítsunk egy keresést a legtágabb fogalomra, ami az új honlapunkhoz illeszkedik. Ha mondjuk akupunktúrával foglalkozik az új honlapunk, akkor indítsuk a keresést a természetgyógyászat kulcsszóra. Ezzel kapunk egy listát a Google találatairól.
- Böngésszük végig az összes felkínált weboldalt, és fordítsunk kiemelt figyelmet arra, hogy milyen az egyes találatoknak a Google oldal-értéke (page rank-je).

***Megjegyzés: Emlékezzünk rá, hogy a Google oldal-érték annak a mérőszáma, hogy hány weboldaltól mutatnak hivatkozások egy adott oldalra, és hogy milyen „fontosak” azok az oldalak, ahonnan a hivatkozások érkeznek. Általánosságban minél több oldalról mutatnak linkek egy oldalra, annál nagyobb lesz annak az oldalnak is az értéke, fontossága.***

***Az oldal-értékeket csak szoftveres segítséggel tudjuk könnyedén lekérdezni. Maga a Google is nyújt erre egy ingyenes eszközt, a Google eszköztár keretében. A Google eszköztár egyelőre kizárólag Microsoft Internet Explorer-re vagy Firefox-ra telepíthető, és innen tölthető le: <http://toolbar.google.com/>.***

**Statikus 200 tárhely díjcsomagunk 2005-ben:**

**200 Mb webtárhely, .hu regisztráció, 5 db email cím, szerver oldali spamszűrés**

**7900 Ft + ÁFA / év**

***Ennél is egyszerűbb és átláthatóbb az a megoldás, ha kereső-marketinget támogató szoftvert használunk az ilyen lekérdezésekhez. Egy ilyen megfelelő szoftver segítségével nemcsak hogy áttekinthető, az oldal-értékeket is feltüntető teljes listát kapunk az ilyen keresésekről, hanem az ennek a fejezetnek a további részeiben tárgyalt további lépéseket is több óra helyett néhány perc alatt elvégezzük.***

Nos, miközben átvizsgáljuk ezeket a természetgyógyászat keresőszóra előre helyezett honlapokat, próbáljunk olyan találatokat keresni, melyek oldal-értéke 5-ös vagy nagyobb.

Miután találtunk jó néhány ilyen, nézzük végig, hogy van-e közöttük olyan, amelyik rendelkezik linkoldallal, és ha igen, kezdjük ezekkel a további lépéseket. A linkoldalakat arról ismerjük meg, hogy ehhez hasonló névvel illetik őket, mint: *linkek, hivatkozások, partnerek, források, vonatkozó honlapok stb.*

***Megjegyzés:*** Magyarországon még nem eléggé elterjedt a linkcsere, ezért nem biztos, hogy elegendő számú olyan honlapot találunk, amelyik már foglalkozik ezzel. Mindesetre a linkcsere javítja az oldalak értékét, ezért pont a nekünk is kellő, nagyobb oldal-értékű lapok között valószínűbb, hogy találunk ilyeneket. Ha nem találunk elegendő ilyen honlapot, akkor sincs nagy baj, mert csak arról van szó, hogy az oldalon kívüli optimalizálás további lépéseit kell előbbre hoznunk, és megkeresünk olyan tárhelyek bérlőit is, akik eddig még nem foglalkoztak a linkek cseréjével.

### **Linkcsere**

A linkcsere azt jelenti, hogy a mi oldalunkról kimutató hivatkozásért cserébe a partnerünk is elhelyez a saját oldalán egy ránk mutató hivatkozást.

Keressük meg egy személyes hangvételi levélben a nagyobb oldal-értékkel rendelkező lapok tulajdonosait. Ehhez persze előbb meg kell találnunk az elérhetőségüket, ami nem mindig egyszerű feladat. Sok webmester egyszerűen nem teszi ki az email-es elérhetőséget, hogy ne zaklassák kérésekkel levelekkel. Ha még találunk is email címet, közel sem biztos, hogy a sok kérésekkel együtt nem dobják-e majd ki olvasatlanul. A leggyorsabb és legbiztonságosabb megoldás itt is a szoftveres támogatás, ami automatikusan kiolvassa minden domainhez a fenntartójának az email címét, és az általunk megadott szövegezéssel levelet küld neki. A linkcserével foglalkozó fejezetben látni fogjuk majd, hogy milyen nagy segítséget jelent az, hogy könnyedén küldhetünk akár több száz vagy több ezer potenciális partnerünknek ilyen leveleket.

