

11. OPTIMALIZACE WEBOVÉ STRÁNKY PRO VYHLEDÁVAČE



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Cílem této přednášky je přiblížit problematiku vyhledávačů a jakou hrají roli pro design a správu webových stránek. Vysvětlíme si jak fungují a jaké důležité faktory ovlivňují úspěšnost webových stránek při procesu optimalizace.

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Ikášová

Design a správa webových stránek

Struktura přednášky

1. Význam vyhledávačů pro web
2. Jak fungují vyhledávače
3. Analýza klíčových slov
4. SEO faktory



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



- Vytvoření webové stránky jako takové nestačí k jejímu úspěšnému provozu a plnění cíle.
- Ve většině případů budete potřebovat, aby byl na webu provoz, tedy aby přicházeli návštěvníci.
- Zdrojem návštěvnosti bývají velmi často vyhledávače jako je Google, Seznam, Bing a další.
- **Zajímavost:* 40 % generace Z vyhledává informace raději na TikToku než na Google. (zdroj: SocialPark)

Jak to má Google?

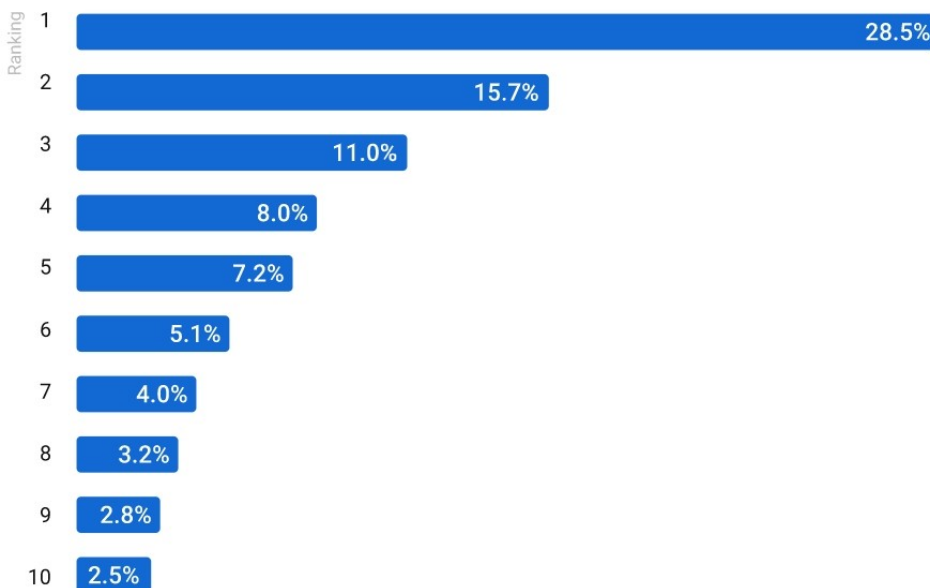


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Analýza 1801 vyhledávacích relací (srpen 2020)
- 9 % uživatelů se **dostalo až na konec první stránky** výsledů vyhledávání.
- 65 % uživatelů během vyhledávací relace **kliklo alespoň na 1 organický výsledek**
- 19 % uživatelů kliklo během vyhledávání na **reklamu**.

- $CTR \text{ míra prokliků} = (\text{prokliky} / \text{zobrazení}) * 100$

🔍 Google CTR per ranking

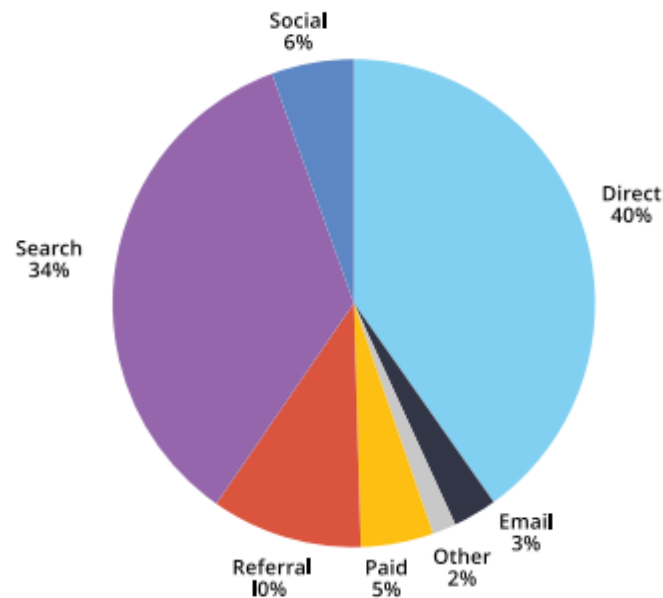


Jak fungují vyhledávače



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Vyhledávače hrají významnou roli jako zdroj návštěvnosti webové stránky.
- Podle studie společnosti Yotpo je to **druhý největší zdroj** na základě dat z 65 milionů objednávek zákazníků, v hodnotě 2 miliardy dolarů z 120 000 e-shopů.



