

# SEO A.D. 2017 – OCZYMPAMIĘTAĆ, JAK PISAĆ, POZYSKIWAĆ LINKI DO SERWISU, A PRZEDE WSZYSTKIM ZWIĘKSZAĆ POZYCJE GOOGLE?

## Z artykułu nauczysz się:

- ✓ Czy w 2017 r. czeka nas ewolucja czy rewolucja?
- ✓ Czy Google nadal interesują użytkownicy mobilni?
- ✓ Czy można skończyć z tworzeniem contentu?
- ✓ Co na tym wszystkim mogą zyskać internetowi celebryci?
- ✓ Jaka jest druga najpopularniejsza wyszukiwarka internetowa?
- ✓ Czy da się zautomatyzować procesy linkbuildingowe?



---

### **Marcin Golis**

SEO Specialist w Bluerank

Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego. Z branżą internetową związany od 2011 r. Obecnie w Bluerank realizuje kampanie SEO dla klientów z branży finansowej, medycznej i zoologicznej. Prywatnie hodowca kotów norweskich leśnych i fan włoskiej motoryzacji. Jego motto życiowe to „Don't try”.

---

**12** miesięcy temu niejedna osoba zakładała, że 2016 r. w wyszukiwarce będzie miała miejsce mała rewolucja związana z wprowadzeniem aktualizacji algorytmu Pingwin. Jak się jednak okazało, nie był on rewolucją w wyszukiwarce, a ewolucją wynikającą z nadanego jej kierunku rozwoju. Czego możemy spodziewać się w 2017 r.?

## Zawsze online

Pamiętacie czasy, gdy 100 MB transferu w telefonie komórkowym kosztowało 10 zł albo i więcej, strony WWW przeglądało się na urządzeniach posiadających mały, 2-calowy ekran i fizyczną klawiaturę, a ich twórcy nawet nie słyszeli o czymś takim jak responsywność? Dziś to zamierzają przeszłość, a jak podaje StatCounter, w październiku 2016 r. udział ruchu generowanego na stronach internetowych przez urządzenia mobilne wyniósł 51,3%. Oznacza to nic innego jak to, że chcemy być online 24 godziny na dobę. Google doskonale rozumie nasze potrzeby, dlatego w 2016 r. wykonał dwa kroki wpływające na korzystanie z internetu na urządzeniach mobilnych:

- **Uruchomienie AMP w mobilnych wynikach wyszukiwania**

Standard AMP (Accelerated Mobile Pages) ma na celu maksymalne odchudzenie strony podczas korzystania z urządzenia mobilnego – znikają wszelkie reklamy i inne treści strony internetowej, pozostawiając samą zawartość artykułu, dzięki czemu witryna wczytuje się bardzo szybko na urządzeniu mobilnym, oszczędzając czas i transfer internauty. Strony spełniające standard AMP są oznaczone błyskawicą w wynikach wyszukiwania. I choć samo AMP nie wpływa na pozycje w wyszukiwarce, to z czasem z pewnością zacznie wpływać na współczynnik CTR, który jest jednym z czynników rankingowych Google.

- **Rozpoczęcie prac nad osobnym rankingiem dla mobilnych wyników wyszukiwania**

Mobilne i desktopowe wyniki wyszukiwania na razie oparte są na tych samych czynnikach rankingowych, jednak na początku listopada ubiegłego roku Google poinformował, że rozpoczyna prace nad wdrożeniem osobnego rankingi dla wyników wyszukiwania na urządzeniach mobilnych. Oznacza to, że niedostosowane do przenośnych urządzeń strony nie będą miały szans na wyświetlenie się na wysokich pozycjach, a co za tym idzie – taka strona może stracić dostęp do dużej części ruchu organicznego.

## Content nadal się liczy

Już od kilku lat z rzędu jesteśmy informowani o tym, że w nadchodzącym roku najważniejszym narzędziem promocji w sieci będzie content marketing. Owszem, content jest jednym z kluczy do odniesienia sukcesu w sieci, jednak niestety nadal wiele marek tworzy go bez pomysłu, wychodząc z założenia, że skoro inni to robią, to i my musimy. Efekt tego stanowi duża ilość treści bez większej wartości dla użytkowników, napisana chaotycznie i bez dopasowania do potencjalnego czytelnika. A przecież wystarczy poświęcić trochę czasu na przygotowanie spójnego planu content marketingowego.

Na przykład poszukajmy na forach pytań, jakie mogą zadawać nasi klienci. Potem przygotujmy odpowiedzi na nie, ważne, żeby były merytoryczne i wyczerpujące temat (co nie znaczy, że bardzo długie) i opublikujmy w sekcji poradnikowej na naszej stronie. Następnie cieszymy się systematycznymi wzrostami ruchu w witrynie.

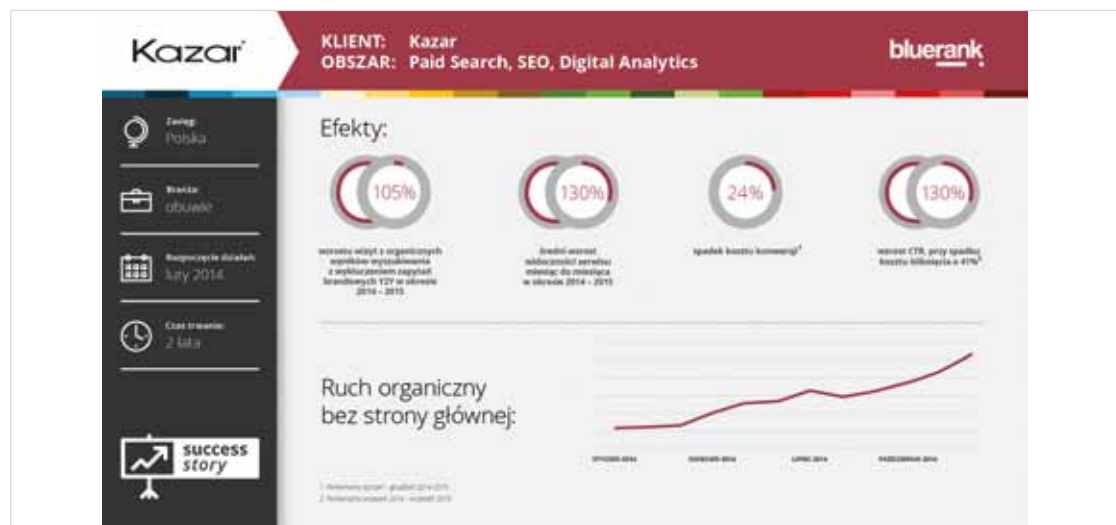
Pamiętajmy też o tym, że jeżeli jakiś temat został już opisany u konkurencji, to nie znaczy, że my nie możemy o nim napisać. Oczywiście, że możemy, tylko musimy zrobić to lepiej – bardziej zagłębić się w temat, podsunąć bardziej aktualne rozwiązania, przedstawić prostsze metody działania, podać treści w innej formie... Możliwości jest wiele, a jedyne ograniczenie to nasza pomysłowość. Szukający porady w sieci internauta raczej nie ograniczy się do sprawdzenia jednego wyniku dla swojego pytania, tylko otworzy kilka, jego zdaniem, najlepszych wyników. Trochę szkoda, jeżeli nie będzie tam naszej strony, prawda? Dlatego nawet jeżeli wydaje nam się, że jakieś zagadnienie jest już wyeksploatowane do granic możliwości, to nie myślimy o nim w ten sposób i nie porzucamy pomysłu na jego zagospodarowanie. Zamiast tego zastanówmy się, w jaki sposób opracować je lepiej od naszej konkurencji, by prześcignąć ją w wynikach wyszukiwania!

Tworzenie wartościowego, odpowiadającego na pytania użytkowników contentu jest ważne jeszcze z jednego powodu. Wraz ze wzrostem popularności urządzeń mobilnych wzrasta udział zapytań głosowych (voice search). Zapytania te są zazwyczaj dłuższe i bardziej złożone od tych, które są wpisywane przez internautów w przeglądarkę. Właściwie opracowane treści pozwolą nam poszerzyć pulę fraz kluczowych, dzięki którym widać naszą witrynę.

## Wykorzystaj zasięg influencerów

Najpopularniejszych blogerów można zobaczyć dziś już nie tylko w onlinowych akcjach promocyjnych, ale w też w telewizyjnych i outdoorowych, a wielu z nich jest dziś uznawanych za liderów opinii. Z influencerami możemy nawiązać udaną współpracę, która przyniesie efekt nie tylko w postaci dotarcia do odbiorców danej osoby, ale również w widoczny sposób wpłynie na wyniki naszych działań SEO. Decydując się na nawiązanie takiej współpracy, nie nastawiamy się na najpopularniejszych blogerów, ponieważ grono ich odbiorców może być dla nas zbyt szerokie i nie osiągniemy zamierzonych efektów. Zamiast tego należy wytypować osobę, która jest naprawdę rozpoznawalna w naszej branży i posiada grono wiernych i aktywnych fanów, a następnie wspólnie stworzyć akcję promocyjną. Słowem kluczem jest tutaj współpraca, ponieważ to influencer najlepiej zna zachowania i preferencje swoich odbiorców, dzięki czemu akcja promocyjna zostanie przygotowana w najlepszej dla nich formie.

Rys. 1. Wyniki kampanii



### Która wyszukiwarka jest druga pod względem popularności?

W tym miejscu chciałbym szerzej poruszyć temat drugiej najpopularniejszej wyszukiwarki internetowej na świecie, czyli YouTube, który swoim zasięgiem obejmuje ok. 95% internautów. Moim zdaniem, to właśnie YouTube powinien być jednym z najważniejszych elementów kampanii SEO w 2017 r., ponieważ:

- Konsumpcja treści wideo jest łatwiejsza, nie wymaga ona tyle skupienia co treści w formie pisemnej.
- Wideo możemy wyświetlać w 2 wyszukiwarkach – YouTube i Google;
- Materiał wideo możemy wykorzystać do uatrakcywnienia tradycyjnej treści, a tradycyjną treść wykorzystać, po przereklamowaniu, do opisanie zawartości filmu.
- Filmy mogą zostać osadzone w treściach tworzonych przez innych internautów, wizualnie wzbogacając ich prezentowany materiał.

Dzisiaj tworzenie filmów wideo nie jest już tak kosztowne jak jeszcze kilka lat temu – większość smartfonów pozwala na nagrywanie filmów dobrej jakości. Dlatego wystarczy kupić statyw, zdobyć wiedzę pozwalającą na ciekawy montaż filmów i zacząć działać na YouTube!

### Czy można zautomatyzować pozyskiwanie linków?

Jeszcze kilka lat temu pozyskiwanie linków było banalnie proste i dało się je w pełni zautomatyzować dzięki korzystaniu z odpowiednich narzędzi. Jednak kolejne aktualizacje algorytmu Pingwin oraz działania Search Quality Team sprawiły, że działania te stały się bardzo ryzykowne, ponieważ mogły skutkować sprowadzeniem na naszą stronę kary ręcznej lub filtra. Jednak, moim zdaniem, w dzisiejszych czasach nadal da się pozyskiwać linki w sposób równie łatwy jak metodami automatycznymi. Jak? Tworząc naprawdę dobry i wartościowy dla użytkownika content. Wspominałem już o tym, że jednym ze sposobów na stworzenie planu content marketingowego jest sprawdzenie, o co pytają na forach nasi klienci, i przygotowanie

odpowiedzi opublikowanych na naszej stronie WWW. To jest właśnie nowoczesny sposób automatyzacji linkbuildingu. Jeżeli przygotujemy naprawdę dobrą i ciekawą odpowiedź na pytanie, które padło na forum, to możemy mieć niemal 100-proc. pewność, że któryś z użytkowników podzieli się na forum linkiem do niej, a my nie dość, że zyskamy wartościowy odnośnik do naszej strony, to dodatkowo poszerzymy zasięg naszej marki.

### Revolucja czy ewolucja?

Dawniej osoby zajmujące się realizacją kampanii SEO bądź je nadzorujące doświadczały przede wszystkim rewolucji wdrażanych przez Google. Dzisiaj sytuacja uległa diametralnej zmianie i mamy do czynienia z ewolucjami poszczególnych obszarów marketingu prowadzonego w organicznych wynikach wyszukiwania, zarówno po stronie Google, jak i ludzi, którzy odpowiadają za jego realizację.

Aby osiągać dobre pozycje na interesujące nas słowa kluczowe oraz pozyskiwać wartościowy ruch do naszej strony, musimy pamiętać o dwóch podstawowych zasadach:

- Wyciągamy wnioski z wcześniejszych wydarzeń.
- Obserwujemy aktualne trendy i starajmy się je jak najwcześniej wykorzystywać.

Dzięki temu to właśnie my będziemy zawsze o krok przed naszą konkurencją i to oni będą gonić nas, a nie my ich. W ten sposób zaoszczędzimy naprawdę dużo czasu i pieniędzy.

Podsumowując: żeby zapewnić naszej stronie dobre pozycje i ściągnąć na nią jak najwięcej ruchu, musimy pamiętać o następujących rzeczach:

1. Cały czas rośnie udział osób korzystających z internetu za pomocą urządzeń mobilnych – pamiętajmy o nich!
2. Treści, które tworzymy, muszą zawierać informacje przydatne dla naszych czytelników.
3. Korzystajmy z zasięgu influencerów – współpraca z nimi może przynieść wiele korzyści.
4. Działajmy na YouTube – treści wideo są również ważne w kampaniach reklamowych co artykuły.
5. Twórz treści, którymi internauci będą się dzielić między sobą. ■