**Dinamikus 200 tárhely díjcsomagunk 2005-ben:**

**200 Mb webtárhely, .hu regisztráció, PHP, CGI, MySQL, 10 email cím, spamszűrés**

**10.900 Ft + ÁFA / év**

Ha a linkcserére vonatkozó kérést helyesen és professzionális módon fogalmazza meg és küldi el, akkor valószínűleg válaszolni fognak rá, és felteszik az oldalukra az Ön oldalára mutató hivatkozást.

**Ha sikerül 1 PR5-ös oldalról linket kapni az oldalára, akkor a Google 3 napon belül indexelni fogja az oldalát. Ha 1 PR6-os oldalra elhelyeznek az Ön honlapjára mutató hivatkozást, a Gogle 24 órán belül indexeli a domainjét!**

Olykor nem könnyű linkcserére bírni a magasabb oldal-értékű honlapok tulajdonosait, különösen, ha az Ön honlapja még teljesen új, és ennél fogva PR0 értékkel rendelkezik. (Számukra ez az akció most még igen kevés viszonzást jelentene, úgy érezhetik, mintha ők tennének szívességet vele.) De nem baj, még mindig van más megoldás is.

Ha tőkeerős céggel rendelkezik, és nagyon fontos a gyors indexelés, akkor vásárolhat PR7-es linkeket is ezzel foglalkozó internetes vállalkozásoktól. (Pl: textlinkbrokers.com, linkadage.com, text-link-ads.com). Elegendő 1 hónapra vásárolni ilyen linket, mondjuk 150\$-ért, és utána, ha az indexelés megtörtént, nem kell tovább fenntartani őket.

Van valami más is, amit gyakran csinálok, amikor új honlapokat indítok. A korábbi, már bejáratott, nagyobb oldal-értékű lapjaim egyikére helyezek el egy linket, ami az új oldalra mutat. Ez biztosítja, hogy az új honlap indexelése gyorsan megtörténjen, és azután már le is lehet venni a linket a régebbi oldalamról. Ha Ön személyesen nem is rendelkezik még ilyen bejáratott honlappal, könnyen lehet, hogy egy ismerőstől is tud kérni egy ilyen néhány napos vagy néhány hetes szívességet. És fordulhat a Silihosthoz is linkcseréért, függetlenül attól, hogy ügyfelünk-e vagy sem (erről egy későbbi fejezetben külön is beszélünk majd).

### **Eddig tehát megtanultuk, hogy**

- hogyan válasszunk ki olyan megfelelő kulcsszavakat, melyeknél nem túl erős a verseny;
- milyen tényezőkre kell odafigyelnünk a honlapunk megtervezésénél;
- hogyan optimalizáljuk a honlapunkat megfelelően az oldalon belüli optimalizálási tényezőkre;
- hogyan kerüljünk indexelésre a Googléban 24 óra alatt.

**Dinamikus 1200 tárhely díjcsomagunk 2005-ben:**

**1,2 Gb webtárhely, .hu regisztráció, PHP, CGI, MySQL, 50 email cím, spamszűrés  
26.900 Ft + ÁFA / év vagy 14.100 Ft + ÁFA / félév**

A következőkben rátérünk az oldalon kívüli optimalizálás gyakorlatára, ami, mint említettük, legalább olyan fontos, ha nem fontosabb, mint az oldalon belüli optimalizálás.

## **A honlapra mutató külső linkek értéke**

A tárhelyre felmásolt tartalom optimalizálásán kívül egyetlen szempont határozza meg azt, hogy a keresők hányadik helyre sorolják az oldalunkat a találatok között, és ez az, hogy milyen a kapcsolatunk a külvilággal. Elsősorban az, hogy hány darab és milyen minőségű hivatkozás mutat a mi oldalainkra. A mennyiségi és minőségi linkek azt jelzik a Google számára, hogy az oldalunk fontos és népszerű. Akkor, amikor el kell döntenie, hogy egy adott keresésre milyen sorrendben hozza ki a találatokat, akkor a legfontosabb és legnépszerűbb oldalakat fogja a lista legelejére helyezni.

A mennyiségi megközelítés egyszerű: minél több külső link mutat ránk, a Google szemében annál nagyobb az internetes népszerűségünk. A mennyiség alatt is elsősorban a különböző tárhelyekről érkező hivatkozásokat kell érteni. Ha már egy honlapról mutat egy link felénk, akkor nem sokat segít, ha ugyanannak a tárhelynek a további oldalaira is elhelyeznek ugyanoda mutató linkeket. Nagyságrendi különbség van aközött, ha 10 különböző tárhelyről érkezik 1-1 link, mintha 1-ről 10.