Figures courtesy of Yotpo's global user database of over 120,000 online businesses, 2015.

Data Driven by 

Jak fungují vyhledávače



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Abychom ale mohli naplno využít síly vyhledávačů, musíme si říct, jakým způsobem fungují.
- Pro příklad sice využijeme nejpopulárnější vyhledávač Google, ale na podobném principu fungují i ostatní jako například český Seznam.

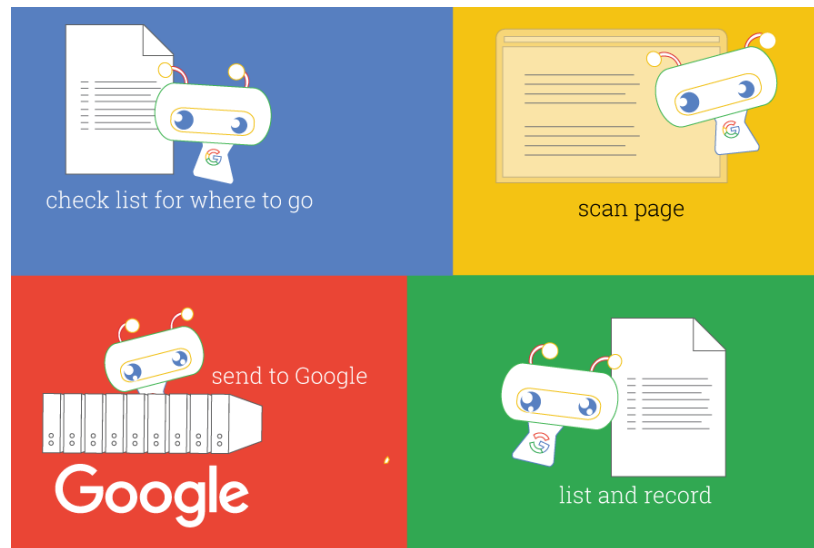


Jak pracují vyhledávače?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Procházení (Crawling)
- Indexování (Indexing)
- Zobrazování a hodnocení



Procházení – zjišťuje, jaké stránky jsou k dispozici



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Žádný centrální registr všech webových stránek neexistuje.
- Proto musí Google neustále vyhledávat nové stránky a přidávat je do svého seznamu známých stránek.
- Tento proces objevování se nazývá procházení.

Procházení



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- O některých stránkách Google ví, protože už je **v minulosti procházel**.
- Jiné stránky Google objeví **následováním odkazu** ze známé stránky na novou stránku.
- Další stránky objeví pomocí seznamů stránek (tzv. map webů nebo souborů **Sitemap**), které vlastníci webů odešlou do Googlu k procházení.

- Po objevení stránky se Google snaží zjistit, o čem stránka je. Tento proces se nazývá indexování.
- Google analyzuje obsah stránky, zařazuje do katalogu obrázky a videosoubory vložené na stránce a dalšími způsoby se snaží stránce porozumět.
- Tyto informace se zapisují do indexu Google, obrovské databáze uložené na mnoha a mnoha počítačích.



- Když uživatel zadá dotaz, Google se v indexu na základě mnoha faktorů pokusí najít nejrelevantnější odpověď.
- Google se pokusí určit nejkvalitnější odpovědi a zohlednit i další aspekty, které umožní nabídnout nejlepší uživatelský dojem a nejvhodnější odpověď, jako je například umístění, jazyk a zařízení (počítač nebo telefon) uživatele.

- Na dotaz „opravný jízdních kol“ by se zobrazily jiné odpovědi uživateli v Paříži a jiné uživateli v Hongkongu.
- Google nepřijímá platby za vyšší hodnocení stránek.
- Hodnocení se provádí algoritmicky.



