Seminar:

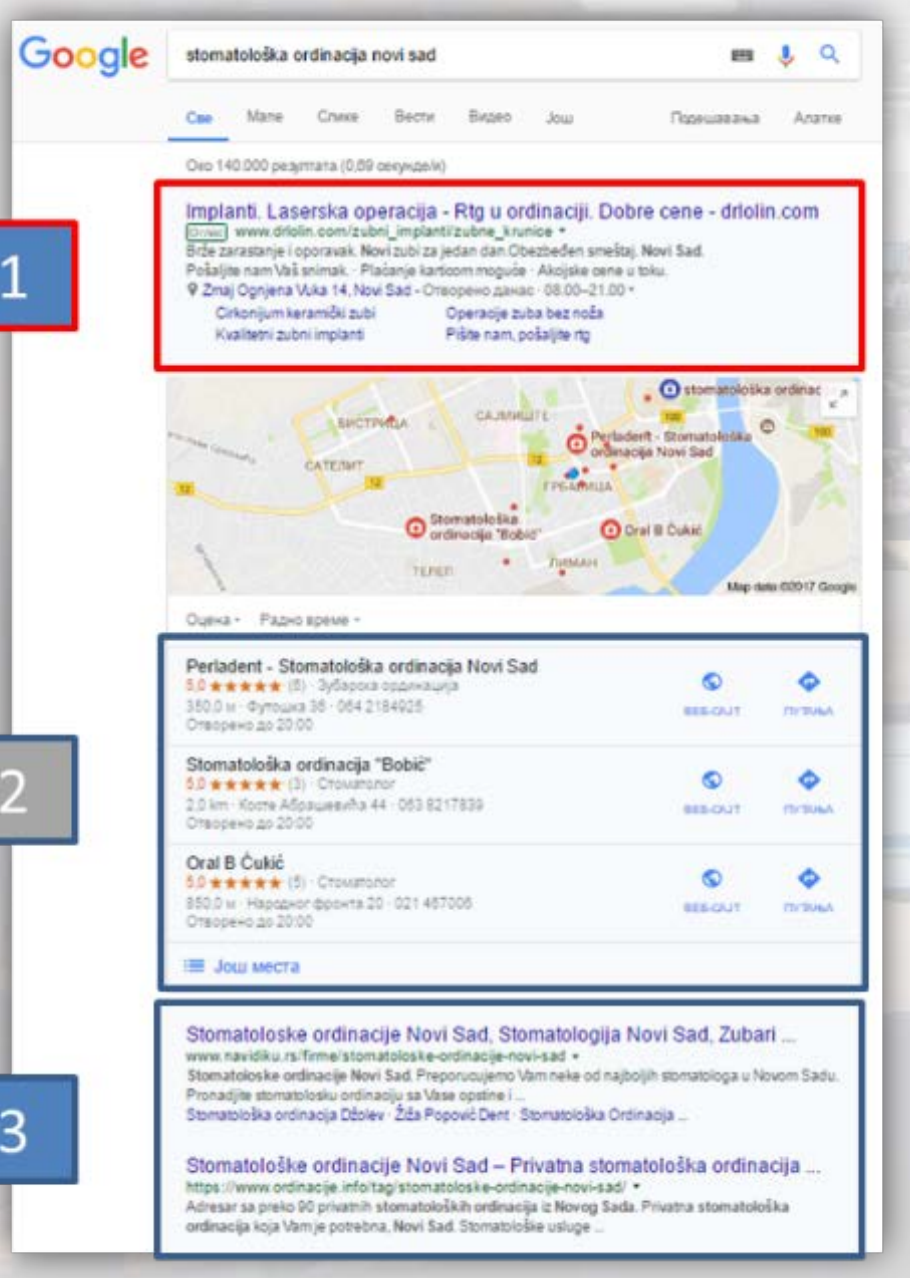
Kako danas doći do dobre vidljivosti vašeg sajta na Guglu?

Kako da dođete do dobrog rejtinga vašeg sajta na pretraživačima u vašoj industriji, i tako povećate onlajn prodaju?

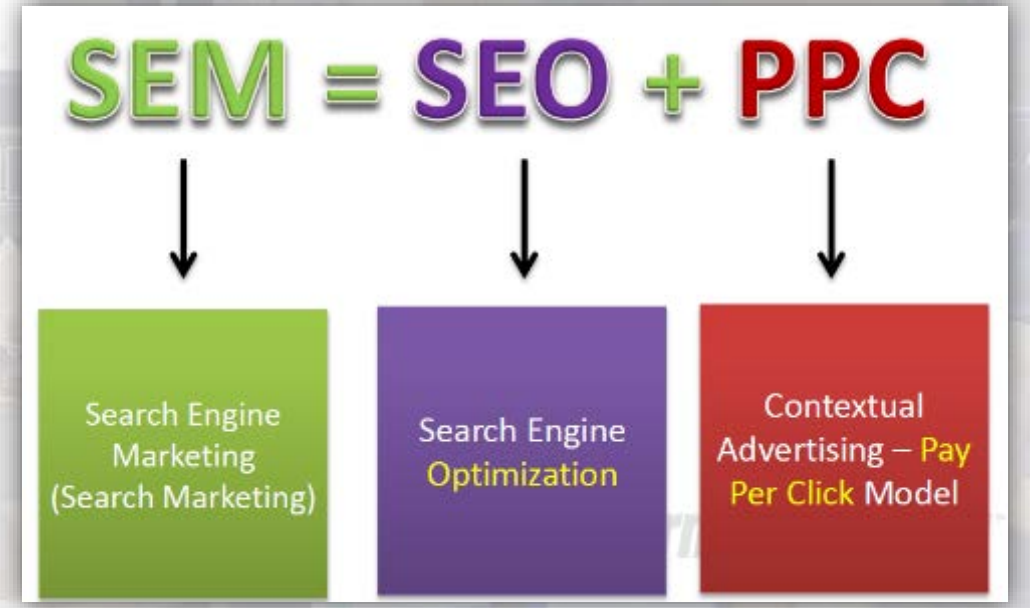
Naučite kroz primere kako da uverite vaše pretpostavljene ili klijente da je važno ulagati u optimizaciju za pretraživače kao najznačajniju tehniku onlajn promocije.

Dragan Varagić,
Savetnik za poslovnu primenu interneta

Šta je SEO?



SEO - Strategije, tehnike i aktivnosti koje za rezultat imaju dobru vidljivost sajta na pretraživačima.



1 Plaćena pozicija - Google oglasi, PPC

2 Lokalni rezultati (mapa, adresa, kontakt)

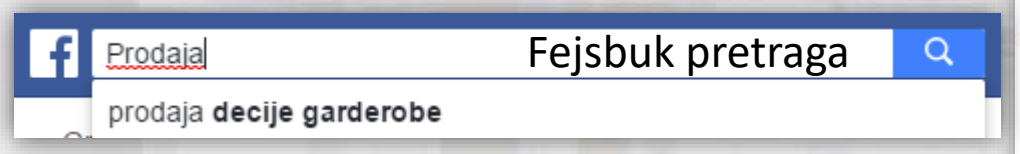
SEO

3 Organski rezultati

Da li je meni potreban SEO?

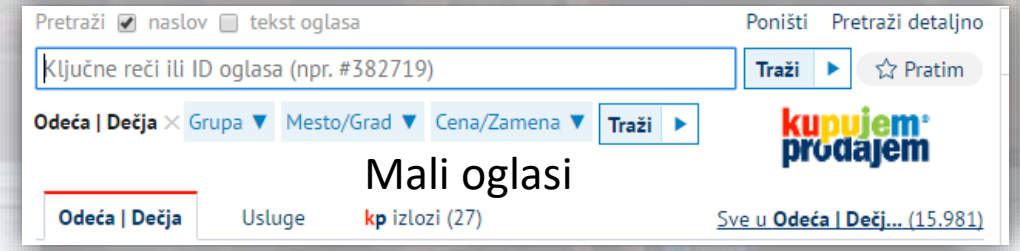
DraganVaragic.com

Veb sajt kao slikovnica (samo slike, bez teksta)

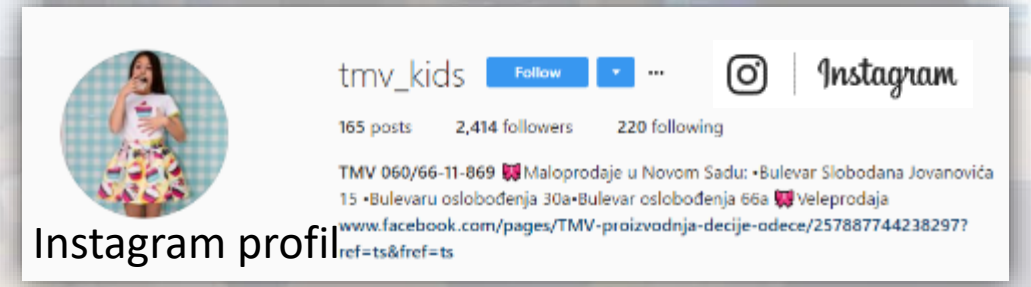


Fejsbuk pretraga

Fejsbuk Grupa

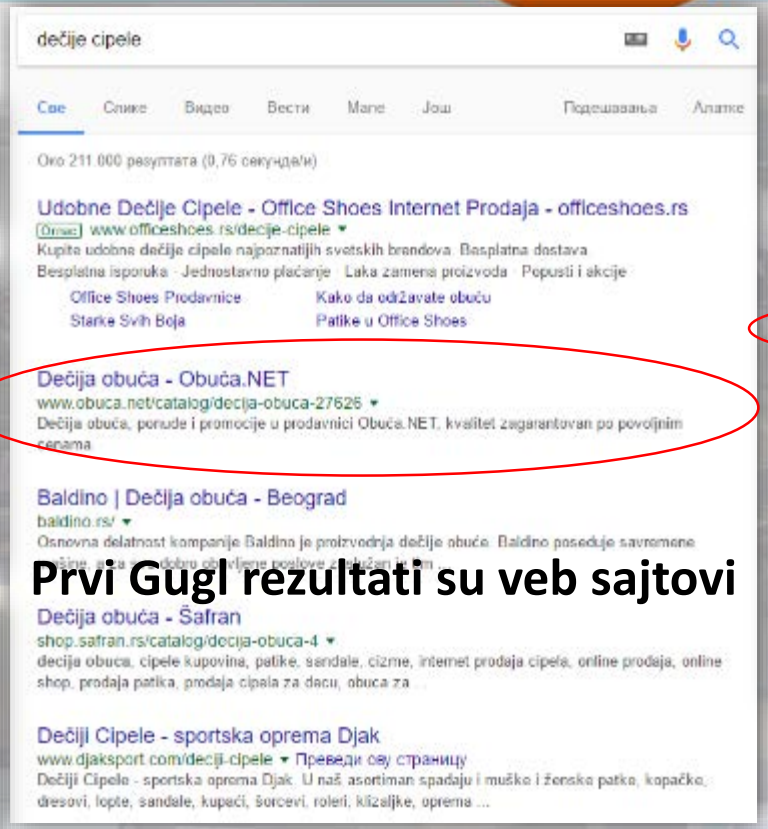


Mali oglasi

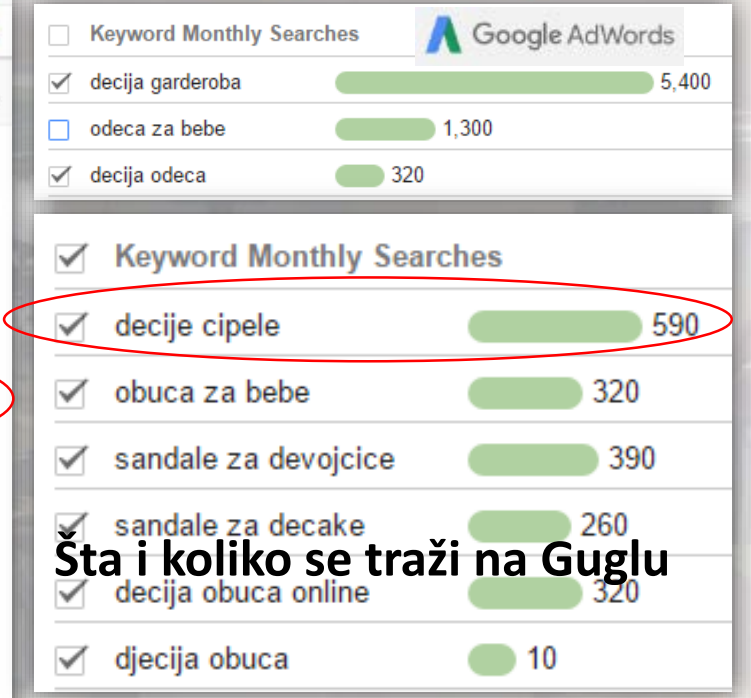


Instagram profil

Jedan deo populacije koristi internet na način kako ga oni doživljavaju.



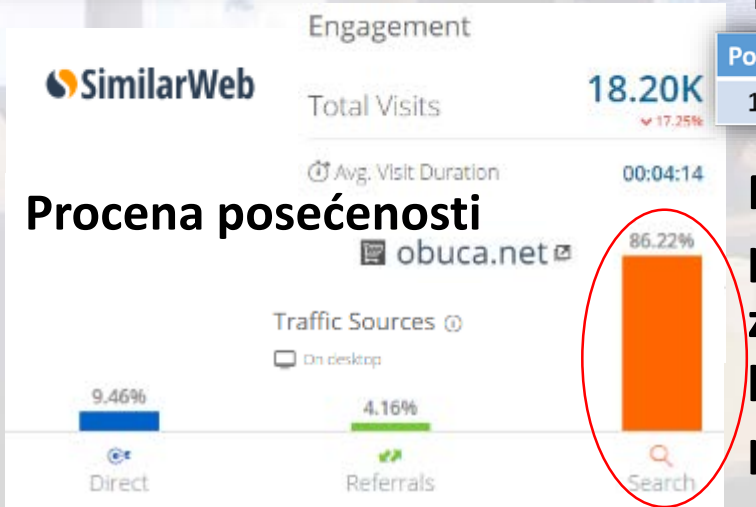
Prvi Gugl rezultati su veb sajtovi



Šta i koliko se traži na Guglu

Potrebno je videti mogućnosti prodaje u odabranoj oblasti.

Posetilaca	SEO posetilaca	Procena % konv.	Br. prodaja
18.200	86,22%	1%	2.856



Procena posećenosti

Na osnovu konkretnih podataka o posećenosti i zastupljenosti interesovanja korisnika preko Gugla, pravi se procena efekata.

Preduslovi za usvajanje SEO aktivnosti

U zavisnosti od oblasti, vrste proizvoda i kvaliteta ponude - zavise i efekti prodaje!

1. Donosioci odluka u kompaniji **moraju odmah da vide nedvosmisleni interes uvođenja optimizacije za pretraživače, na nivou prihoda koje trenutno nemaju**.
2. **Analiza prihoda konkurencije** je veoma često dobar motivator za inicijaciju budžetiranja SEO aktivnosti!

Da li tu ima para?

Ovi drugi zarađuju, a ja ne!