A Google azonban a mennyiség mellett a minőséget is nagyra értékeli, lehet, hogy még többre, mint a puszta mennyiséget. Ez azt jelenti, hogy a Google fenntart egy fontossági mérőszámot minden egyes általa beindexelt oldalhoz, ez az a már említett oldal-érték vagy angolul page rank. A magasabb minőségű oldalak alatt tehát a Google azt érti, ha nagyobb az adott oldalaknak ez a mérőszáma. Mivel a magasabb page rank-ű oldalak fontosabbak, ezért az innen kimutató linkek is többet érnek. A Google úgy gondolkodik, hogy ha egy népszerű domain birtokosa elhelyez egy linket valaki másnak a tárhelyére, akkor ez a másik honlap is bizonyára fontosabb, mintha ugyanezt a linket egy nem közismert oldal tulajdonosa helyezte volna el.

## **Az oldal-érték kiszámítása**

A Google egy adott oldalhoz tartozó értéket úgy számítja ki, hogy feltérképezi az erre az oldalra mutató az Interneten fellelhető összes oldalt, és egy speciális algoritmus segítségével súlyozza ezeket, majd a vizsgált oldalhoz hozzárendeli az eredményt. Minden egyes oldal azzal, ha egy linket tartalmaz az Interneten található valamely másik oldalra, **átörökíti** a saját oldal-értékének egy részét arra a másik oldalra.

Így jut oldal-értékhez minden egyes oldal a Google adatbázisában az Interneten. Ez az algoritmus biztosítja, hogy a népszerű oldalak magasabb értéket kapjanak: **minél több hivatkozás mutat egy oldalra, annál magasabb lesz a hozzárendelt értéke.** Az átörökítés folytán azt is biztosítja, hogy a magasabb oldal-értékű helyekről érkező linkek eredményeképpen magasabb legyen a vizsgált oldal értéke is: **minél értékesebb helyekről érkeznek hivatkozások egy adott oldalra, annál értékesebbé válik a vizsgált oldal is.**

Az Internet folyamatosan változik, fejlődik, és ez az oldal-értékek nyilvántartásában is megmutatkozik. A Google minden hónapban egyszer felülvizsgálja az összes oldal-értéket, és onnantól kezdve a következő havi vizsgálatig azzal az értékkel dolgozik a keresések találatainak a megítélésében.

Az oldal-érték azonban nem az egyedüli, bár kétségkívül egy fontos szempont a Google értékelési rendszerében. Megfigyelhetjük, hogy szinte akármilyen keresésre az első oldalon megtalálható 1-es, 2-estől 5-ös, 6-osig mindenféle oldal-értékű találat. A továbbiakban azt vizsgáljuk meg, hogy milyen más tényezők játszanak szerepet abban, hogy a Google melyik találatokat helyezi előre.

## **A hivatkozások minőségének másik követelménye a hivatkozási szöveg**

A Google nem csak azt figyeli, hogy hány és milyen minőségű link mutat egy oldalra, hanem azt is, hogy ezek a hivatkozások milyen tartalmat, üzenetet közvetítenek. Hiába van például a képzeletbeli Gézengúz Bt. állateledelt hirdető honlapja optimalizálva a kutyatáp kulcsszóra, ha a tárhelyére mutató összes link szövege ez vagy ehhez hasonló: „Gézengúz Bt.”. Ugye értjük, az ilyen szövegű linkek csak a „Gézengúz” kulcsszóra való kereséskor segítenének, amire viszont adott esetben semmi szüksége sincs a honlapnak, hiszen a cégnév általában egy olyan erős és egyedi kulcsszó, hogy automatikusan mindenki a legelső találatok közé kerül a saját (egyedi) cégnevével. A honlapnak arra lenne szüksége, hogy a „kutyatáp” kulcsszóra találják meg a potenciális vásárlói. Arra kell tehát törekednie, hogy a kutyatáp kulcsszó legyen megtalálható a tárhelyre mutató linkek szövegében. Például: „Olcsó kutyatáp”, „Kutyatáp házhozszállítás”, vagy „Gézengúz kutyatáp”.

Ezt nem mindig egyszerű feladat elérni, hiszen ezek a linkek nem a mi saját tárhelyünkön vannak elhelyezve, azaz valaki más rendelkezik felettük. A legjobb, ha a linkcserére vonatkozó kérésünkben nemcsak a link elérési útját, hanem azt is egyből megjelöljük, hogy mit szeretnénk a link szövegének.

**Silihost OPTIMA – automatikus tartalomgeneráló rendszer Teljesítse a keresőmotorok vágyait, és hozzon létre kulcsszavakban gazdag tartalmat! Ez a program 30-50 fájlból álló alkönyvtárakat hoz létre – automatikusan –, ami vonzza a keresőmotorokat!**

## **A minőség harmadik követelménye a tartalmi kapcsolódás**

A tárhelyünkre mutató linkek keresőszó szempontjából történő értékelésének a harmadik szempontja a tartalmi kapcsolódás. Viszonylag keveset ér a Google szemében, ha kutyatápra optimalizált linkek érkeznek számítástechnikai tartalommal bíró honlapokról. Ha viszont ezek a linkek kutyákkal vagy különösen kutyatáppal foglalkozó oldalakról valók, akkor az nagyon meg fogja dobni a Gézengúz honlap találati esélyeit a kutyatáp keresőszóra.

A recept tehát egyszerű: Olyan oldalakkal való együttműködésre kell tehát törekednünk, melyek a honlapunk témájához illeszkednek. Persze a konkurencia felkeresése nem a legjobb választás, bár egy győri kutyaboltos nyugodtan hivatkozhat egy miskolcira, és viszont. A legjobb választás mindazonáltal a kapcsolódó, de nem ugyanolyan témájú honlap. Ez ugyanis nem konkurencia, és a két tárhely tartalmát egyaránt színesíti egy olyan link, mely a másik honlap egy kapcsolódó témájára mutat.

### **A kereső-marketing egyik leghatékonyabb módja: a linkcsere**

Többször utaltunk már arra, hogy az oldalon kívüli optimalizálásnak az egyik legjobban bevált módja a linkcsere. A linkcsere azt jelenti, hogy a saját tárhelyén mindkét fél elhelyez a másik tárhelyére mutató hivatkozást. A linkcserének több fokozata is van. A legegyszerűbb esetben mindkét fél egy erre a dologra fenntartott aloldalán, úgynevezett link oldalán helyezi el a másokra mutató hivatkozásokat. Ez az aloldal általában közvetlenül elérhető a főoldaláról, linkek, partnerek vagy valamilyen más hasonló címszó alatt.

Egy ennél jóval erősebb, hatékonyabb megoldás az, ha a linkek nem egy elszeparált oldalon, hanem a tartalmi vonatkozásoktól nem elszakítva, hanem valamelyik tartalmi oldalon jelennek meg, esetleg akár a szövegbe ágyazva is. Ez azonban már egy erősebb elkötelezettséget feltételez egymás iránt, a két vállalkozás szorosabb összefonódására utal. Azért erősebb ez a fajta együttműködés, mert a link nincs kiragadva a szöveggörnyezetéből, és így a minőségi linkek harmadik említett követelménye, a tartalmi kapcsolódás is maximálisan jelen van.

**Keressen pénzt a [védjegyzett e-könyvekkel](#) ! A SILIHOST partneroldalán többféle ingyenesen terjeszthető e-könyvet is letölthet, melyekben elhelyezheti saját hirdetésait, plusz saját partner-azonosítója révén az értékesítésekből jutalékot is kereshet.**

## **Linkcserélés kézzel**

A linkcsere alapvetően egy egyszerű, de nagyon időigényes folyamat. Az Internet célirányos böngészésével fel kell kutatni a lehetséges partnereket, a honlapjuk rejtett zugaiban rá kell lelni az email címükre. Ezután külön-külön emailt kell küldeni mindenkinek. A linkcsere etikett úgy kívánja, hogy egy ilyen kérés előtt már el is helyezzük a lehetséges partnerünkre mutató linket a saját tárhely egy oldalán. Tehát a levél előtt fel kell tenni a linket, majd le is venni egy idő után, ha nem érkezik pozitív válasz. Továbbá részletes listában nyilván kell tartani, hogy kinek mikor küldtünk levelet, nehogy véletlenül is többször küldjünk ki ilyen irányú kérést, különben azonnal spameléssel vádolnak meg minket, és ezzel el is úszik a lehetséges együttműködés. Amikor már áll a kölcsönös linkcsere, még mindig nincs vége a történetnek, ugyanis hetente egyszer ellenőrizni kell, hogy él-e még a partner oldala, a törött linkeket ugyanis le kell venni a tárhelyünkről, a keresők ugyanis leértékelik a honlapunkat, ha törött linkeket találnak rajta. Továbbá ugyanilyen rendszerességgel ellenőrizni kell az összes partnerünknek az oldal-értékét, mivel ebből kitűnik, hogyha az az adott oldal Google tiltólistára került. Ha ugyanis azt találja a Google, hogy mi egy tiltólistán lévő oldalt reklámozunk az oldalunkra elhelyezett linken keresztül, akkor mi is azonnal tiltólistára kerülünk, és onnantól kezdve egyik oldalunk sem jelenik meg a Google találatai között, egészen addig, amíg a hibát korrigálva, a Googléval levelezésbe bocsátkozva vissza nem nyerjük eredeti státuszunkat.