Co jsou klíčová slova?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Klíčové slovo (keyword) je slovo nebo fráze, které popisuje obsah na webových stránkách.
- Je to výraz, pro který chcete aby byl web ve výsledku vyhledání.
- Takže když lidé hledají toto klíčové slovo nebo frázi v Google nebo v jiných vyhledávačích, měli by najít vaši stránku v seznamu výsledků.

Jak hledat klíčová slova?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ

- Prvním krokem je **podívat se na související dotazy s hledaným klíčovým slovem** dole pod výsledky vyhledávání.
- Sám Google nám tak poodkryje malinkou část toho co lidé hledají.

Vyhledávací dotazy související s pánev na vajíčka

pánev na vajíčka **indukce**

mini pánve

pánev na **vojská oka**

kameninové pánve

malá pánve

teflonové pánve

nejlepší pánve na trhu

pánev **bez teflonu**

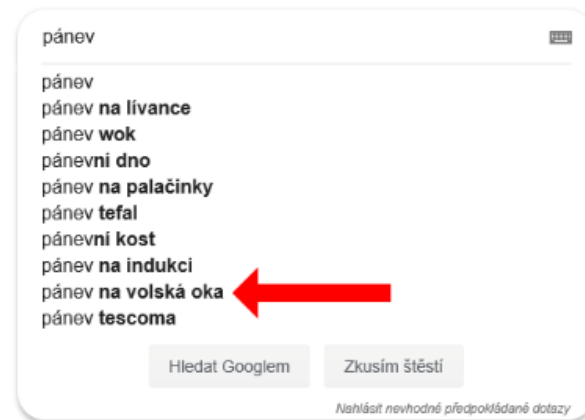


Jak hledat klíčová slova?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Dále také můžeme nakouknout na klíčová slova pomocí našeptávače při psaní požadavku.
- Náš konkrétní příklad ukazuje, že pojmenovat pánev na vajíčka „4 oko“, jak je na některých e-shopech běžné, nemusí být úplně dobrý nápad.
- Zákazníci do Googlu totiž píší spíše „pánev na volská oka“.



Jak hledat klíčová slova?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Pro komplexnější a přesnější analýzu klíčových slov už ale bude nutné použít profesionální nástroj jako je například **Collabim**.
- Tyto nástroje umožní klíčové slova **monitorovat**, jednoduše zadávat požadavky a vytvářet profesionální **reporty**, které pomáhají marketérům i webmasterům optimalizovat obsah na webu.

Jak hledat klíčová slova?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Výsledky analýzy klíčových slov v nástroji Collabim:

Klíčové slovo	Hledanost Google minulý měsíc, volná shoda	Pozice Google CZ	Pozice Seznam.cz	Graf pozic	Konkurenčnost
★ kavovary	9900	4 (-1)	1 (+0)		
★ myčka	6600	3 (+0)	5 (+1)		
★ kávovar dolce gusto	1300	11 (+0)	27 (+2)		
★ kávovary espressa výprodej 0	0	5 (+0)	12 (+0)		