Donosioci odluka moraju prvo da vide konkretno koliko može SEO da donese prihoda, kao i način računanja investicije - da bi prihvatili veličinu i uslove finansiranja!

Preduslovi za usvajanje SEO aktivnosti

U zavisnosti od oblasti, vrste proizvoda i kvaliteta ponude - zavise i efekti prodaje!

obuca.net

Posetilaca	SEO posetilaca	Procena % konv.	Br. prodaja
18.200	86,22%	1%	2.856

Google Analytics

Default Channel Grouping	Acquisition			Behaviour			Conversions E-commerce		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	E-commerce Conversion Rate	Transactions	Revenue
Maj 2017. - Prodavnica sa ispod-prosečnim prihodom - **Godišnji prihod 20.000 €**									
Organic Search	**1,210** (20.26%)	74.38%	900 (21.95%)	66.20%	3.89	00:02:10	1.07%	13 (30.23%)	RSD26,735 (32.20%)
Maj 2017. - Prodavnica sa iznad-prosečnim prihodom - **Godišnji prihod 200.000 €**									
Organic Search	**9,080** (22.21%)	58.92%	5,350 (29.34%)	10.85%	3.29	00:02:42	1.96%	178 (26.14%)	RSD280,154 (28.18%)

Maj 2017. - Prodavnica sa ispod-prosečnim prihodom

- 26.735 din - Za ovaj prihod je bilo potrebno 12 meseci ulaganja, po principu „malo po malo“.
- Logično je da se mesečno za SEO može uložiti 32% budžeta, odnosno 8.555 din.

ROI razmišljanje

Maj 2017. - Prodavnica sa iznad-prosečnim prihodom

- 280.154 din - Veb sajt postoji 5+ godina, poznat i vidljiv na pretraživačima, ne ulaže se ništa 2+ godine.
- Logično je da se mesečno za SEO može uložiti 28% budžeta, odnosno 78.443 din.

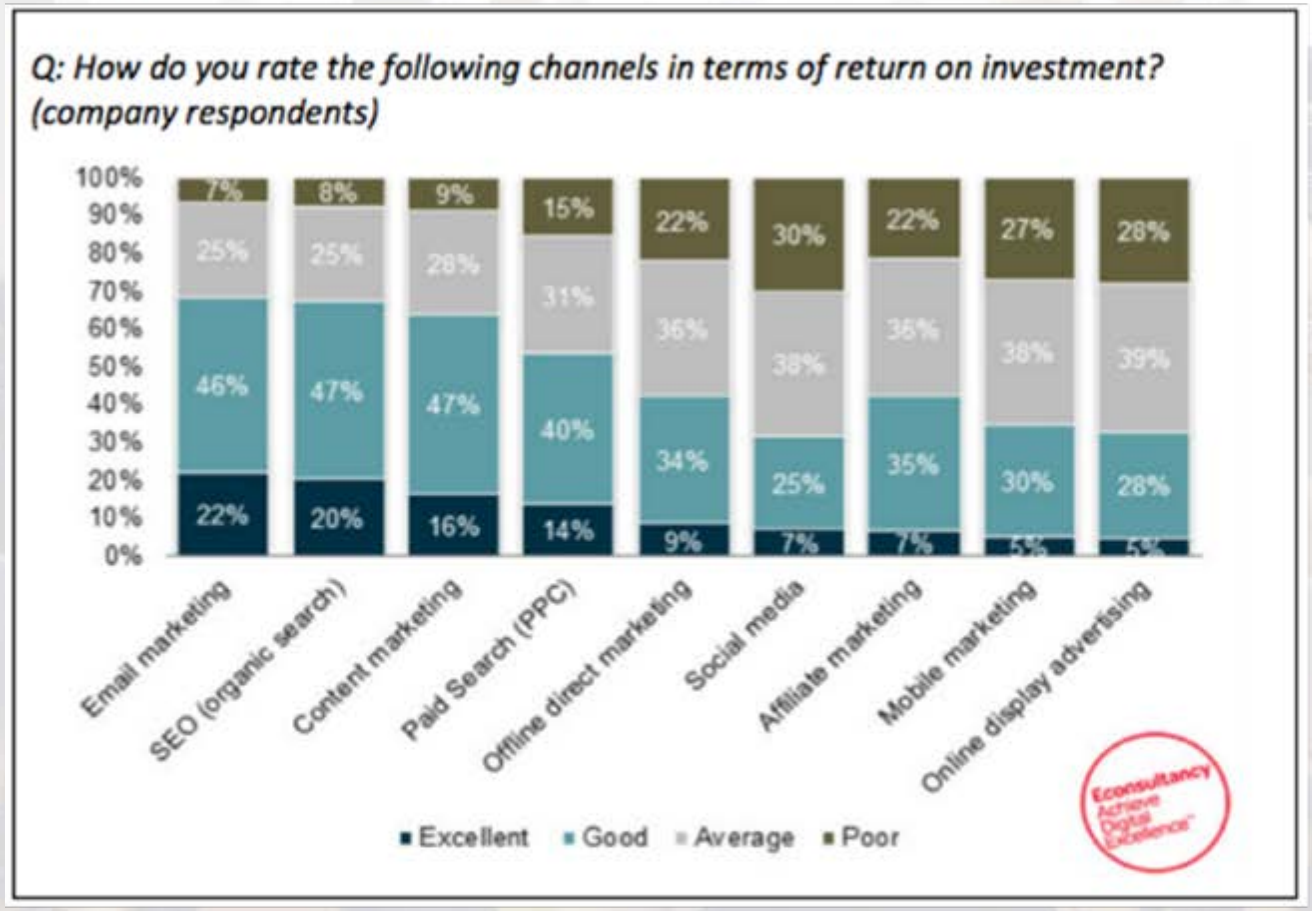
Razmišljanje povećanja prodaje

- **500 €/mes budžet za internet.** Od toga 150 € za SEO (12 meseci). Nakon toga 150 €/mes.
- Potrebno je izdvojiti 1.800 € za 12 meseci, da bi se u narednih 6 meseci vratila sredstva (18 meseci).

- **4.000 €/mes budžet za internet.** Od toga 1.200 € za SEO (12 meseci). Nakon toga 300 €/mes.
- Potrebno je izdvojiti 7.200 € za 6 meseci, da bi se u narednih 6 meseci vratila sredstva (12 meseci).

Preduslovi za usvajanje SEO aktivnosti

SEO je dugoročno najisplativija i najvažnija tehnika internet promocije!



Preduslovi za usvajanje SEO aktivnosti

SEO je dugoročno najisplativija i najvažnija tehnika internet promocije!

Inicijalni e-nastup

Veb sajt kao slikovnica (samo slike, bez teksta)

- Ne postoji svest o SEO.
- Mala sredstva za direktnu promociju.
- Mali efekti

Ponovljivi rezultati

- SEO efekti OK - 0 €.
- Mala sredstva za direktnu promociju
- Osrednji efekti

Unapređenje prodaje

- SEO efekti OK - 50 €.
- Veća sredstva za direktnu promociju
- Dobri efekti

Upravljanje prodajom

- SEO upravljanje - 300+ €.
- Velika sredstva za sve tipove promocije.
- Odlični efekti

Digitalna spremnost kompanije - U zavisnosti od svesti u kompaniji o mogućnostima unapređenja prodaje preko interneta zavisi i bolja upotreba resursa internet reklamiranja!

Kako radi Gugl?

www.google.com/insidesearch/howsearchworks/thestory/

Google indeksira ogroman broj sajtova i ubacuje ih kod sebe u bazu

Za **svaki** upit algoritam u pozadini, na osnovu **preko 200 faktora**, izbacuje rezultate pretrage

Spam rezultati se uklanjaju automatski i ručno.

Kako radi Gugl?

Google Inside Search

Home | How Search Works | Tips & Tricks | Features | Search Stories | Playground | Blog | Help

The Story | Overview | Crawling & Indexing | Algorithms | Fighting Spam | Policies

How Search Works

Search. It happens billions of times a day in the blink of an eye. Explore the art and scie
that makes it possible.

Crawling & Indexing

It starts with trillions of pages on the web. Learn how we find that information and make it accessible.

Learn More

Algorithms

Finding the best answer. Explore how search is constantly evolving to connect you with information and knowledge.

Learn More

Fighting Spam

There's a lot of junk out there. See how we keep search results relevant through algorithms and a human touch.

Learn More

Policies

Information matters. We believe in expanding access and being a positive part of the web ecosystem.

Learn More

Transparency for Webmasters

We have clear Webmaster Guidelines defining best practices and spammy behavior. Whenever the manual spam team takes action on a site and it ...

www.google.com/insidesearch/howsearchworks/index.html

Google Search Optimization Starter Guide

Googlebot
Crawling content on the Internet for Google's index every day, every night, non stop.

Table of Contents

- SEO Basics
  - 4 Create unique, accurate page titles
  - 6 Make use of the "description" meta tag
- Improving Site Structure
  - 8 Improve the structure of your URLs
  - 10 Make your site easier to navigate
- Optimizing Content
  - 14 Offer quality content and services
  - 16 Write better anchor text
  - 18 Optimize your use of images
  - 20 Use heading tags appropriately
- Dealing with Crawlers
  - 21 Make effective use of robots.txt
  - 22 Be aware of rel="nofollow" for links
- SEO for Mobile Phones
  - 24 Notify Google of mobile sites
  - 26 Guide mobile users accurately
- Promotions and Analysis
  - 28 Promote your website in the right ways
  - 30 Make use of free webmaster tools

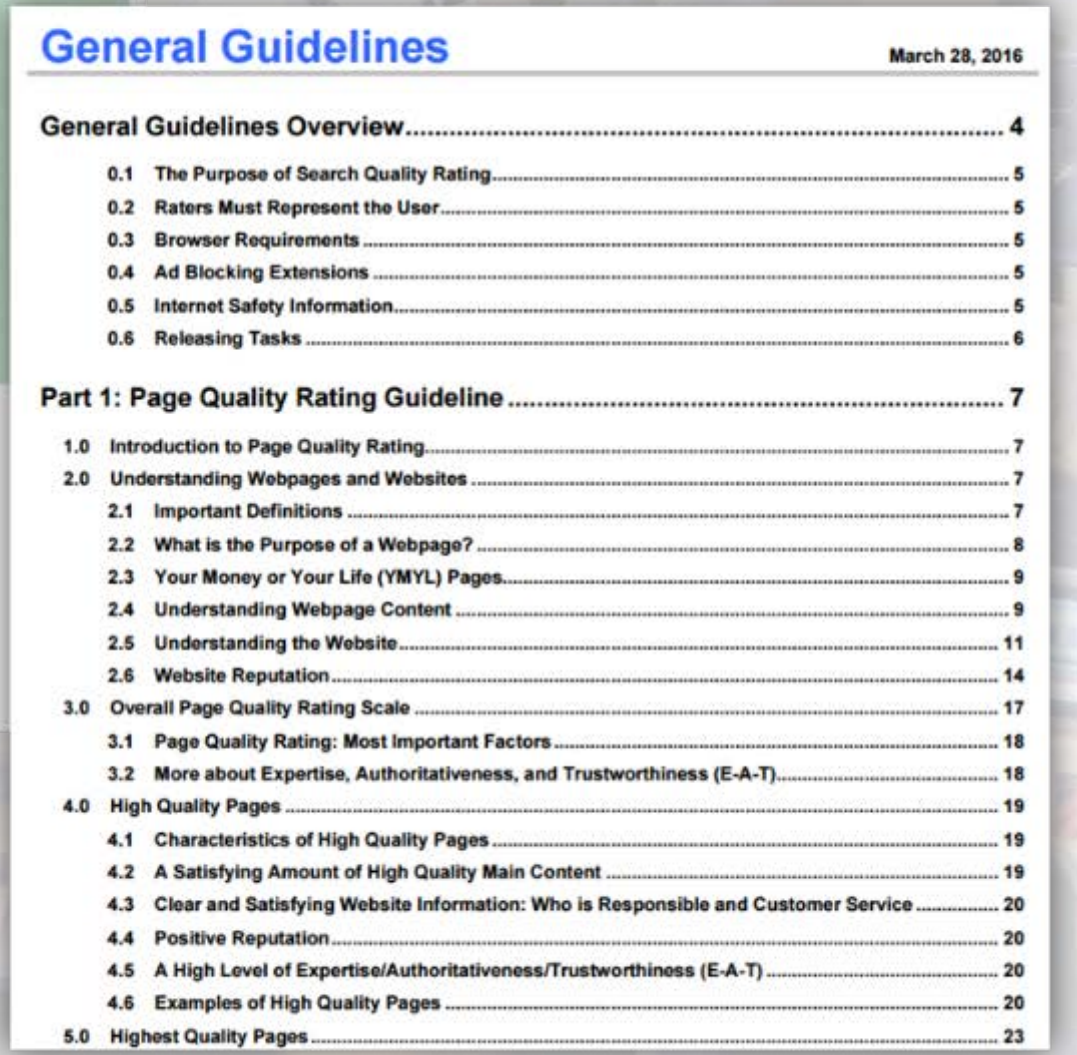
Kako radi Gugl?

Google Officially Releases Search Quality Rating Guidelines

Google

Dokument od 160 strana sa detaljnim opisom i uputstvima za Google Search Quality Raters – osobe koje služe Google-u za simulaciju ponašanja korisnika i proveru rezultata eksperimenata.

http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//insidesearch/howsearchworks/assets/searchqualityevaluatorguidelines.pdf



General Guidelines March 28, 2016

General Guidelines Overview 4

0.1 The Purpose of Search Quality Rating 5
0.2 Raters Must Represent the User 5
0.3 Browser Requirements 5
0.4 Ad Blocking Extensions 5
0.5 Internet Safety Information 5
0.6 Releasing Tasks 6

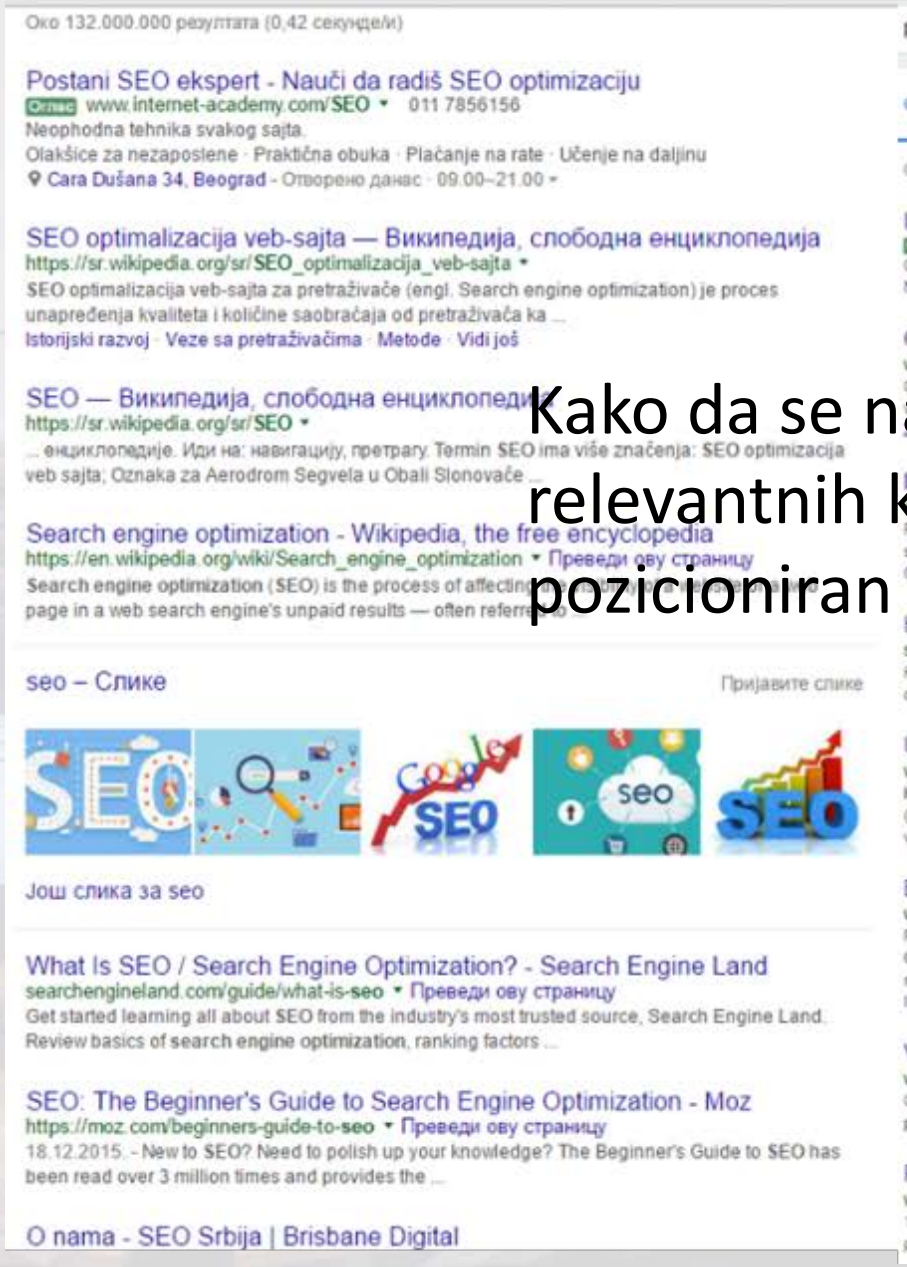
Part 1: Page Quality Rating Guideline 7

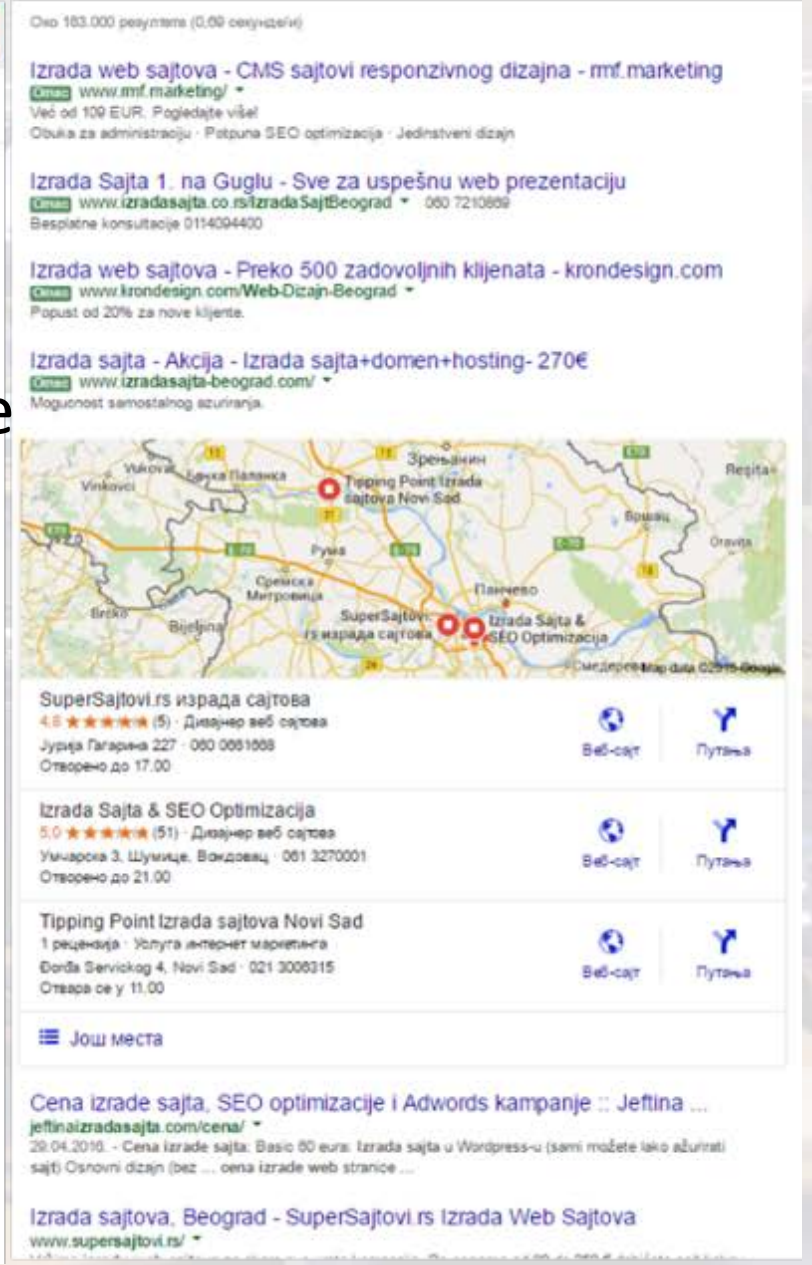
1.0 Introduction to Page Quality Rating 7
2.0 Understanding Webpages and Websites 7
2.1 Important Definitions 7
2.2 What is the Purpose of a Webpage? 8
2.3 Your Money or Your Life (YMYL) Pages 9
2.4 Understanding Webpage Content 9
2.5 Understanding the Website 11
2.6 Website Reputation 14
3.0 Overall Page Quality Rating Scale 17
3.1 Page Quality Rating: Most Important Factors 18
3.2 More about Expertise, Authoritativeness, and Trustworthiness (E-A-T) 18
4.0 High Quality Pages 19
4.1 Characteristics of High Quality Pages 19
4.2 A Satisfying Amount of High Quality Main Content 19
4.3 Clear and Satisfying Website Information: Who is Responsible and Customer Service 20
4.4 Positive Reputation 20
4.5 A High Level of Expertise/Authoritativeness/Trustworthiness (E-A-T) 20
4.6 Examples of High Quality Pages 20
5.0 Highest Quality Pages 23

Šta jeste optimizacija za pretraživače?

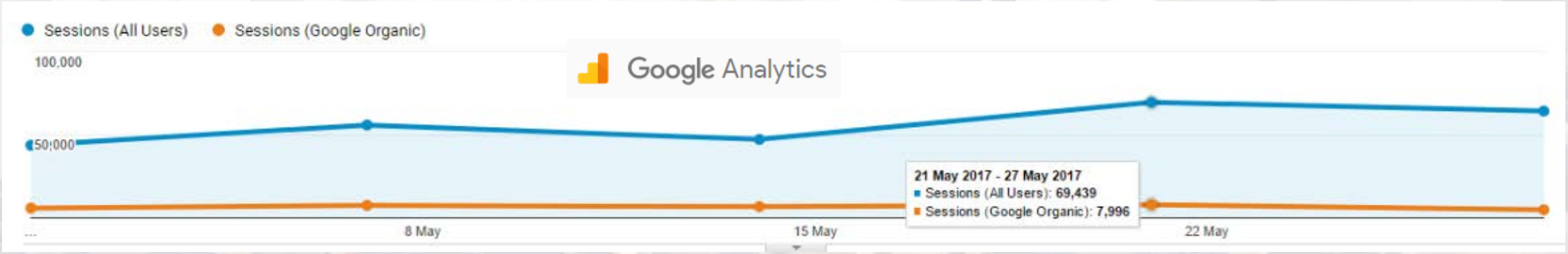
DraganVaragic.com

Kako da se nađe vaš veb sajt za što više relevantnih ključnih fraza - što bolje pozicioniran (na prvoj stranici Gugla).

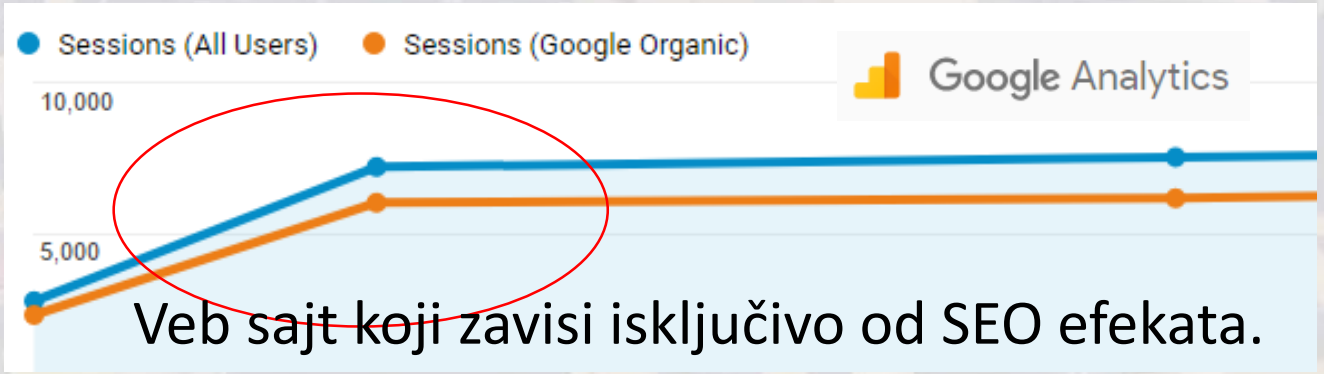




Šta jeste optimizacija za pretraživače?



Veb sajt kod kojeg se očigledno ne radi ništa na povećanju SEO efekata.



Veb sajt koji zavisi isključivo od SEO efekata.

Gleda se povećanje generalnih SEO efekata, ne pojedinačno dobri rezultati!

Šta jeste optimizacija za pretraživače?

ŠTA SEO JESTE?

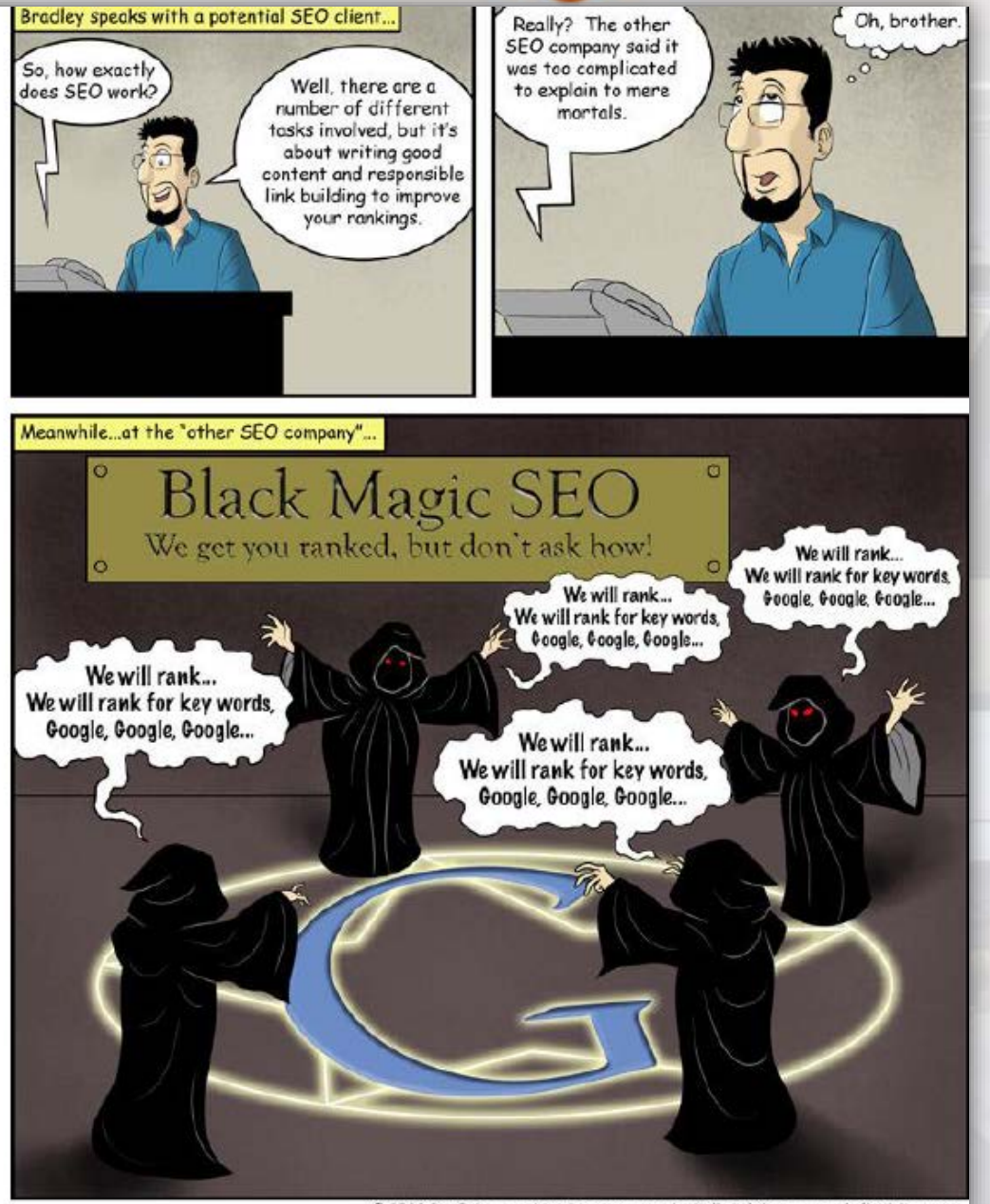
SEO je prestao da bude tehnika za "*kako da moj sajt bude prvi na Google-u*" već je postao nešto mnogo ozbiljnije a to je odgovor na pitanje "*kako da moj sajt bude što bolji (kvalitetniji, relevantniji) i da se bolje prikazuje u rezultatima pretrage*".
Sastavni deo ONLINE PROMOCIJE.

Morate znati ŠTA radite, KADA to radite i KAKO da to uradite u pravom trenutku!

Šta nije optimizacija za pretraživače?

ŠTA SEO **NIJE?**

Kako da moj sajt bude prvi na Google-u?



Vrste SEO aktivnosti

Sam SEO se u osnovi svodi na aktivnosti koje se mogu kontrolisati na sopstvenom Web sajtu (tehnički i sadržajno) tzv. **On-site SEO**, kao i na aktivnosti koje obezbeđuju dovođenje linkova do ciljanog Web sajta tzv. **Off-site SEO**.

Aktivnosti van sajta podrazumevaju strategiju link building-a i uvećanja online reputacije – u pitanju je dugoročna aktivnost koju bi trebalo sprovoditi u kontinuitetu minimum 3-6 meseci.

Korekcija sadržaja podrazumeva prilagođavanje i optimizaciju dvostrukim potrebama – a) korisnika i b) online pretraživača.

Vrste SEO aktivnosti – On-site SEO

Sadržaj

- Kvalitet!!!
- Unikatnost
- Dužina
- Ključne reči/fraze
- Vreme zadržavanja

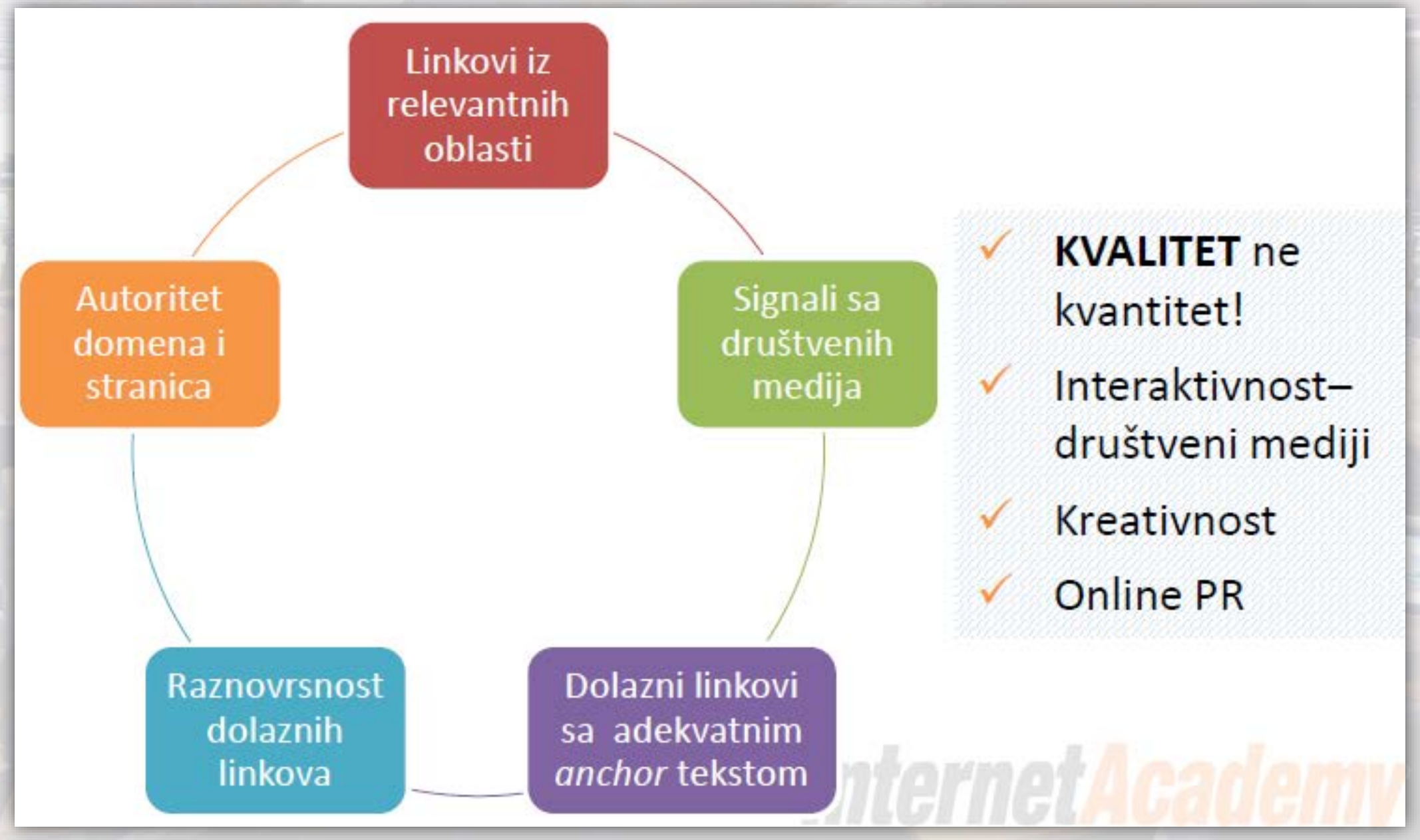
HTML struktura

- Naslovi
- Opisi
- H tagovi
- Struktuirani podaci

Arhitektura

- Mogućnost indeksiranja
- UX
- Brzina učitavanja
- Navigacija

Vrste SEO aktivnosti – Off-site SEO



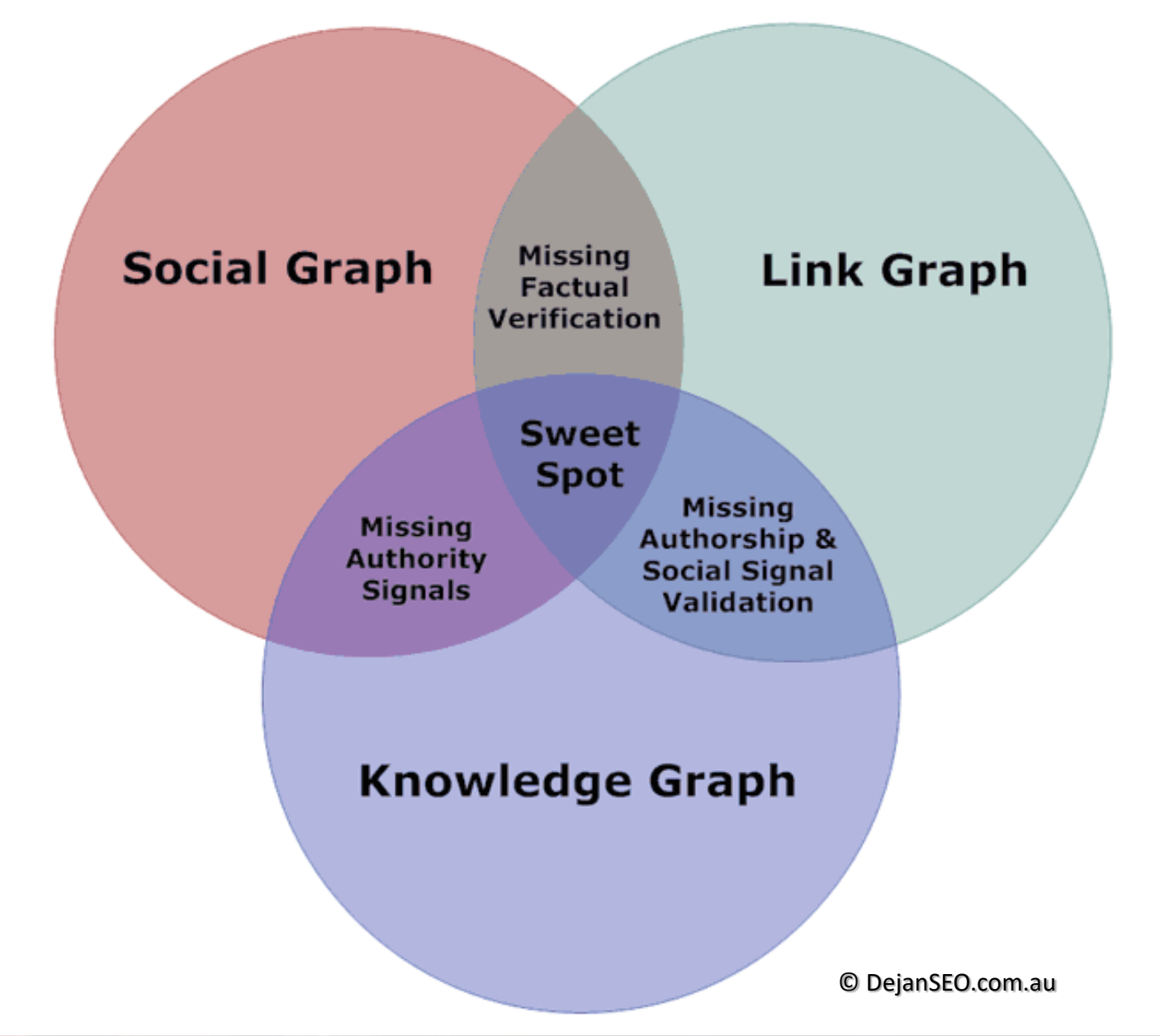
- ✓ **KVALITET** ne kvantitet!
- ✓ Interaktivnost– društveni mediji
- ✓ Kreativnost
- ✓ Online PR

InternetAcademy

Koliko koji parametri onlajn nastupa utiču na dobru vidljivost na Guglu?

Gugl generalno „imitira“ načine kako korisnici inače dolaze do sadržaja koji i ih interesuju, i važnost svojih parametara pozicioniranja prilagođava tome.

SEO 2017.


Social Graph
Missing Factual Verification
Link Graph
Sweet Spot
Missing Authority Signals
Missing Authorship & Social Signal Validation
Knowledge Graph
© DejanSEO.com.au

Google RankBrain:
Artificial Intelligence Hits Search

Knowledge Graph – Graf znanja

Веб Слике Вести Видео Још Алатке за претрагу

Око 5.940.000 резултата (0,31 секунде/и)

novak djokovic – Вести

Novak Đoković prvi nosilac na Vimbldonu
Блиц - пре 22 сата/и
Najbolje rangirani srpski teniser **Novak Đoković** postavljen je za prvog nosioca na trećem Grend slemu sezone, Otvorenom prvenstvu Engleske ...

Novi šampion? **Novak Đoković** i Jelena Ristić čekaju sina!
Svet Plus - пре 20 сата/и

Новак Ђоковић први носилац на Вимблдону
Политика - пре 22 сата/и

Још вести за **novak djokovic**

Novak Djokovic | The official website

novakdjokovic.com/ Преведи ову страницу
од аутора Novak Djokovic - у 3.930 Google+ кругова
Official site, with news, schedule, career history, photos and videos.
News - Tour - Photo of the week - Novak

Novak Djokovic | Фејсбук - Facebook
https://sr-rs.facebook.com/djokovic.official
Novak Djokovic, Belgrade, Serbia. 4.789.308 свиђања · 247.237 прича о овоме.
www.novakdjokovic.com.

Novak Đoković | Telegraf – Najnovije vesti
www.telegraf.rs/teme/novak-djokovic
Novak sa Bekerom krenuo pripreme za Vimbldon! (FOTO). Srpski teniser već se ...
PAPARACO: **Đoković** uči Troickog kako se iz glisera skače u vodu! (FOTO).

Новак Ђоковић — Википедија
sr.wikipedia.org/sr/Новак_Ђоковић
Новак Ђоковић (Београд, СФРЈ, 22. мај 1987) је српски тенисер. Тренутно заузима друго место на АТП листи у појединачној конкуренцији. На првој ...

Новак Ђоковић

Прати

3.947 пратилаца на Google+

Новак Ђоковић је српски тенисер. Тренутно заузима друго место на АТП листи у појединачној конкуренцији. На првој позицији је био у два наврата, од 4. јула 2011. до 8. јула 2012. и од 5. новембра 2012. до 6. октобра 2013, укупно 101 недељу. Википедија

Рођен: 22. мај 1987. (27 година), Београд
Гренд слемови: 6
Висина: 1,88 m
Тежина: 80 kg
Родитељи: Срђан Ђоковић, Дијана Ђоковић
Браћа/сестре: Марко Ђоковић, Ђорђе Ђоковић

Недавни постови

Watching ARG vs Bosnia tonight #WorldCup2014 · http://www.whosay.com/... 15 јун 2014

Gugl sve više razume šta ga pitate!

Knowledge Graph – Graf znanja

Кафа

Пиће

Кафа је напитак који се припрема кувањем пржених семенки биљке кафе, најчешће у води или млеку. Кафа се обично служи топла. Ово пиће је веома популарно у многим земљама света. Википедија

Нутритивне вредности

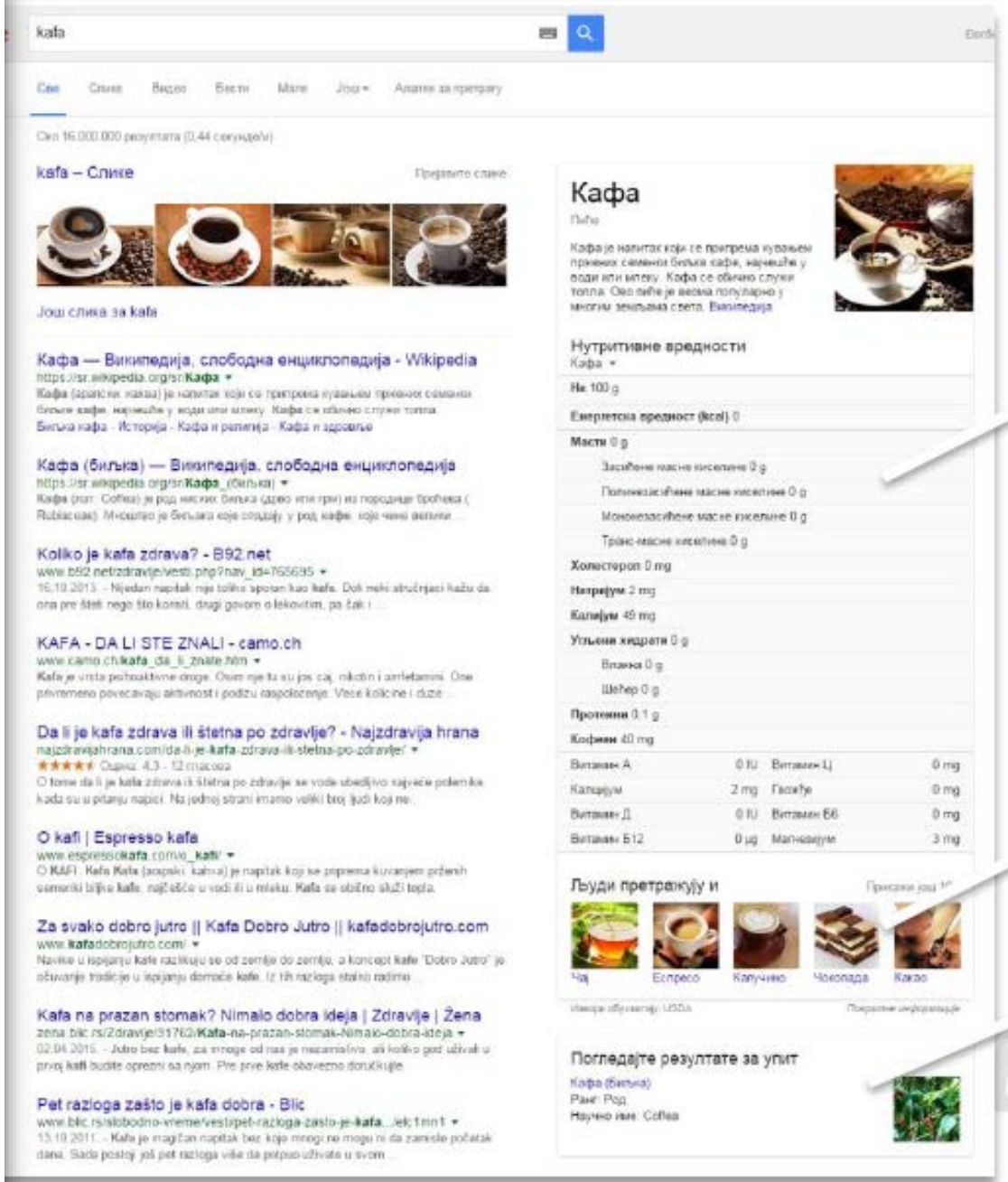
Кафа

На 100 g			
Енергетска вредност (kcal) 0			
Масти 0 g			
Засићене масне киселине 0 g			
Полинезасићене масне киселине 0 g			
Мононезасићене масне киселине 0 g			
Транс-масне киселине 0 g			
Холестерол 0 mg			
Натријум 2 mg			
Калијум 49 mg			
Угљени хидрати 0 g			
Влакна 0 g			
Шећер 0 g			
Протеини 0,1 g			
Кофеин 40 mg			
Витамин А	0 IU	Витамин Ц	0 mg
Калцијум	2 mg	Гвожђе	0 mg
Витамин Д	0 IU	Витамин Б6	0 mg
Витамин Б12	0 µg	Магнезијум	3 mg

Људи претражују и

Прикажи још 15+

Чај Еспресо Чоколада Капучино Kafe late

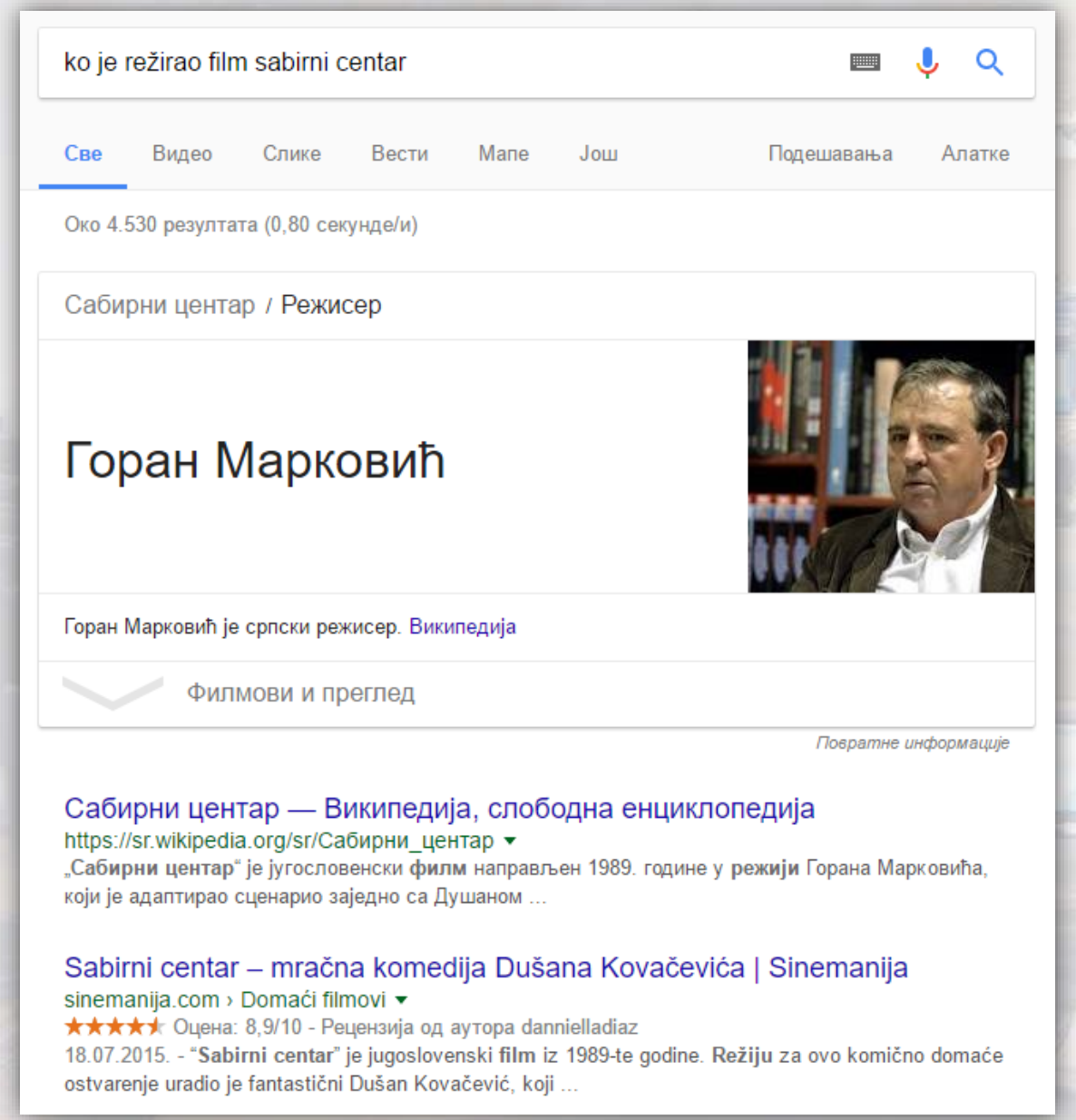


Panel

Suggestion

Disambiguation box

Knowledge Graph – Graf znanja



Answerbox

Google-ov pokušaj da direktno odgovori na pitanje. Ne mora uvek da bude forma upita, moguće je i da se pojavi kada Google pokuša da predvidi šta tražimo.

Social Graph – Graf društvenosti

Google

the user's age or age range,

educational level or range,

income level or range,

language preferences,

marital status,

geographic location

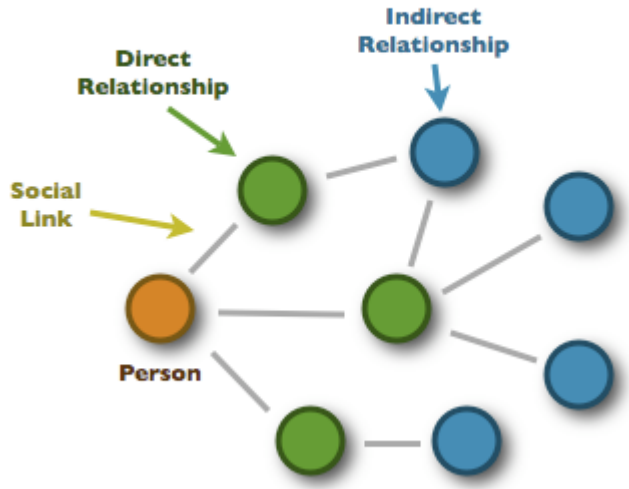
cultural background or preferences,

defined groups

psychographic information

Social Graphs:

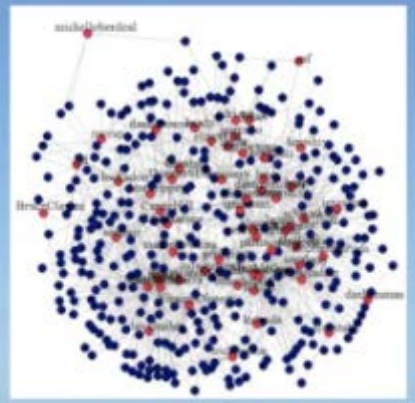
The pattern of social relationships between people



Source: Dion Hinchcliffe. http://web2.socialcomputingmagazine.com

Link Graph – Umreženost linkova

Graph analysis for relevance and ranking



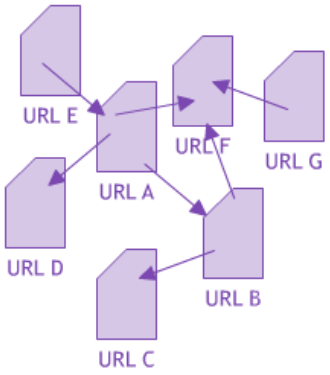
Naturally connected community (#smx)

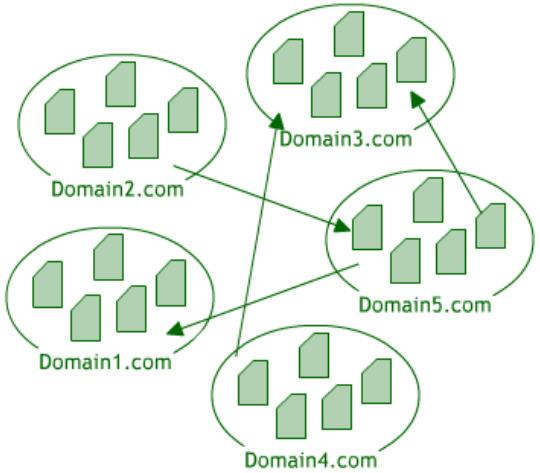
Spam marketing campaign (teeth whitening)

Real time relevance needs data mining to filter and rank based on history
Spammy communities can be highly visible
Social graph, topic/concept graph, and behavior/gesture graphs are all useful tools

bing

Page vs. Domain-Level Link Graph

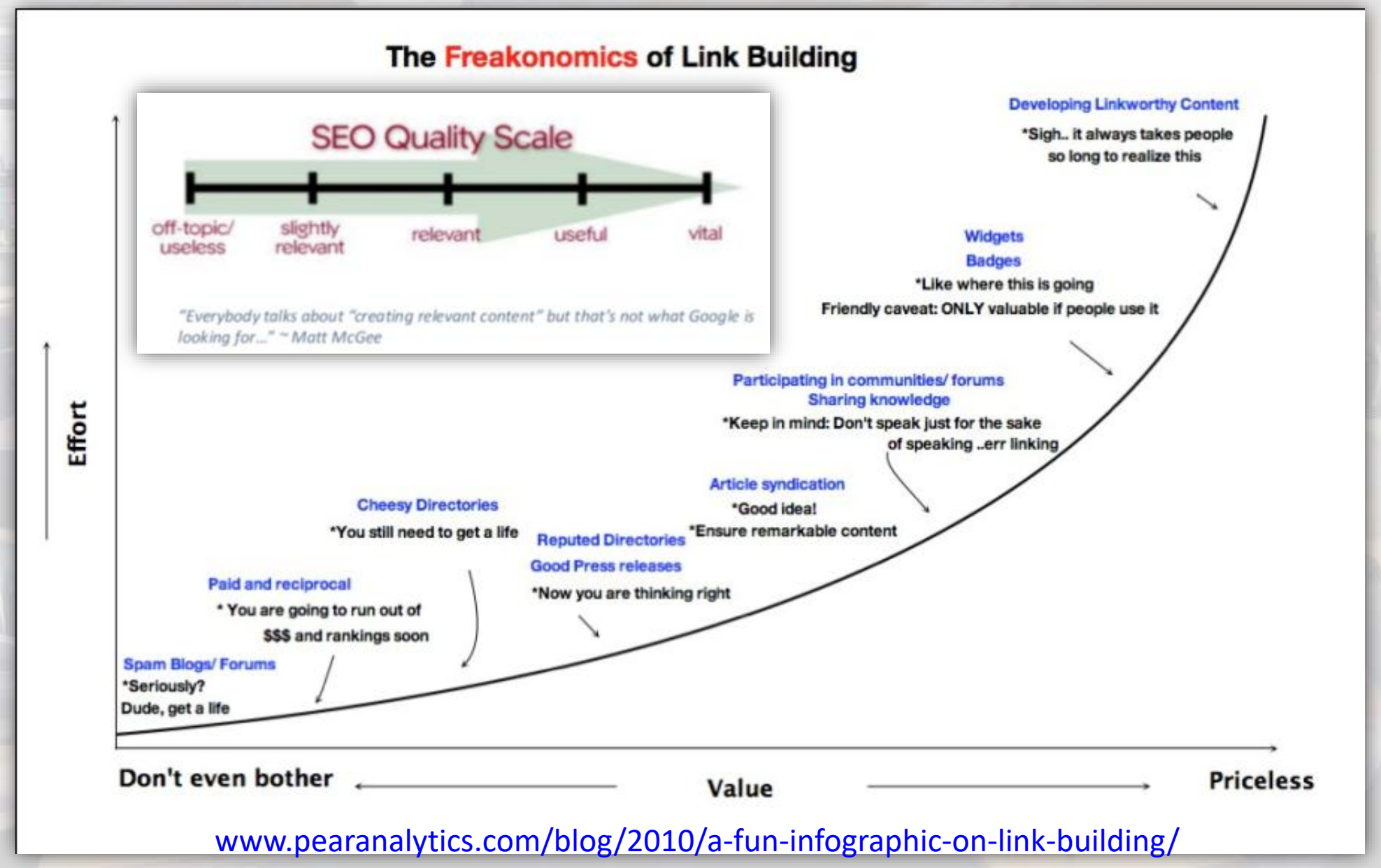




The page-level link graph counts links between individual URLs and values pages based on these links.

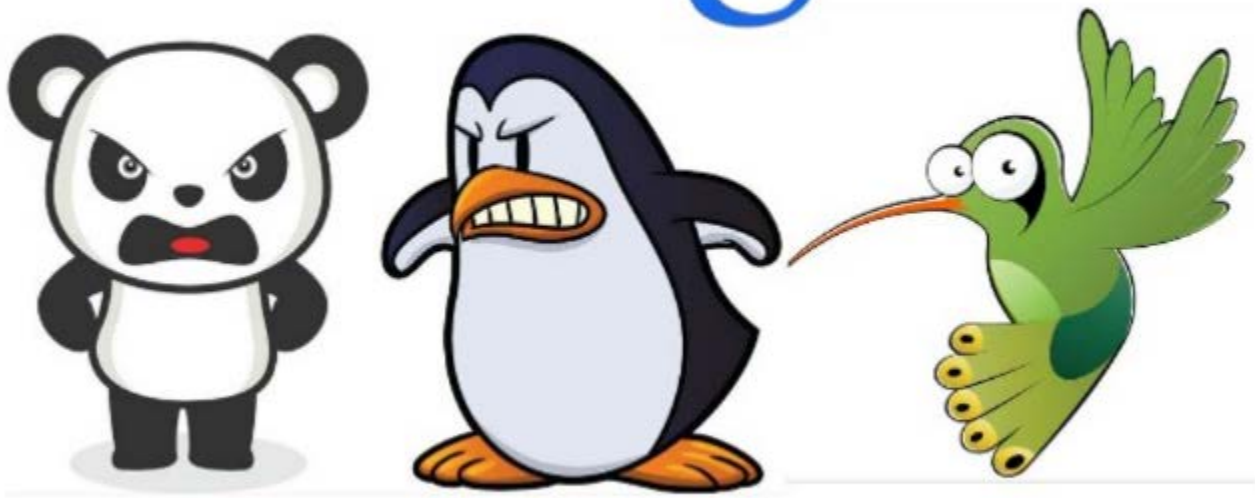
The domain-level link graph aggregates the links that exist on every page of a domain and considers only links that pass between unique sites to create domain-wide metrics.

Link Graph – Umreženost linkova



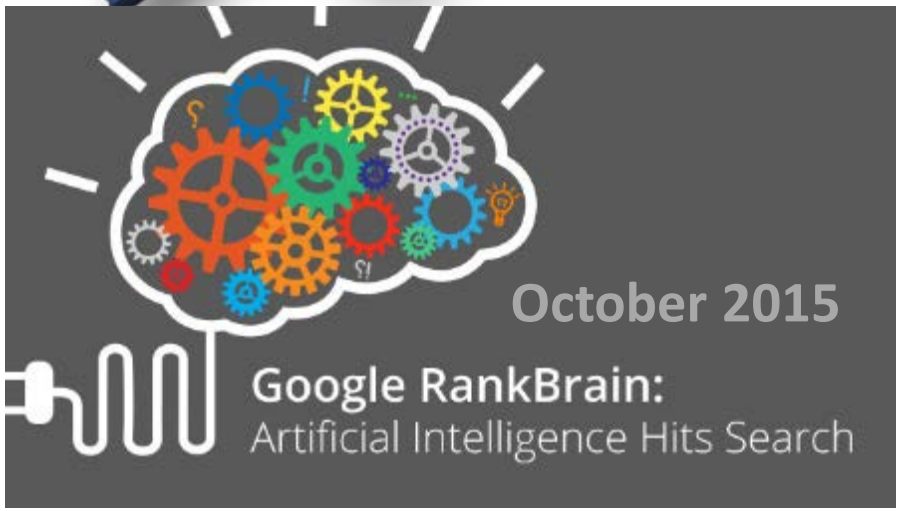
www.pearanalytics.com/blog/2010/a-fun-infographic-on-link-building/

Gugl algoritam



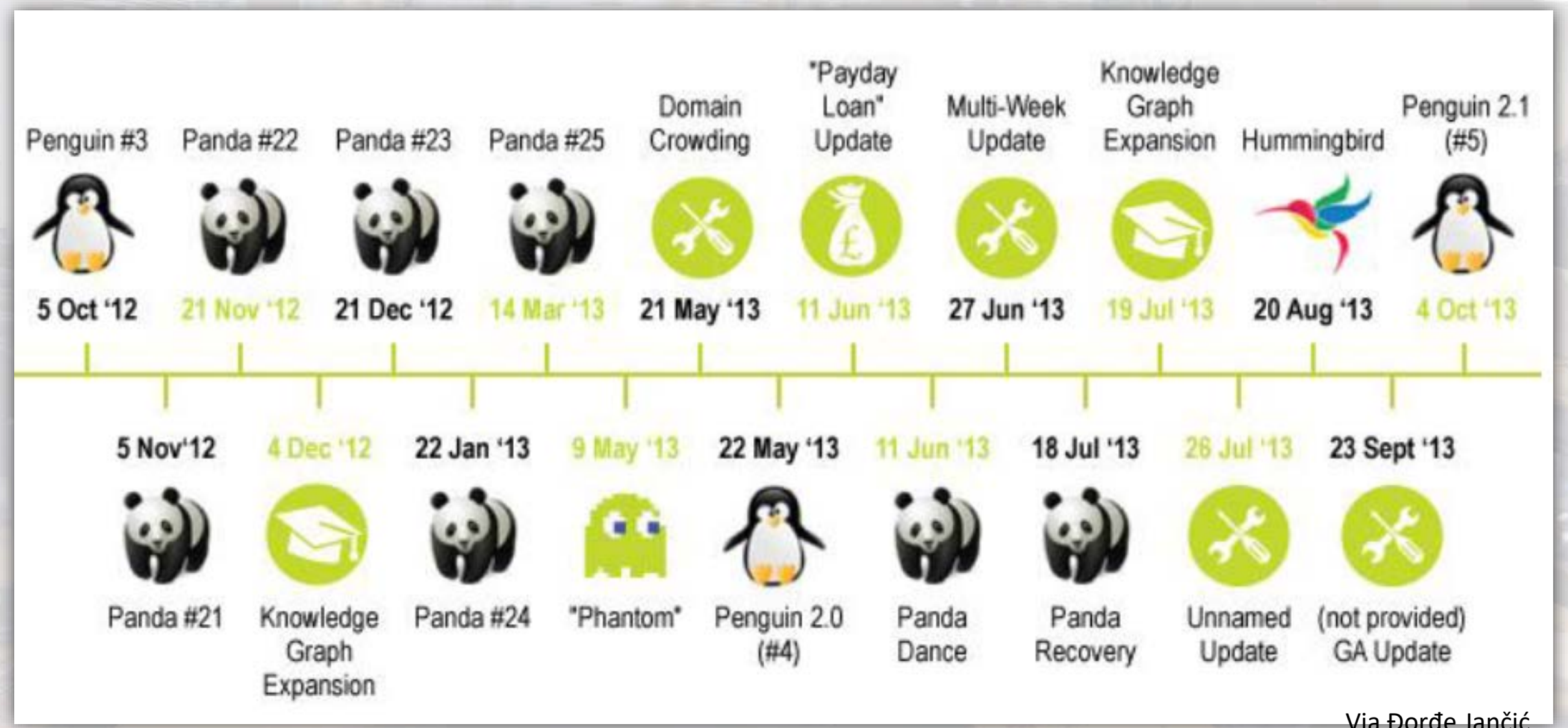
© Search Engine Land

February 2011	April 2012	September 2013
Loš, spam sadržaj na vašem sajtu	**Loše, spam linkovanje prema vašem sajtu**	**Kreiranje sadržaja u odnosu na nameru korisnika, ne na ključne reči.**



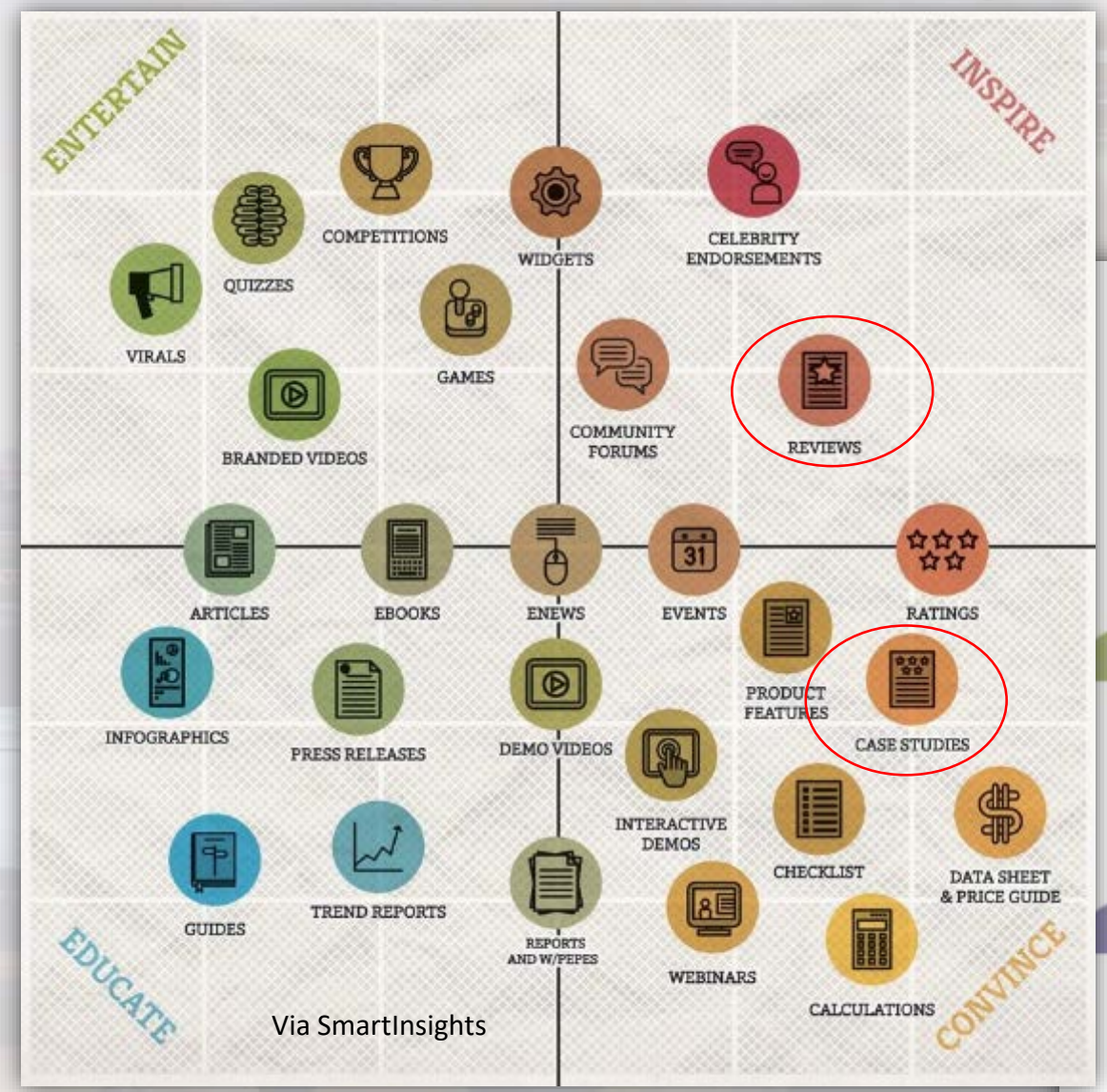
Preporuka je fokusirati se na kreiranje izvrsnih sadržaja, ne na to šta Gugl menja u svom algoritmu!

Gugl algoritam - Istorijat



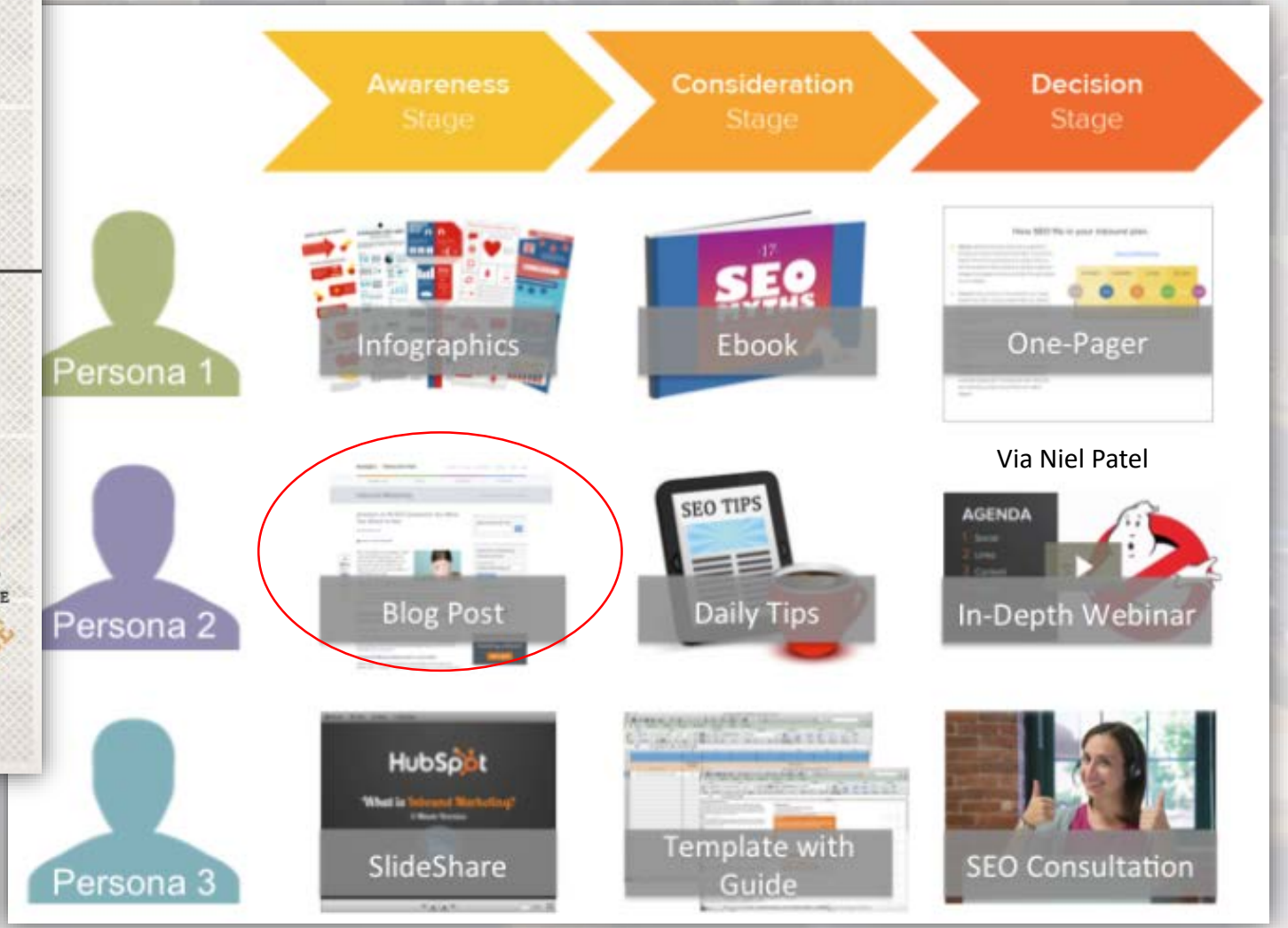
Via Đorđe Jančić

Sadržaj - Osnova SEO optimizacije



Via SmartInsights

Kreiranje sadržaja i odabir vrsta sadržaja u odnosu na **vrstu korisnika**, **nameru korisnika** i u odnosu na **stadijum odluke o kupovini**.



Via Niel Patel

Kreirani sadržaj se u kontekstu SEO-a prilagođava potrebama pretraživača.

Proces SEO aktivnosti

Copyright © 2012 iPullRank

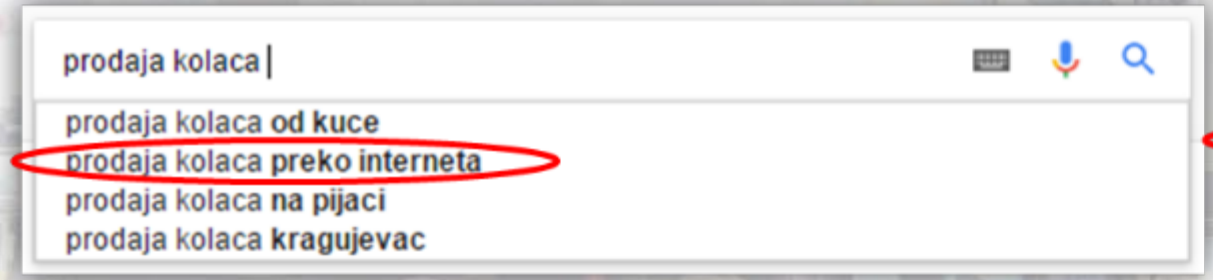
1. Strategija ključnih reči (keywords)
   Odabir ključnih reči koje dovode “kupce”.

2. Strategija prodajnog teksta (sales leads)
   Odabir naslova i opisa za “kupce”.

3. Strategija pristupnih stranica (landing pages)
   Sadržaj i izgled stranice koja “prodaje”.

Strategija ključnih reči

Istraživanje konkurencije/Istraživanje ključnih fraza



Slatki internet zalogaj « Najbolja Mama Na Svetu — **Blog**
www.najboljamamanasvetu.com/2012/08/slatki-internet-zalogaj/
13.08.2012. - Posle puno nadanja, razmišljanja i breinstorminga, nekako nam se iskristalisala ideja da napravimo sajt za prodaju domaćih sitnih kolača ...

Oglasnik

NovaMedia: Kategorija > naručivanje kolača preko interneta
novamedia.rs/show/Category/12551/ordering-over-the-internet-pie/mp/show=50
KategorijeHrana i Pićenaručivanje kolača preko interneta. | pogoci:1. 20, 50. Postastičarnica Atina. Podaci firme :::::. Pogledan: 97778. vaš logo. Karađorđeva ...

Domaći kolači - Sitni kolači - "Kolači Beograd"
www.kolaci-beograd.rs/
Zadovoljstvo nam je da vam predstavimo našu ponudu domaćih kolača! Uložili smo mnogo truda i ljubavi da kreiramo sitne kolače koji se primećuju izgledom, ...

Kako zapoceti posao pravljenja i prodaje kolaca i torti? - Ana.rs
https://www.ana.rs/forum/index.php?topic=211247.0
13.02.2016. - Постова: 15 - 9 аутора
Volim da praavim kolace i torte i to mi ide od ruke pa zelim na tome da zaradim...ne znam kako da zapocnem posao, koliko da ulozim za ...

Kako poceti sa prodajom torti....? - Forum Krstarice - Krstarica
https://forum.krstarica.com/showthread.php?346933-Kako-poceti-sa-prodajom-torti
19.04.2012. - Постова: 15 - 10 аутора
e ali takvih vec ima, sto se bave tortama i kolacima. .... Odlucim da je napravim sama, preko youtube-a sam naucila sve, more video klipova ...

eKapija | Samo jedan klik do slatkog iznenađenja - Kupovina kolača i ...
www.ekapija.com/.../Samo-jedan-klik-do-slatkog-iznenađenja-Kupovina-kolača-i-tort...
Samo jedan klik do slatkog iznenađenja - Kupovina kolača i torti "Home Made Company" sada i putem Interneta. Petak, 17. 05. 2013.|13:34 | Izvor: eKapija ...

Kompanijski blog

KAKO DA ZARADITE NOVAC AKO STE NEZAPOSLENI? - MCB
www.mcb.rs/blog/kako-da-zaradite-novac-ako-ste-nezaposleni/
17.05.2013. - 1) Prodaja starih stvari ... Potencijalne kupce možete naći preko malih oglasa ili preko Interneta. Danas ... držanje časova; čuvanje dece; pomoć oko izrade sajtova; frizerske usluge, feniranje; prodaja domaćih kolača; čišćenje ...

Kompanijski blog

Prodaja preko interneta i fiskalna kasa - LimundoGrad blog
blog.limundograd.com/2011/11/prodaja-preko-interneta-i-fiskalna-kasa/
29.11.2011. - Ne morate da kupite fiskalnu kasu da bi vaša firma poslovala preko interneta. ... Ako se, kao pravno lice, odlučite da vam prodaja preko interneta ..... kazete kako funkcionise prodaja preko interneta, ako se prodaju npr. kolaci, ...

Kompanijski blog

Šta prodavati na internetu? | Dodajukorpu.rs
https://www.dodajukorpu.rs/sta-prodavati-na-internetu
05.11.2013. - Ovo je broj korisnika Interneta u Srbiji i naš je cilj da njima prodamo naše ... Ovo je prilika da se uzme dobar deo kolača ukupne prodaja knjiga ...

Oprema za proizvodnju i prodaju kolaca i torti - Kupindo.com ...
https://www.kupindo.com/Ostalo/31273601...i-prodaju-kolaca.../PredmetArhiviran
... na Kupindu. Limunčići. Kupindo - Kupovina preko Interneta ... Trenutno nema predmeta "Oprema ili za ili proizvodnju ili i ili prodaju ili kolaca ili i ili torti"

Pretrage povezane sa upitom prodaja kolača

cene sitnih kolaca po kg	prodaja **domacih kolaca**
recepti sitnih kolaca	**koki kolaci cena**
sitni kolaci porucivanje	**domaci kolaci cena**
sitni kolaci beograd	prodaja **kolaca od kuce**

Voditi računa o rezultatima pretraživanja koji se mogu koristiti za besplatnu i plaćenu promociju.

Strategija ključnih reči

DraganVaragic.com

Proširivanje liste ključnih fraza

Keyword Planner

Add ideas to your plan

Your product or service

molerski radovi

Google AdWords

Get ideas | Modify search

Targeting

- Serbia
- Serbian
- Google and search partners
- Negative keywords

Date range

Show avg. monthly searches for: last 12 months

Customize your search

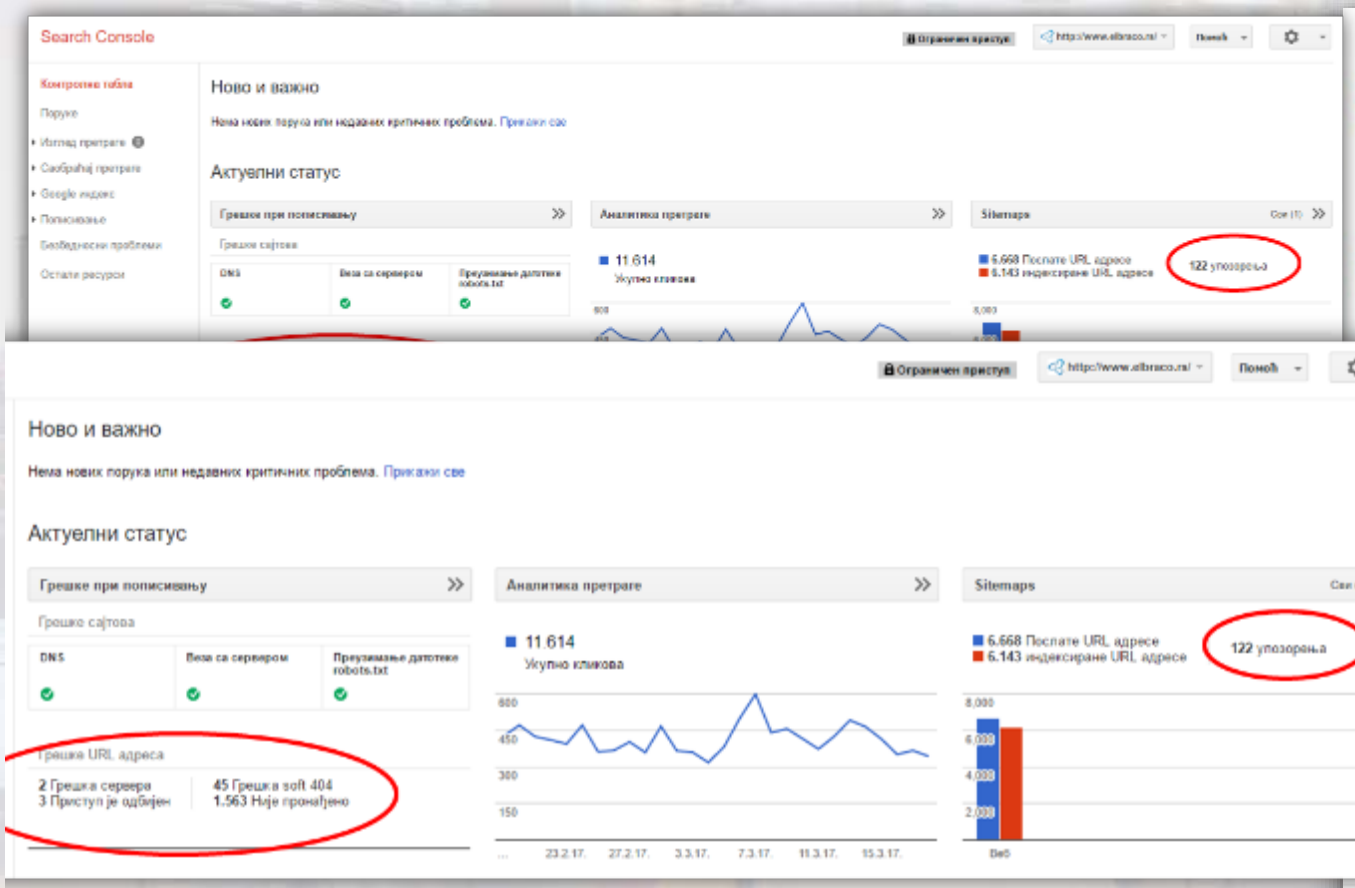
- **Keyword filters**
- **Keyword options**
  Show broadly related ideas
  Hide keywords in my account
  Hide keywords in my plan
- **Keywords to include**

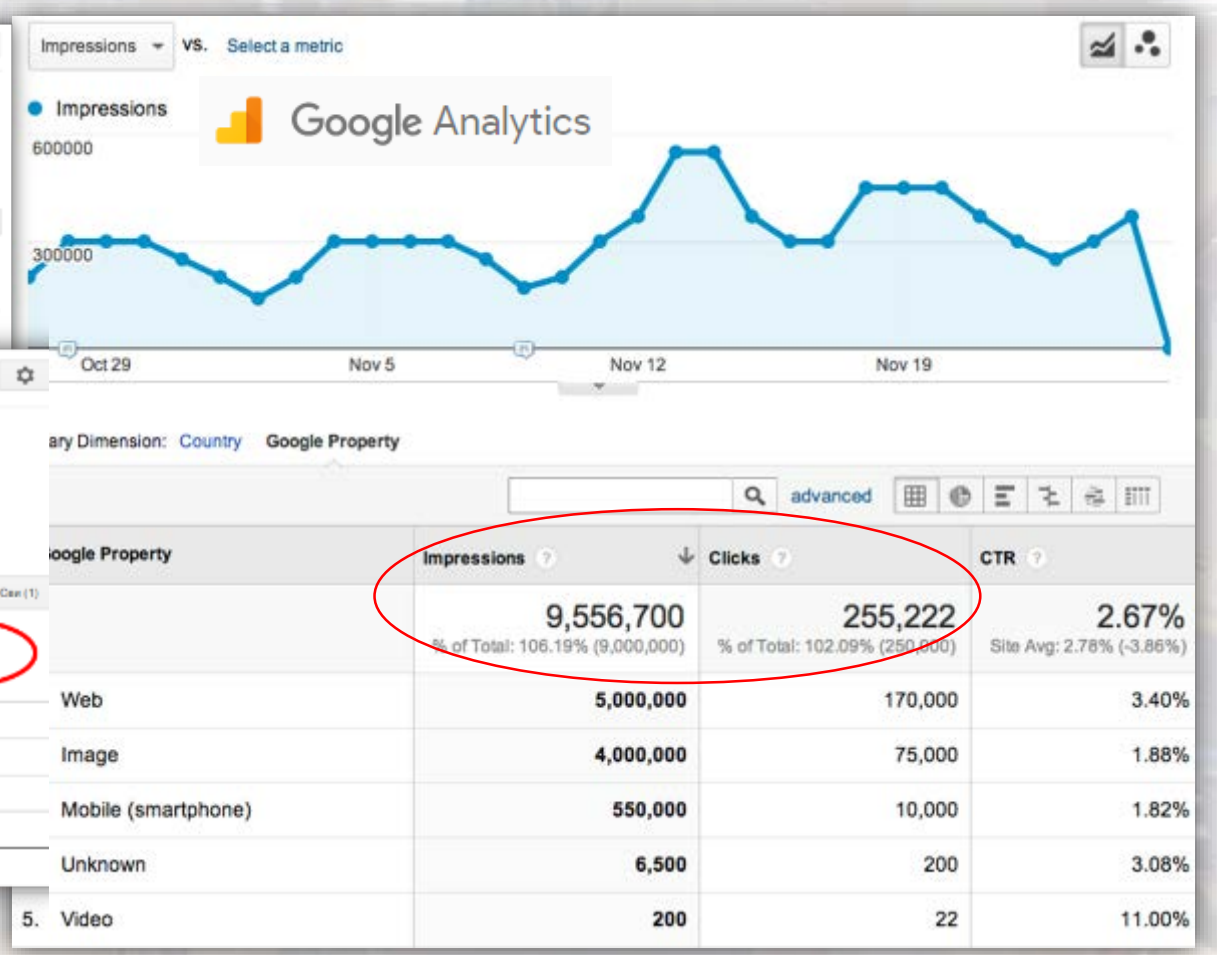
Ad group ideas | Keyword ideas

Columns | Download | Add all (352)

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad impr. share	Add to plan
boje za zidove	2,400	Low	€0.06	–	»
krecenje	1,000	Low	€0.11	< 1%	»
boje za krecenje	880	Low	€0.03	–	»
gletovanje	590	Low	–	< 1%	»
krecenje stana	480	Low	€0.25	7%	»
krecenje zidova	480	Low	€0.06	–	»
boje zidova	390	Low	€0.05	–	»
ideje za krecenje	390	Low	€0.05	–	»

Strategija ključnih fraza - Povećanje SEO efekata analizom mogućnosti

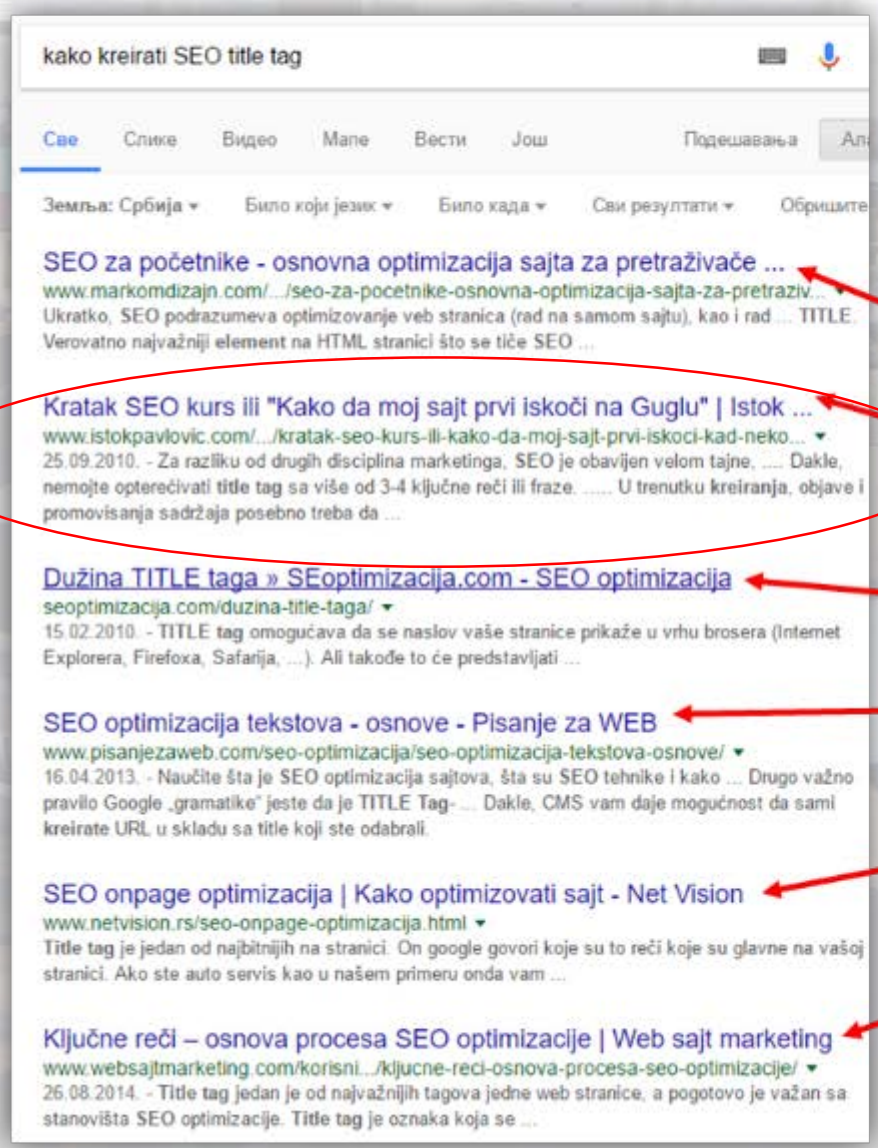




Google Search Console - Centralizovano mesto za praćenje načina kako Gugl vidi naš sajt, i koje nam savete daje da ga ispravimo.

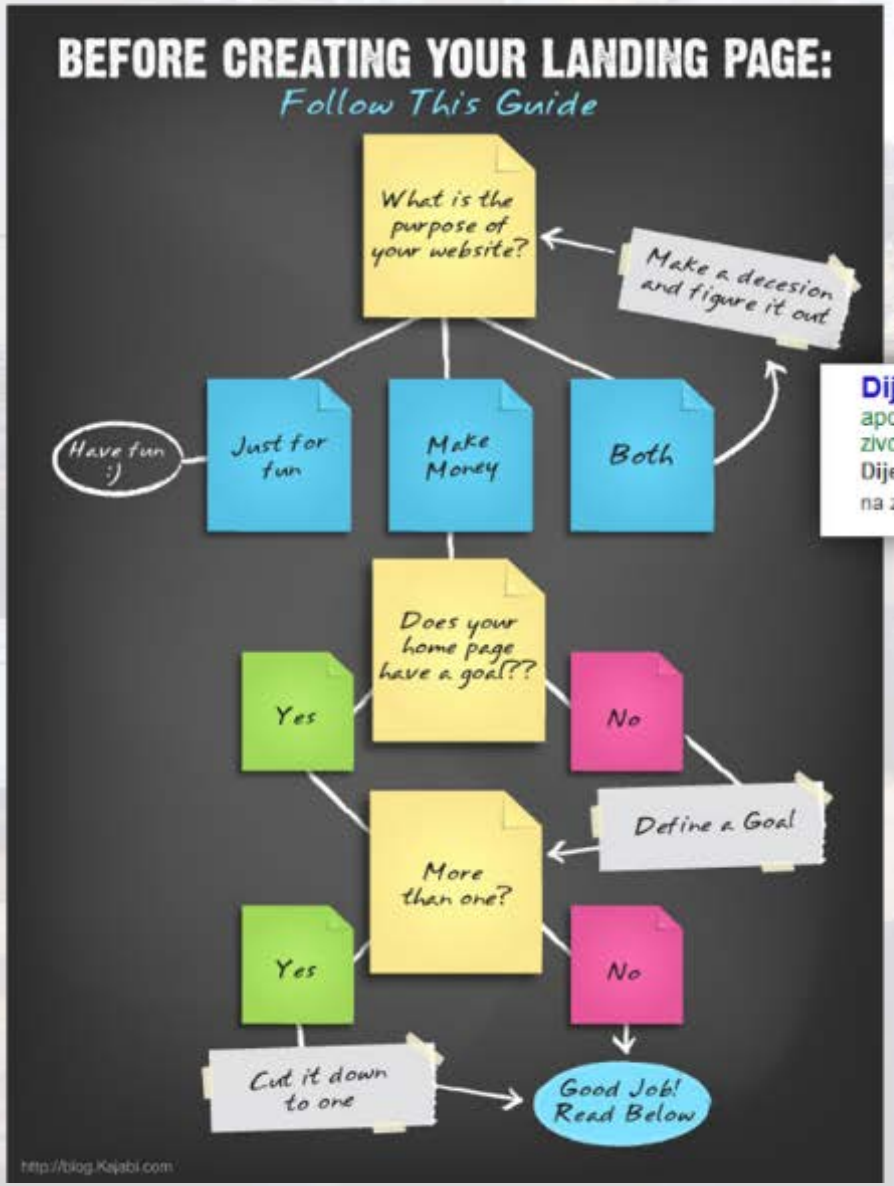
Za koje nama važne ključne fraze možemo smanjiti razliku između broja prikaza rezultata pretraživanja i dolaska na naš veb sajt.

SEO proces kreiranja sadržaja - Kreiranje naslova koji „prodaju“



Naslov koji „prodaje“

SEO proces kreiranja sadržaja - Strategija pristupnih stranica



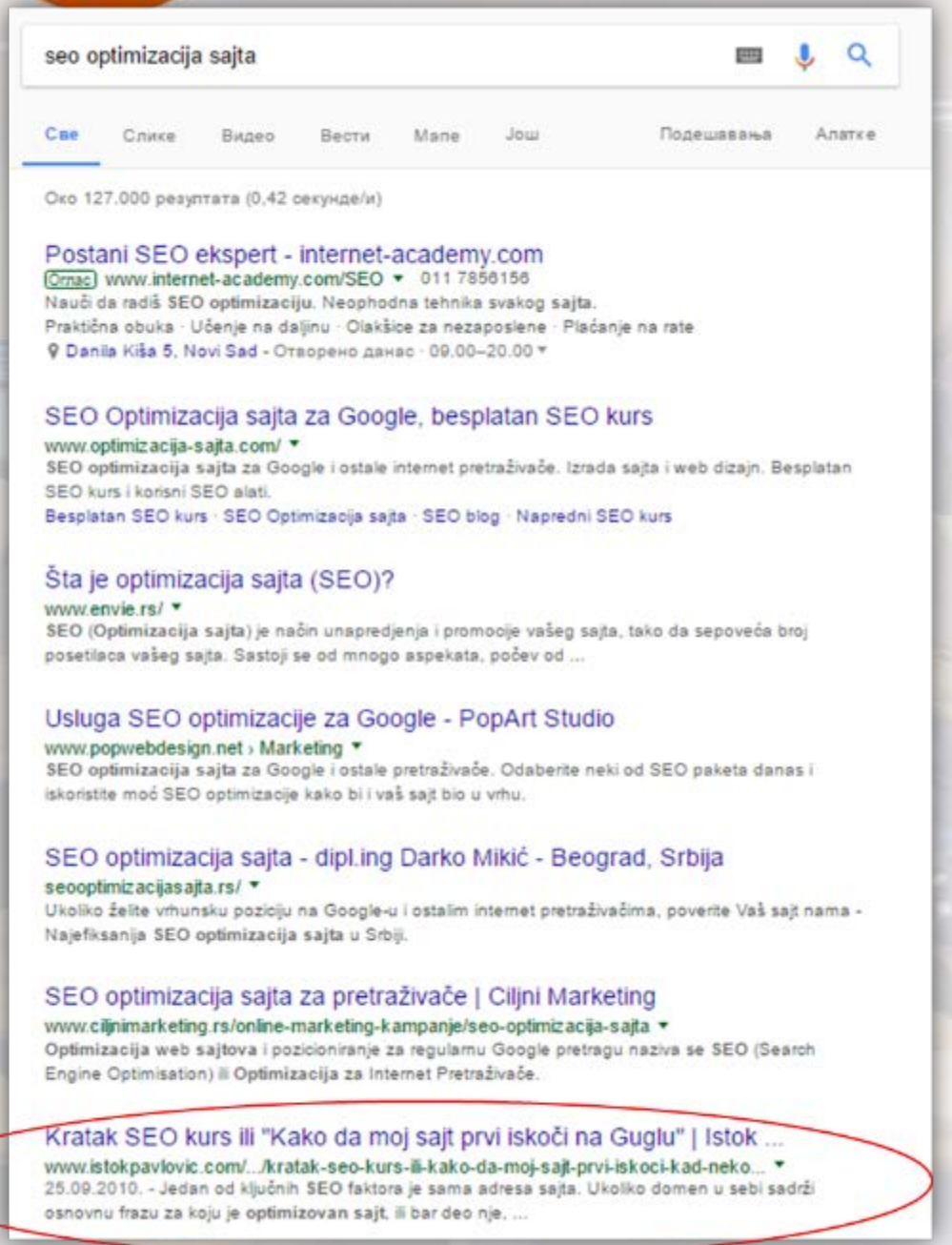
PRIMER:
http://apotekalaurus.rs/blog/dijetetski-suplementi-preventiva-i-podrska-zdravog-zivota/

Dijetetski suplementi - Blog | Apoteka Laurus
apotekalaurus.rs/blog/**dijetetski-suplementi**-preventiva-i-podrska-zdravog-zivota/
Dijetetski suplementi ili dopune u ishrani nisu lekovi, ali mogu imati blagotvorne efekte na zdravlje. Pročitajte koje sve vrste suplemenata postoje.

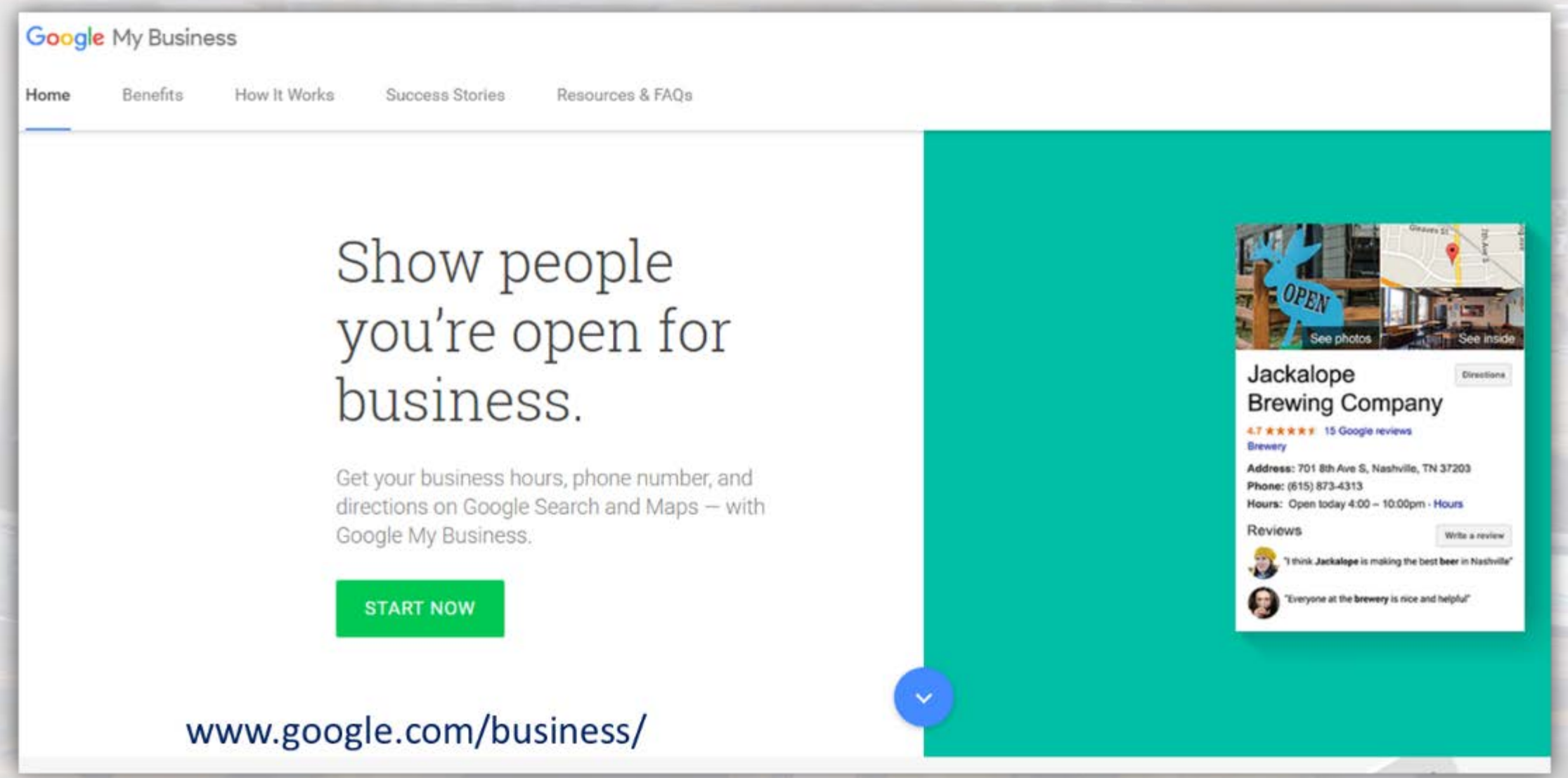
- **Keyword density**: 0,8% (7 puta) ali postoje varijacije
- Naslovi/podnaslovi - fraza je upotrebljena u 2 od 5 naslova
- Slike sadrže u alt opisu ključnu reč
- Meta title i meta description sadrže ključnu frazu
- Meta title sadrži ključnu reč na početku
- Url sadrži ključnu reč

Kako izabrati SEO kompaniju?

- Pogledajte njihove reference - uspešni veb sajtovi sa dosta prodaja.
- Koliko su vam dali korisnih saveta pre nego što ste postali njihov klijent.
- Da li se trude da kreiraju kvalitetne sadržaje, ili kvalitetne SEO sadržaje.
- Koliko su kvalitetni veb sajtovi koje preporučuju za linkovanje vaših stranica (da li su u vezi sa vašom tematikom, i da li ima puno različitih drugih linkova do njihovih klijenata).
- Da li tvrde da ćete biti prvi za određene ključne reči.
- Kako vas izveštavaju o mesečnom radu.
- Da li vam daju garanciju da će vam vratite sredstva ako ne budete zadovoljni dogovrenim rezultatima.



Google My Business



Obavezno sami dodajte vama važne podatke o vašoj kompaniji u **Google My Business** servis.

Najvažniji SEO parametri u narednim godinama

- Gugl procenjuje/ocenjuje **autoritet pojedinačne veb stranice** za pojedinačne upite u odnosu na vidljivost/interakciju oko te stranice na društvenim mrežama (**Social Graph**) **– Aktuelnost**.
- Pored analize razumevanja sadržaja Gugl sve više zahteva i dodatne informacije o sadržaju (**Structured Data**), da bi ih bolje analizirao u odnosu na nameru korisnika (**Knowledge Graph**) – **Relevantnost**.
- Bez obzira na zastarelost linkova kao metode određivanja relevantnosti sadržaja (**Link Graph**), u ovu analizu Gugl dodaje i analize pominjanja određenih izvora, kompanija, proizvoda i usluga na veb sajtovima koje Gugl doživljava kao relevantne (**Link/Mention Graph**).
- Jedan od najvažnijih parametara dobrog ranga na Guglu je lakoća korisnika da ostvari svoju nameru na veb stranici – **korisnički doživljaj** (**UX**).

Seminar:

Kako danas doći do dobre vidljivosti vašeg sajta na Guglu?

BIZNIS INTERNET
Consulting & Marketing

- Kreiranje strategije online nastupa, e-promocije i unapređenja prodaje
- Pomoć pri odabiru agencija za izradu veb sajtova
- Pomoć pri odabiru agencija za različite promotivne aktivnosti
- Pomoć pri odabiru načina klasičnog i alternativnog unapređenja prodaje
- Pomoć pri odabiru SEO načina promocije
- …