## **Egymásra találás fórumokon**

A linkcserélés legnagyobb kihívása a linkpartnerek egymásra találása, különösen a szoftverrel nem támogatott, kézi linkcsere esetén. Ehhez nagyszerű támogatást nyújtanak a linkcsere szakosodott fórumok, így például a [Silihost linkcsere fórum](#). Ha szeretnénk az internetes népszerűségünket linkcserek segítségével növelni, csupán a következőket kell tennünk:

1. Keressük fel a [Silihost linkcsere fórumát](#), és a linkcsere felhívások között keressük ki a honlapunkhoz illeszkedő témákat. Minden meglévő téma alatt találunk hozzászólásokat, melyeknek az egyetlen üzenete általában az, hogy az adott honlap tulajdonosa nyitott a témában a linkcsere. A fórum személyes levélküldésének a segítségével vegyük fel a kapcsolatot a hozzászólás beküldőjével, azaz az adott honlap tulajdonosával. A linkcsere etikett szerint a linkcsere kérésekor a saját oldalunkon már legyen fent a másik honlapjára mutató link, a hozzászólásban található linkszöveg felhasználásával. Ha az eredeti hozzászólás tulajdonosa korrektnek találja a kérésünket, minden bizonnyal összejön a linkcsere.

**Különleges ajánlatunk korlátozott ideig: Hozza át tárhely előfizetését a Silihosthoz MOST, és akkor a másik szolgáltatónál már kifizetett időszak alatt (legfeljebb 364 napig) ingyenesen adjuk a Silihost tárhelyet! Ellenőrizze [itt](#), hogy érvényes-e még ajánlatunk!**

2. Ha a fenti lépésben találtunk a saját honlapunkhoz illeszkedő témát, akkor abban érdemes a saját felhívásunkat is elhelyeznünk. Így ugyanis ezután ebben a témában minket fognak megkeresni mások, megkönnyítve a linkcserék folyamatosságának fenntartását a számunkra. A linkcserére vonatkozó felhívás legalább a következőket tartalmazza: a nevünket, a honlapunk teljes elérési útját (<http://...>), a ránk mutató link kért szövegét, és azt, hogy csak a normál, vagy az ultra-hatékony linkcserére is nyitottak vagyunk-e (az ultra linkcseréről a következő fejezetben lesz szó).
3. Ha nem találtunk a honlapunkhoz jól illeszkedő témát, vagy egy új témában is szeretnénk linkeket cserélni másokkal, akkor nyissunk új témát, topicot, és abba mindjárt helyezzük is el az első linkcsere felhívást a 2. pont szerint. A téma címének megfogalmazásakor törekedjünk, hogy a téma eléggé általános legyen, hogy minél többen felvegyék majd velünk a kapcsolatot. Ne hozzunk létre túl specifikus vagy ismétlődő témát, mert az feleslegesen felhizlalja a fórum témáinak a számát, és így mindenki számára nehézkesség válik a használata, tehát végső soron nekünk is kisebb lesz az eredményességünk.

## **Linkcserélés szoftveres támogatással**

Én még nem talákoztam olyannal, aki a linkcserélés kézi vezérlése mellett huzamosabb ideig kitarzott volna. A legtöbb esetben már néhány nap után elvész a kezdeti lelkesedés. Szerencsére fejlett eszközök is rendelkezésre állnak a linkcserélők kiszolgálására. A következőkben az általunk használt és messzemenőig ajánlott eszközön keresztül mutatjuk be a linkcserélés folyamatának optimális módját.

### **1. Másoljuk le az első találati helyekre kerülők nyerő stratégiáit!**

Hogyan versenyezhetnénk jobban az elsővel, mintha lemásolnánk, amit és ahogyan elértek, csak egy kicsit jobban csinálnánk mindent náluk! Az oldalon belüli optimalizáláson – elviekben – már túlvagyunk, most másoljuk le azt is, ahogyan ezek a nyerő oldalak az élre kerültek. A kézi linkcserélés kiváltására én a [SEO Elite](#) kereső-optimalizálási programot használom. Ez nem egy ingyenes program, de messze behozza az árát az az idő, amit megtakarítok, a hatékonyság növekedéséről nem is beszélve.

A programot megnyitva töltsük le, mely honlapokat helyezi a Google az első találati oldalra az egyik kulcsszavunkra. Vegyük sorra az első néhány nyertest.

**A magyar tárhely-piacon a leggyorsabb és legmegbízhatóbb Silicon Graphics szerver  
+ egyaránt nagy, min. 100 Mb/s sávszélesség hazai és nemzetközi irányban  
+ kedvező árak gyors ügyfélszolgálatlal == SILIHOST Kft.**

Kérjük le a programban, hogy mely oldalokról mutatnak linkek erre a nyertes oldalra. Valószínűleg egy hosszú listát fogunk kapni (hiszen nyilván a nyerő oldalak nagy népszerűségnek örvendenek az Interneten), szóval ezt a hosszú listát valahogy kezelni kell. Ezek azok a honlapok, melyek a konkurenciánkra linkelnek. Mivel a mi oldalunk is éppúgy a témába vág, miért ne tudnánk elérni, hogy ránk is linkeljenek?

## **2. Válasszuk ki a legideálisabbnak tűnő linkpartnereket!**

Kezdjük el válogatni a potenciális linkpartnerek között. A program minden egyes lehetséges linkpartnerhez megmutatja:

- az oldal-értéket,
- az oldalhoz tartozó címet,
- a hivatkozási szöveget (a link szövegét),
- azt, hogy hány, és milyen típusú link mutat a lehetséges linkpartnerre,
- a linkpartner kimenő linkjeinek a számát (minél kevesebb link mutat ki a linkpartnertől, az nekünk annál jobb, mert annál nagyobb súlya lesz a ránk mutató linknek),
- a linkpartner összes linkjeinek a számát, beleértve az oldalon belüli linkeket is,
- az IP címét,
- és végül, hogy a Google autoritásnak tartja-e ezt a linkpartnert.

Válogassuk ki a legértékesebb linkeket a listából: akiknek magas az oldal-értékük, a témába vágó az oldalcímük, és akik a kulcsszóhoz illeszkedő hivatkozási szöveget adtak már meg a konkurens honlapra mutatva, figyelembe véve az összes fent felsorolt szempontot is, melyeket mind egy oldalon egyszerre áttekinthetünk.

## **3. Vizsgáljuk meg, hogy a linkpartnereinél elhelyezett milyen hivatkozási szövegekkel érte el nyerő pozícióját a konkurensünk!**

Váltsunk át az elemzési képernyőre, és nézzük meg, hogy a konkurensünkre mutató linkek mely szavakat és kifejezéseket tartalmazzák a leggyakrabban! Nekünk is ezeket a link szövegeket kell majd kérnünk a linkpartnerektől, ha ugyanúgy vagy jobban akarunk teljesíteni nála. Persze nemcsak a leggyakoribb előfordulást kell utánoznunk, hanem meg kell próbálnunk hasonló arányt elérni a sok különböző partnernél, ahhoz, hogy hasonlóan jól szerepeljünk a Google kifinomult értékelési rendszerében!

### **Datanet ADSL előfizetési akció!**

**Rendeljen új ADSL előfizetést a Datanet-től, és az ADSL típusától függően tárhely csomagját 1 évig féláron vagy ingyen kapja a Silihost-tól.**

Ha az egyes kulcsszavak előfordulási aránya túl magas a linkszövegekben, a Google azt hiheti, hogy manipulálni akarjuk a keresési eredményeket, és ezért nem ad olyan jó értékelést, mint amit megérdemelnénk. Ha viszont az előfordulási százalék túl alacsony, akkor a Google úgy látja majd, hogy a honlapunk nem elég fontos az adott kulcsszó tekintetében.

Ugyanezt az elemzést végezzük el a linkpartnerek címsoraira is, és célozzuk meg az itt kinyert százalékok lemásolását is. Megjegyzem, hogy ezekhez a statisztikákhoz nem 100%-ban szükséges a [SEO Elite](#) program használata, kézzel is meg lehet őket csinálni, csak elég hosszadalmas, a [SEO Elite](#) segítségével minden automatikus. Viszont az fontos, hogy elemezzük a versenytársakat, és hogy rendelkezünk ezekkel a célszámokkal, hiszen ez az az igazi információ, amivel magunk mögé utasíthatjuk a versenytársakat.

#### **4. Vegyük föl a kapcsolatot a kiválasztott linkpartnerekkel néhány kattintással!**

Válasszuk ki azt a sablont, amelyikkel az adott linkpartner(eke)t meg kívánjuk szólítani. (A program felhasználói kapnak néhány jól bevált sablont, amiket még tovább személyre tudnak szabni. Ezeket a sablonokat a SILIHOST összes többi ügyfele is ingyenesen igényelheti, akkor is, ha nem a szoftveres kereső-optimalizálást választja, de aktívan szeretne élni a linkcserékkel.)

Vegyük föl a kiválasztott potenciális partner(ek) linkjét a saját linkoldalunkra (egy kattintással), és élesítsük az új linkoldalunkat. A lehetséges partnerek jó néven veszik, ha már fent lesz az ő oldalukra mutató link a mi oldalunkon, amikor elolvassák a levelünket.

Vegyük fel akár az összes megjelenített partner címét egy kattintással, és küldjünk ki akár 1000 levelet egyszerre. A program használatával nem kell egyesével felkutatni a lehetséges partnerek honlapján az email címüket, és nem kell egyesével kiküldeni a leveleket a levelező-programunkból!

Bár az automatikus kiküldés nagyon gyors, azért jobban megéri egy pár percet szánni minden egyes lehetséges partnerre, hogy személyesen is meg tudjuk szólítani. A személyesebb hangvételű levelekkel nagyobb sikereket lehet elérni. Egy levél attól lesz személyes, hogy a sablon tartalmát kiegészítjük azzal, amire az illető honlapján ráeltünk: megdicsérik, ami tetszett, és megemlítjük, hogy hogyan színesítené az ő oldalát is, ha a ránk mutató linket elhelyezné.

**Ingyenes IISS portálrendszer az összes Silihost dinamikus tárhely-csomaghoz**  
**Az IISS portál előnyei: fejlett, modulós rendszer, rengeteg bekapcsolható funkcióval.**  
**Nincs fenntartási díj, csak egyszeri 4000+ÁFA telepítési és konfigurálási díj (2005-ben).**

Mihelyst kiküldtük a link-kéréseket, csak hátra kell dőlnünk a székből, és várni a válaszlevelek érkezésére. Ez a módszer NAGYON hatékony. Teljes felügyeletünk van afölött, hogy ki linkel ránk, és hogy hogyan teszik ezt.

#### **5. Ellenőrizzük, hogy minden linkpartnerünk visszalinkel-e még, és hogy a tőlünk kimutató linkek élő oldalakra mutatnak-e!**

A szoftver használatával mindez egy kattintás. Ha egy linkpartner levett minket az oldaláról, vagy esetleg megszűnt az oldala, akkor a tőlünk induló linkeket törölnünk kell. Ez is csak néhány kattintás a szoftver segítségével.

### **Speciális, ultra hatékonyságú linkcsere**

Az internetes népszerűség növelésének máig az egyik leghatékonyabb módszere a linkcsere. Mindig vannak ugyan más, hirtelen felkapott, nagyszerű ötletek, de a keresőmotorok fejlesztői is résen vannak, és az új manipulációs technikákat hamar kiszűrik, ami után azok használhatatlanná válnak. A linkcsere azonban nem manipulációs technika, hiszen az Internet valódi lényegét hordozza magában, azt, hogy a sok különböző tárhely egymáshoz kapcsolódva egy magasabb rendű hálózatot alkot.

Ha azonban újra áttekintjük a Google oldalon kívüli optimalizálás hatékonyságának ismérveit, azt találjuk, hogy ezek közül nem mindent tudunk maradéktalanul megvalósítani az egyszerű linkcserevel. Emlékeztetőül, a tárhely területünkre mutató linkek hatékonyságának ismérvei: a linkek szövege mennyire illeszkedik a kulcsszavainkhoz, a linkek milyen oldal-értékű helyről érkeznek, és a linkek szövegkörnyezete (a hivatkozást elhelyező oldalak tartalma és oldalcíme) mennyire van összhangban a témánkkal.

Ezek közül a linkek szövege felett elég nagy kontrollunk van, mert az ajánlatukat általában elfogadják a linkpartnerek. A partnerek esetlegesen alacsony oldal-értékétől nem nagyon kell tartanunk, mert aki komolyan veszi a linkcsereét, annak az ismertsége és így az értéke idővel növekedni fog. A harmadik tényezőbe azonban, a szövegkörnyezetbe elég kevés beleszólásunk van. Egy linkoldalon sok link van elhelyezve, és ezek sokféle témája nem oly mértékben illeszkedik a saját témánkhöz, mint azt szeretnénk. Nem is beszélve a partner linkoldalának az oldalcíméről, amire úgyszintén semmi befolyásunk nincs.

### **Az automatikus levelező rendszer (autoresponder) az email-marketing lelke**

**Építse ki a bizalmat, hogy az érdeklődők vásárlókká váljanak! Tartsa a kapcsolatot a régi ügyfelekkel, hogy más termékeket is vásároljanak Öntől – mindezt automatikusan!**

Az egyszerű linkcsere tehát csak közel fele akkora hatékonyságú, mintha a szöveggörnyezet is 100%-ban megfelelné. Erre is van azonban kielégítő megoldás, mégpedig az ultra-hatékonyságú linkcsere. E módszer abban különbözik az egyszerű linkcserétől, hogy a másik fél tevékenységét bemutató egy vagy több egész (ismertető) oldalt helyez el a két partner a saját tárhelyén. Így mindenkinek teljes kontrollja van a rá mutató linkek szöveggörnyezete és oldalcíme felett, hiszen ő maga biztosítja a partnere számára a tartalomoldalt. A Google imádja az ilyen ultra hatékonyságú linkeket, és ezért ezekből elég, ha csak néhányal rendelkezünk, ahhoz, hogy jelentősen jobbra értékeljen a találatok között.

### **Az ultra hatékonyságú linkcsere megvalósítása**

A linkpartnereket ugyanúgy meg kell találnunk, mint a normál linkcsere esetén. Ebben szintén segítségünkre lehet a [Silihost linkcsere fórum](#), mert itt az ultra linkcserére való nyitottságunkat is jelezhetjük az adott témához kapcsolódó linkcsere felhívásunkban.

A megfelelő linkpartner megtalálása után a csere technikai megvalósítása kicsit különbözik, ugyanis egy egy vagy több oldalas anyagot küldünk át kölcsönösen a másiknak, aki felteszi azt a saját tárhely területére, ideális esetben egy alkönyvtárba. Ezt az oldalt (vagy ezeket az oldalakat) úgy kell beilleszteni, hogy a partner linkoldaláról erre a saját tárhelyén található oldalra (alkönyvtárra) mutasson egy link. Ez az ultra-linkoldal, mely azután linkel a mi honlapunkra. Tehát az ultra linkcsere abban különbözik a hagyományostól, hogy a linkoldalról az illető saját tárhely területén elhelyezett másik oldalra mutat először a link, és csak innen, ahol már a szöveggörnyezet is optimális, mutat a link a partnerre.

Az ultra linkcseréhez használt oldalak ne legyenek ugyanolyanok, kisebb változtatásokat mindig tegyünk, pl. a szövegblokkok sorrendjében, az oldalcímben és a linkek szövegében is, mert a keresők nem szeretik az egy az egyben duplikált tartalmakat az Interneten.

### **Ultra linkcsere a Silihosttal**

Mi a Silihostnál sok témában nyitottak vagyunk az ultra linkcserére linkpartnereinkkel. Egy további előny a partnereink felé az, hogy egy megkereséssel akár több oldalunkról, több különböző doménről is tudunk linket cserélni. Ezzel kis figyelemmel jelentős oldalon kívüli optimalizáltságra tehet szert bármelyik ilyen ultra partnerünk. Kérjük, ultra vagy hagyományos linkcsere ügyben az ügyfélszolgálatunkkal vegye fel a kapcsolatot: [ugyfelszolgalat@silihost.hu](mailto:ugyfelszolgalat@silihost.hu) . Telefonszámunk: 06-20-333-4444.

**[Mini.web](#) díjcsomag (50 Mb tárhely, 1 email cím):**

**évi 4.900 Ft + ÁFÁ-tól**

**[Maxi.web](#) díjcsomag (1 Gb tárhely, FTP kapcsolat):**

**évi 10.000 Ft + ÁFÁ-tól**

## **Az Internet-marketing 1000 trükkje**

Az Internet-marketing 1000 trükkje című [ingyenes távoktatásunkban](#) a következő témákat dolgozzuk még fel a kereső-marketing területéről:

### **Mit ne tegyünk a kereső optimalizáláskor? (kitiltást eredményező technikák)**

#### **Google eszköztár és oldal-érték**

**A felülmúlhatatlan kereső-optimalizálás. A keresőket kezdik egyre inkább emberi ítélőképességgel felruházni.**

**Fizetett linkek, Google reklámok elhelyezése az oldalainkon.**

### **A website forgalom elemzése**

#### **A website hatékonyságának kiértékelése**

#### **A keresőkben elért találatok nyomon követése**

#### **Cikkek írása, mint az egyik leghatékonyabb optimalizálási stratégia**

Ezekre a témákra körülbelül a féléves kurzus háromnegyedénél kerül majd sor, ezért ajánlatos már most feliratkozni, hogy amikor szüksége lesz erre a tudásra, már kéznél legyen. Arra is szeretném felhívni a figyelmét, hogy az üzleti stratégiánk keretében a Silihost ügyfelei előre, egyben is hozzájuthatnak az összes tanfolyami leckéhez (plusz a csak ügyfeleknek szánt kiegészítő anyagokhoz). Tehát ha Ön is a Silihost ügyfelévé válik, akár tárhely megrendelésével, akár autoresponder (automatikus levelező rendszer) vagy más szoftveres optimalizáló eszköz licenszelésével vagy megvásárlásával, akár szakértői tanácsadás igénylésével, onnantól kezdve Ön is azonnal kikérhet minden elkészült tanfolyami anyagot.

Sok sikert kívánunk Önnek a tanult optimalizálási módszerek gyakorlati megvalósításához! Ha az optimalizáláshoz kiegészítő szoftverek vagy szolgáltatások megrendelése mellett dönt, állunk rendelkezésére:

[silihost.hu](http://silihost.hu)