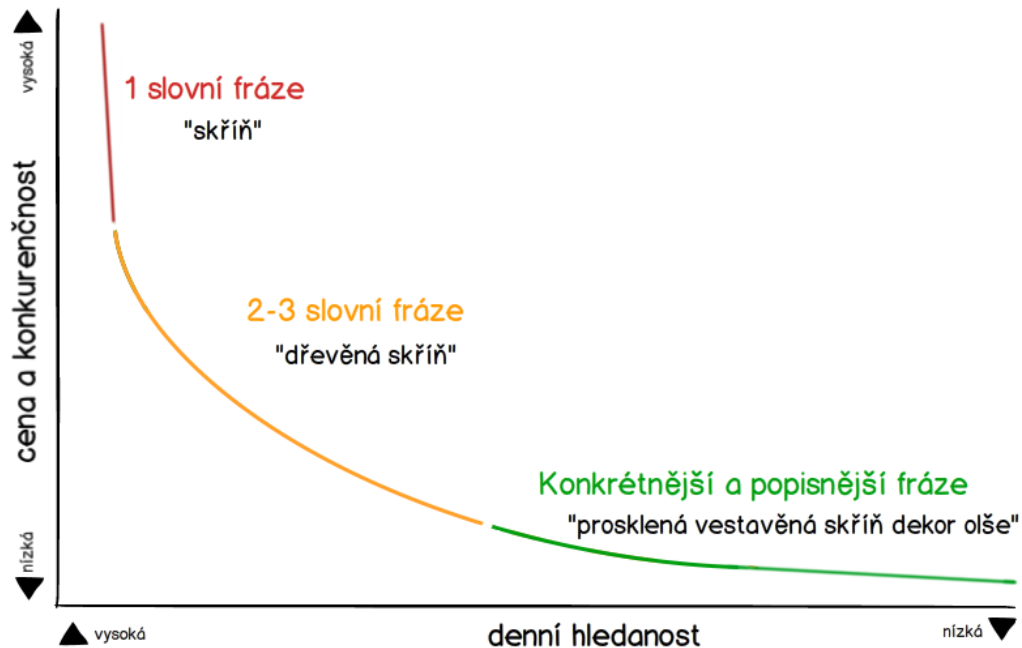
Longtail



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Longtail je pojmenování pro slova a fráze, které nejsou do vyhledávačů zadávány často, ale přesto jsou považovány za klíčové.
- Jsou to **konkrétnější výrazy**, které sice nepřilákají tolik lidí zadávající obecné výrazy, ale přivádí na e-shop zákazníky, kteří už jsou více nakloněni nákupnímu rozhodnutí.
- Hledají konkrétní produkt, službu či odpověď na otázku.

Dlouhý ocas v SEO





- Budete-li na stránkách používat tato konkrétní klíčová slova, nejen že zacílíte více na potenciální nakupující, ale také zvyšujete efektivnost vašeho odkazu ve výsledcích hledání.
- Toho v případě užívání obecných klíčových slov (skříň) dosáhnete velmi těžce. Jsou vysoce konkurenční, protože je používá každý.
- Dosáhnout lepších pozic ve výsledcích hledání v případě obecných klíčových slov je náročné a mnohdy nemožné.

Optimalizace webu pro vyhledávače (SEO)



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **SEO (search engine optimization)** je proces ovlivňování viditelnosti webu nebo stránky v neplacené části výsledků internetového vyhledávače.
- Čím výše a čím častěji se web objevuje ve výsledcích vyhledávače, tím více návštěvníků web může z internetového vyhledávače získat.
- SEO může cílit na různé typy hledání včetně obrázků, lokálního hledání, videí, akademických informací, novinek nebo užšího hledání v specifických oborech

Optimalizace webu pro vyhledávače (SEO)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Přivádění návštěvnosti
- Snížení míry odchodu ze stránek
- Snížení nákladů na zákaznickou podporu
- Zlepšení viditelnosti značky na internetu
- SERM (Search Engine Reputation Management – Online Reputation Management)
- Zvýšení konverzního poměru

- **Titulek**

- Titulek stránky by měl obsahovat informaci o obsahu zvolené stránky. Titulek by rozhodně neměl být stejný pro celý web, ale unikátní pro každou stránku webu.
- Zápis titulku v HTML kódu: `<title>Titulek stránky</title>`

- **Meta description**

- Popisek stránky by měl obsahovat krátkou informaci o obsahu stránky. Ani meta description by neměl být pro celý web stejný.
- Zápis titulku v HTML kódu: `<meta name="description" content="Popisek stránky" />`

Titulek a meta description



```
Elements Console Sources Network >> 1 3 | : X
<!doctype html>
<html id="rootHtml" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="cs-CZ" class="
"gr_alza_cz">
  <head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
    <meta id="contentLanguage" http-equiv="Content-Language" content="cs-CZ">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <title>
      Alza.cz - největší obchod s počítači a elektronikou | Alza.cz
    </title>
    <meta name="author" content="Alza a.s.">
    <meta id="metaDescription" name="description" content="Největší obchod s
    počítači a elektronikou ✓ Přes 30 prodejen a více než 40 alzaboxů ✓ PC
    sestavy, notebooky, mobily, monitory, televize ✓ Otevřeno i o víkendů ✓">
    <meta id="keywords" name="keywords" content="alza, pc, počítače, mobily,
    televize">
    <meta name="robots" content="index, follow">
    <link rel="alternate" href="https://m.alza.cz/" media="only screen and
    (max-width: 640px)">
    <link rel="alternate" hreflang="cs-CZ" href="https://www.alza.cz/">
    <link rel="alternate" hreflang="sk-SK" href="https://www.alza.sk/">
    <link rel="alternate" hreflang="de-DE" href="https://www.alza.de/">
    <link rel="alternate" hreflang="de-AT" href="https://www.alza.at/">
html#rootHtml.gr_alza_cz body.default.alza-cz.alza
```

Alza.cz - největší obchod s počítači a elektronikou | Alza.cz

<https://www.alza.cz/>

Největší obchod s počítači a elektronikou ✓ Přes 30 prodejen a více než 40 alzaboxů ✓ PC sestavy, notebooky, mobily, monitory, televize ✓ Otevřeno i o ...

- **Nadpisy stránky**
 - Zápis nadpisu nejvyšší úrovně v HTML kódu: `<h1>Nadpis stránky</h1>`
 - Zápis nadpisu druhé úrovně v HTML kódu: `<h2>Podnadpis</h2>`
- **Zvýrazněný text na stránce**
 - Zápis zvýrazněného textu v HTML kódu: `zvýrazněný text`


















- **Alternativní popis obrázku**
 - Běžné fulltextové vyhledávače nedovedou rozpoznat co je na obrázku. Podobně jako nevidomí uživatelé však dokáže pracovat s alternativním popisem obrázku.
 - Zápis alternativního popisu v HTML kódu: ``

- **Text stránky**
 - Klíčová slova by měla být ve vhodném poměru obsažena i v běžném textu stránky.
- **URL adresa stránky**
 - Vyhledávače, stejně jako uživatelé, dávají přednost jednoduchým a neměnným URL adresám.

Další důležité faktory z kategorie klíčových slov



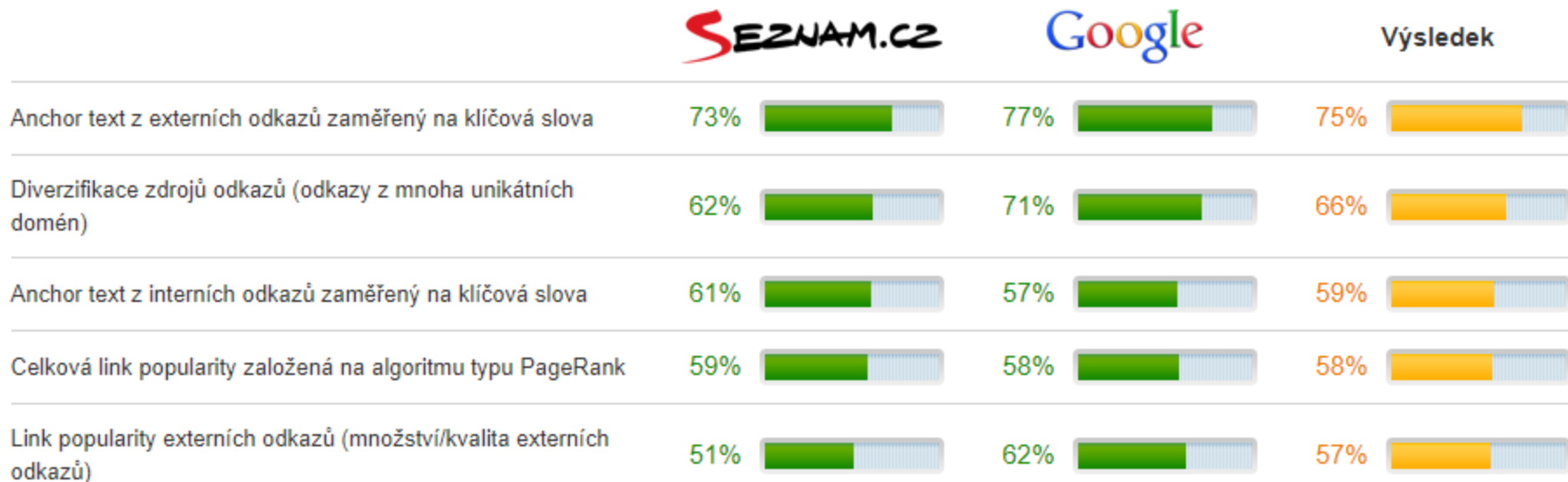
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

			Výsledek
Klíčové slovo použito kdekoliv v tagu <title>	79% 	75% 	77% 
Klíčové slovo použito jako první slovo v tagu <title>	71% 	67% 	69% 
Klíčové slovo použito kdekoli v tagu nadpisu <h1>	53% 	49% 	51% 
Klíčové slovo použito v názvu domény (např. www.klicoveslovo.cz)	50% 	45% 	48% 
Klíčové slovo použito jako první slovo/a v tagu nadpisu <h1>	51% 	42% 	47% 

Další důležité faktory z kategorie „Link popularity“ stránky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Google Trends



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- [Google trends](#)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost.