



## מדריך קידום אתרים

מאת שרון דידי

קידום אתרים - **לבלוט** מעל כולם

יש לך אתר אינטרנט?  
את/ה נמצאת בתהליך בניית אתר?  
רוצה להגדיל את ההכנסות מהאתר?

קידום אתרים באמצעות Google הינו כלי מצוין עבורך  
להגדלת תנועה לאתר החברה והגדלת ההכנסות בעסק

## קצת עליי - מי זאת שרון דידי?

שלום לכולם, לפני שנתחיל להיכנס לעולם קידום האתרים וללמוד אותו, רציתי לספר קצת על עצמי...

שמי שרון דידי בת 32, נשואה ואם לשני ילדים מקסימים.

אני נמצאת, עוסקת ונושמת את עולם האינטרנט על תחומיו השונים, כבר 7 שנים. לעולם קידום האתרים נכנסתי לפני 3.5 שנים.

החשיפה הראשונה: במסגרת תפקידי כמנהלת שיווק במחלקת האינטרנט של חברת סליקה מובילה, הבנתי שיש בעיה לבעלי אתרי אינטרנט, אשר התבטאה בדלות התנועה לאתר. אחת הדרכים להביא לתנועה אל האתר הינה קידום בגוגל, אני נפגשתי עם מאות בעלי אתרים והמכנה המשותף של כולם הוא: השקעה גדולה באתר האינטרנט שלהם (השקעה כספית + השקעה של שעות עבודה)

ולאחר שהוא עולה לאוויר, אותה פנטזיה שהייתה על האתר שנייב כסף ושתהיה בו סליקה מידי יום – הכול התנפץ בפנים ובגדול.

כשהבנתי את העניין התחלתי ללמוד את התחום גם דרך האינטרנט באופן עצמאי וגם במכללת ג'ון ברייס.

עד היום אני לומדת ומתחדשת בתחום הקידום בגוגל ובעולם האינטרנט בכלל, קוראת מאמרים בארץ ובעיקר בחו"ל על קידום אתרים, הנושא מתחדש כל העת, לכן יש צורך ללמוד ולהתעדכן.

### **הסדנאות שלי**

לאחרונה, לאור דרישה שעלתה, בניתי סדנא מיוחדת לבעלי אתרי אינטרנט המקנה כלים וידע מקצועי לקידום אתרים. מטרת הסדנא היא ללמד את בעלי האתרים לקדם את האתר בעצמם ו/או לדעת מה לדרוש ממקדם האתרים שלהם.

לעזור לך, בעל אתר אינטרנט להביא תנועה וחשיפה לאתר האינטרנט ובכך להגדיל את ההכנסה לעסק, להפוך את אתר האינטרנט למקור הכנסה נוסף בעסק – ממש סניף נוסף של העסק.

### **המדריך הממוקד**

במדריך הבא אתם תוכלו למצוא מידע מקצועי על קידום אתרים בגוגל, כיצד מבצעים אופטימיזציה לאתר, איך כותבים תוכן? איך מחליפים קישורים? איך גורמים לגוגל לקרוא טוב יותר את האתר שלי? ועוד ...

**אז בואו נתחיל !!  
שרון דידי**

## קידום אתרים בגוגל - אז איך מתחילים

המצב האולטימטיבי של מקדם אתרים הוא שמזמינים אותו עוד לפני שלב בניית האתר, על מנת ליצור אפיון המשלב בתוכו גם התייחסות לקידום וגם לחוויית הגלישה באתר. ישנה חשיבות גדולה בהתייחסות למבנה האתר מבחינה ויזואלית והן גם מבחינת הקוד שלו. אע"פ שברוב המקרים הפניה למקדם האתרים מתבצעת לאחר תהליך בניית האתר.

### שלב ראשון: בחירת מילות מפתח לקידום

לבחירת מילות המפתח יש חשיבות גדולה ביותר בתוך תהליך הקידום – הבחירה הנכונה תהיה הבסיס לכל.

לכן, כאשר אנו מתחילים במחקר מילות המפתח כדאי מאוד לתשאל מכרים, חברים ומשפחה – מה הם היו מחפשים, איזה ביטוי הם היו מקלידים בחיפוש בגוגל, במידה והיו צריכים את המוצר שאתם מבקשים למכור.

כך למשל, תוכלו לשמוע מה באמת הגולש מחפש, במקרים מסוימים אנחנו בטוחים שלגולשים שלנו יש את הידע בתחום במסוים אותו אנו משווקים, מונחים או ביטויים שאנחנו מכירים מהעולם המקצועי שדרך המחשבה שלהם דומה לשלנו ... על כן, כאשר מגדירים מהן מילות המפתח, יש צורך לחשוב גם דרך ראשו של הגולש.

בנוסף, בעזרת כלים של גוגל אשר מאפשרים לקבל רעיונות ולמצוא ביטויים נוספים. לכל ביטוי יש דירוג תחרות, מהי הכמות הממוצעת של גולשים שחיפשו את הביטוי, כך ניתן למקד את התהליך ולקבל החלטה נכונה לגבי רשימת מילות המפתח אותם תקדמו באתר שלכם.

### כלים לאיתור מילות מפתח

לרשותנו עומדים מספר כלים שמסייעים לנו לבחור מילות מפתח:

- כלי מילות המפתח של גוגל – לאיתור נטיות חיפוש בכול השפות
- Wordtracke – כלי יעיל לאיתור מילות מפתח באנגלית
- גוגל טרנד - <http://www.google.com/trends>
- גוגל insights - [/http://www.google.com/insights/search](http://www.google.com/insights/search)
- חיפוש מילות מפתח בעברית - [https://adwords.google.co.il/o/Targeting/Explorer?\\_u=10000000000&\\_c=10000000000&id#eaRequestType=KEYWORD\\_IDEAS](https://adwords.google.co.il/o/Targeting/Explorer?_u=10000000000&_c=10000000000&id#eaRequestType=KEYWORD_IDEAS)

## לבחור את המילים הנכונות

לבחירת המילה הנכונה יש חשיבות גדולה, וזה לא עוד סלוגן ריק מתוכן. למעשה בעקבות מילות המפתח שתבחר/י "גולשים איכותיים" יגיעו אליך. כך למשל, אם האתר שלך עוסק במכירת אופניים, השתדלי לבחור ביטויים רלוונטיים כגון "אופניים" ו"מכירת אופניים", ולא "מכירות", שזו מילה כללית מאוד.

מחד, כדאי לבחור מילים שהתחרות עליהן לא הכי גבוהה, כי אז יהיה קושי לקדם אותן, מאידך כדאי לבחור מילות מפתח בעלות נפח חיפוש בינוני עד גבוה.

חשוב לבדוק בכלי מילות המפתח גם הטיות של מילים:

- יחיד ורבים
- עם אותיות החיבור וללא
- מילים נרדפות
- עברית ולועזית

## הגדרת היררכיית מילות המפתח ויצירת דפי נחיתה

לכול מילת מפתח נייצר "דף נחיתה" ייעודי = דף שהגולש "ינחת" עליו כאשר יקליד מילת חיפוש מסוימת.

הגדרת היררכיית מילות המפתח תכתיב במידה רבה את מבנה האתר. מילות מפתח בעלות חשיבות גבוהה עבור תחום העיסוק שלך יוצגו בדפים ראשיים בעוד מילות מפתח בעלות חשיבות נמוכה יותר יוצגו בדפים מרוחקים יותר מדף הבית.

\*מרחק הוא תוצר של כמות הקליקים שצריך ללחוץ על מנת להגיע אל הדף. לדוגמה: דף הבית הוא דף ראשי. דף שעל מנת להגיע אליו מדף הבית דורש 3 קליקים או יותר, זהו דף מרוחק. דף ראשי.

## אז מה למדנו ?

- חשיבות מילות המפתח
- כלים לאיתור מילות מפתח
- בחירת מילות המפתח הרלוונטיות ביותר
- יצירת היררכיה באתר
- יצירת דפי נחיתה



## שלב שני: דף הבית

### עשה ואל תעשה בדף הבית שלך

דף הבית הוא הדף הכי חשוב והכי חזק שלך. להלן מספר דרכים שיסייעו לשמור על חוסנו:

- **טקסט** – מנועי החיפוש "אוהבים" טקסטים, לכן חשוב לצקת תוכן לדף הבית שלך ולוותר פעמים רבות על דף בית יפה שמורכב ברובו ממצגות פלאש.
- **דף אינטרו** - לאתרים רבים יש דף Intro, דף שמקדים את הכניסה לדף הבית, דף שיכול להיות מרהיב, אך מרחיק את הדף הכי חשוב של האתר ממנועי החיפוש. בדרך כלל בדף הזה אין טקסט או מילות מפתח. לכן **מוטב לוותר עליו כליל**, לא פעם הוא גם מעצבן את הגולשים.
- **מילת מפתח** – מוטב לייעד לדף הבית את מילת המפתח הכי חשובה והכי רלוונטית לתחום העיסוק שלך. כאמור דף הבית הוא הדף הכי חזק באתר וכדי להשקיע בו. רצוי לבחור מילת מפתח אחת ואם אין ברירה אז שתיים, אבל לא יותר מזה.
- **שילוב מילות מפתח בתוכן של דף הבית** - כאשר את/ה כותב/ת את דף הבית יש להתייחס ולשלב את מילת המפתח שייעדת לו. בעבר היו מפזרים בצפיפות של 3-4 אחוז ואף יותר את מילת המפתח אך כיום חשוב לשים את מילת המפתח + ביטויים הקשורים למילה המקודמת. **דוגמה:** במידה ונקדם את הביטוי "טבעת נישואין" אנו נכניס במאמר מילות הקשר כמו "חופה", "קידושין", "חתן וכלה ועוד.

**כיום אין משמעות לצפיפות המילים בטקסט אלא חשוב להשתמש במילות / ביטויי הקשר.**

- **קישורים פנימיים** – דף הבית צריך לקבל קישורים מכול דפי האתר הפנימיים. קישורים אלו מסייעים למנוע החיפוש להבין כי אכן מדובר בדף החשוב ביותר באתר שלך. הקישור הטוב ביותר הוא קישור טקסט. לדוגמה, אם בחרתי את מילת המפתח "צימרים" לדף הבית שלי, אז הקישורים אל דף הבית צריכים לצאת מהמילה "צימרים" מן הדפים הפנימיים. אם אין אפשרות, אז אפשר לעשות קישור היוצא מתמונה ועל התמונה לא לשכוח לשים ALT (שם לתמונה).

### אז מה למדנו?

- **חשיבותו של דף הבית בהיררכיית דפי האתר**
- **ייעוד מילת מפתח לדף הבית**
- **חשיבות התוכן ויתרונו על פני תמונות**
- **שילוב מילת המפתח החשובה ביותר בטקסט של דף הבית**
- **יצירת קישורים פנימיים**

## שלב שלישי: תגיות מטה - אופטימיזציה

בשלב הזה, אנחנו למעשה מתאימים את האתר והופכים את הקוד שלו לאופטימאלי עבור הזחלנים של מנועי החיפוש במטרה שידרגו את דפי האתר שלך כמה שיותר גבוה בתוצאות.

יש מספר תגיות מטה שחשוב להטמיע בקוד האתר.

אל תדאגי/י לא תצטרך/כי ללמוד עכשיו HTML. אם יש לך מערכת ניהול תוכן שכוללת את כל רכיבי ה-SEO ותוכלי/י לשלב את תגיות המטה בקלות ובמהירות, כאילו את/ה כותב/ת ב-Word.

חשוב לציין, כי יש להטמיע תגיות מטה לכול דף מדפי האתר, בהתאם למילת המפתח שבחרתם לייעד לכל דף נחיתה.

### Meta Keyword

תגית זו הייתה עד לא מכבר מקום שבו כתבנו את מילות המפתח של הדף, אך גוגל הודיע על כך שהיא לא תתייחס לתגית זו, זאת משום שהיו הרבה אתרים שניסו "לעבוד" על הזחלנים של גוגל ולהוסיף המון מילות מפתח, גוגל ראה את התופעה והחליט לצאת בהודעה יוצאת דופן שהוא לא מסתכל יותר על התגית: מילות מפתח.

לכן אני מסבירה לכם על התגית – אך לעת עתה אין צורך למלא אותה כיוון שגוגל לא מתייחס אליה.

תגית זו בעצם "מאותת" למנועי החיפוש כי כאן יש את מילת המפתח הרלוונטית לשאלת החיפוש שהקליק הגולש. בדרך כלל יש לכתוב עד 5 מילות מפתח, ולרשום את מילת המפתח הייעודית של הדף - ראשונה.

**לדוגמה:** אם ייעדתי לדף נחיתה מסוים את מילת המפתח "מנהל עסקים", אז נשבץ את המילה "מנהל עסקים ראשונה" ואחריה נשלב מילות מפתח רלוונטיות נוספות ששיבצתי בדף האינטרנט, למשל, "לימודי מנהל עסקים". לאחר כל ביטוי מפתח נוסיף פסיק, כדי שמנועי החיפוש יבינו שמדובר במספר מילות מפתח.

חשוב לשים רק מילות מפתח שנמצאות בתוך הטקסט של דף הנחיתה, ומאוד לא רצוי לשים מילים כפולות.

**כר:** מנהל עסקים, לימודי מנהל עסקים, קורס מנהל עסקים, לימוד מנהל עסקים, תואר ראשון במנהל עסקים



**קידום אתרים** ☆  
Live-SEO מזמינה אתכם להנות מפתרונות **קידום אתרים** מתקדמים המשלבים **קידום בגוגל**, פרסום אתרים  
ברחבי הרשת, שיווק באינטרנט ובניית אתרים...  
[www.live-seo.co.il/](http://www.live-seo.co.il/) - [עותק שמור](#) - [דומה](#)

**Meta Description** - זוהי התגית שבה כותבים את התיאור הקצר של הדף. כפי שרואים בדוגמה למעלה, מדובר ב-2 שורות לערך שבהן צריך גם **לשווק** נכון את בית העסק וגם להטמיע את מילת המפתח שייעדתם לדף הנחיתה. גם תגית זו מסמנת למנועי החיפוש כי דף זה רלוונטי לשאילתת החיפוש שהקליד הגולש, וכפי שנאמר יש לה גם חשיבות שיווקית, כי בקריאת שורות אלו מחליט הגולש באם להיכנס לאתר או לעבור לתוצאה הבאה. אפשר לשלב יותר מפעם אחת את מילת המפתח שבחרתם ואפילו להוסיף מילה רלוונטית נוספת.

כפי שאנחנו רואים בדוגמה למעלה: שילבתי גם את מילת המפתח "קידום אתרים" וגם "קידום בגוגל".

## Title

ה-Title = הכותרת. מופיע בחלקו העליון של דף האינטרנט

Mozilla Firefox - קידום אתרים

זהו המקום החשוב ביותר למילות המפתח.

לדעת רוב המומחים, זוהי התגית הראשונה שסורק מנוע החיפוש ומשם כוחה. חשוב לכתוב בה את מילת המפתח הייעודית של דף הנחיתה, ולא רצוי להעמיס יותר משתי מילות מפתח לטייטל, כמובן שעדיף ליעד מילת מפתח אחת לכל דף נחיתה. כמו כן, צריך ליצור טייטל ייחודי לכל דף אינטרנט.

**תקינות קוד האתר** - ישנה אפשרות לבדוק את תקינות קוד האתר שלכם על ידי הזנת שם הדומיין שלכם בלינק הבא :

<http://validator.w3.org/> לאחר שתזינו את שם הדומיין תקבלו את כל טעויות הקוד שיש לאתר שלכם ואותם אתם מעבירים לבונה האתר על מנת שיתקן אותם - עד לקבלת קוד ירוק - כלומר קוד תקין .

ישנם מקרים בהם מערכת הניהול שקיימת אצלך היא מערכת ניהול אוניברסאלית שבונה האתר שלך בנה פעם אחת ומשכפל אותה לכולם, במצב כזה, הוא לא יכול לתקן את הקוד. במקרים כאלה כדאי

ורצוי לפנות למקדם אתרים מקצועי על מנת להבין איך אפשר לאכוף את הטעויות הכתובות בקוד ואשר מקשות ממנוע החיפוש של גוגל לראות את האתר שלך בצורה תקינה.

אז מה למדנו?

- **תקינות קוד האתר**
- **יצירת אופטימיזציה לדפי האתר:**
  - **כתיבת Meta KeyWord – שילוב מילות המפתח בקוד האתר**
  - **כתיבת Meta Description – שילוב שורות תיאור בקוד האתר**
  - **Title – התגית החשוב ביותר למנועי החיפוש**



## שלב רביעי: תוכן באתר

מנועי החיפוש מאוד אוהבים טקסטים. הם מחפשים בין שורות הטקסט את מילת המפתח של כל דף נחיתה, ועל פיה מדרגים את הדף בתוצאות החיפוש.

### כך כותבים טקסט ידידותי הן למנועי החיפוש והן לקהל לקוחותיך:

- **פסקאות** - קריאת דף אינטרנט שונה מקריאת דף בספר. נערכו מאות מחקרים שמראים כי גולשים אינם קוראים בעת גלישה באינטרנט כי אם סורקים את הטקסט, בדומה לפעולת הסריקה שמבצעים הזחלנים של מנועי החיפוש. בדיוק מסיבה זו מומלץ מאוד לא לכתוב טקסט הנראה כגוש אחד, כי אם טקסט המחולק לפסקאות.
- **כותרות** - כדאי מאוד להוסיף כותרות מאירות עיניים לכל פסקה ופסקה. מבחינת הקידום יש חשיבות לשילוב כותרת ראשית כמו גם כותרות משנית לטקסט, כך שכותרת ראשית תכתב בתוך התגית H1, כך: **<h1>כותרת סקסית</h1>**, וכותרת משנית בתוך התגית H2, כך: **<h2>כותרת משנית אטרקטיבית</h2>**. כמובן שהיתרון של שילוב כותרות מעניינות לא טמון רק בקידום, כי אם גם אפקטיבי לנוחיות הגולש. יתרה מכך, אסור לשכוח לשלב את מילת המפתח של דף האינטרנט בכותרות.
- **Phrase Rank** - מושג זה מתייחס לשיבוץ מילות מפתח נוספות בטקסט שרלוונטיות למילת המפתח הייעודית של דף נחיתה נתון. אני אסביר, גוגל ידרג גבוה יותר דף אינטרנט שמילת המפתח שלו היא "נשיא ארצות הברית" אם הוא ימצא באותו הטקסט גם את המילה "הבית הלבן".
- **תוכן כפול** - מנועי החיפוש לא מעריכים שני דפים זהים בתוכנם, לא כאשר מדובר בשני דפים זהים בתוך אתר נתון ולא כאשר מדובר בשני דפים זהים בשני אתרים שונים. לכן, חשוב לצקת תוכן ייחודי ובלעדי לכל דף באתר. כאשר מנוע החיפוש מזהה 2 דפים זהים באתר או בשני אתרים, הוא "יכיר" רק באחד מהם ויתעלם מהשני.
- **פיזור מילת המפתח בתוך הטקסט** בצורה שווה. כלומר, שלא תהיה פסקה שבה יתרכזו כל מילות המפתח באותה הפסקה אלא לשים מילת מפתח בהתחלה אמצע וסוף המאמר, שהחלוקה תהיה הגיונית.
- **חשוב מאוד לכתוב תוכן שנותן ערך לצד השני הקורא את התוכן** - לא לכתוב לשם הרישום אלא לכתוב תוכן איכותי לשם העשרתו של הגולש. כאשר אנו כותבים בצורה טבעית הטקסט לא נראה מאולץ או קסט לשם קידום ואת זה גוגל דורש, שהתוכן שהאתר מגיש יהיה תוכן איכותי.



## לא להתעצל:

- השקיע/י בתוכן מקורי וייחודי בכול דף ודף.
- הקפד/י לשלב את מילת המפתח – לא להפריז בכמות גדולה של מילות מפתח – אני ממליצה על 2%-3% , שיעור גבוה של מילות מפתח – יותר מ 4%. עלול לדחוק את הדף מתוצאות החיפוש.
- תן/י לגולשים שלך סיבה להישאר באתר – כתב/י טקסט איכותי וכותרות מושכות.
- שלב/י מילות מפתח נקיות מאותיות החיבור. לדוגמה: אם מילת המפתח לדף האינטרנט היא "טיפול פסיכולוגי" אז הביטוי "הטיפול הפסיכולוגי" לא תסרק כמילת מפתח על ידי מנועי החיפוש.

## אז מה למדנו

- כתיבה ידידותית למנועי חיפוש כוללת כותרות מסודרות ויצירת פסקאות
- חשיבות שילוב ביטויים רלוונטיים נוספים - Phrase Rank
- הימנעות מתוכן כפול
- שילוב מילת המפתח בטקסט ובכותרות



## שלב חמישי: קישורים

בודאי שמעת בעבר על המושג קישורים (Link). אם לא, הנה אלגוריה קטנה שתעזור לך להבין טוב יותר.

קישורים בעולם הווירטואלי מזכירים במידה רבה קשרים בעולם הממשי, וכמו במציאות ככל שיש לך יותר קשרים, כך תצליח להגיע גבוה יותר, כך גם באינטרנט. כאשר מנועי החיפוש סורקים אתרי אינטרנט הם בודקים את איכות וכמות הקישורים הנכנסים אליהם. כלומר איכות וכמות הקישורים המורים אל אתר האינטרנט שלך. כאשר אתר אינטרנט מעניק לך קישור, הוא למעשה 'מצביע אמן' באתר שלך וממליץ לקהל הגולשים שלו לבקר גם באתרך.

לקישורים יש חשיבות גדולה, וכל מי שמתכוון לקדם את האתר שלו, חייב להבין שיש סוגים שונים של קישורים, חלקם איכותיים יותר וחלקם טובים פחות.

- קישור טוב ייצא ממילת המפתח ויקושר לדף הנחיתה של מילת המפתח הייעודית. כלומר: קישור היוצא מהמילה "לחץ כאן" – אינו קישור טוב, שכן הוא לא כולל את מילת המפתח.
- עדיף להוציא קישור מטקסט ולא מתמונה או באנר. אם אין ברירה אפשר לעשות קישור מתמונה אבל הוא יהיה פחות איכותי.
- קישור מאתר העוסק בתחום הקרוב לתחום האתר שלך יהיה טוב יותר מקישור היוצא מאתר שאינו רלוונטי לנושא של האתר שלך.
- קישור מדף ראשי, למשל דף הבית, נחשב לאיכותי יותר מקישור היוצא מדף הנמצא עמוק יותר באתר.
- קישור מאתר איכותי וסמכותי יהיה טוב יותר מקישור מאתר שולי. קישורים טובים מאוד הם למשל קישורים מאוניברסיטאות, ויקיפדיה, אתרי חדשות ובעצם כל האתרים המדורגים גבוה במנועי החיפוש במילות מפתח פופולאריות.
- קישור שיוצא מדף שבו אין הרבה קישורים יהיה טוב יותר מקישור היוצא מדף רווי קישורים.
- קישור היוצא מתוך טקסט יהיה טוב יותר מקישור היוצא מ'דף קישורים'.
- ככל שקישור יוצא ממקום גבוה יותר בדף האינטרנט, כך הוא יהיה איכותי יותר. כלומר רצוי לקבל קישור מהפסקה הראשונה של העמוד ולא מהפסקה האחרונה.
- כדאי ומומלץ לקבל קישור מדף אינטרנט מאונדקס.
- ככול שה-PR\* של הדף ממנו יוצא הקישור אל אתרך גבוה יותר כך הקישור יחשב לטוב יותר.

Page rank = PR\*, פייג' ראנק זהו הציון שגוגל נותן לכל דף אינטרנט בהתאם לכמות ואיכות

הקישורים הנכנסים אליו. זהו הכפתור שבאמצעותו ניתן לראות את דירוג איכות הקישורים: 

אפשר להוריד את האייקון ביחד עם סרגל הכלים של גוגל.

אז מה למדנו?

- חשיבותם של קישורים
- כיצד נדע מה הם קישורים טובים ומה מהם קישורים פחות טובים
- כיצד גוגל מדרג אתרים בהתאם לקישורים



## שלב שישי: תחזוקה שוטפת של האתר

לאחר שעמלנו וביצענו אופטימיזציה לאתר, בדקנו את המבנה של הדף ואת ההיררכיה באתר, לאחר שבדקנו את מילות המפתח ועשינו הכול, העבודה לא הסתיימה וכאן מגיעה העבודה הקשה ביותר של הקידום.

האתר צריך תמיד להתחדש, תמיד להיות דינמי ומעודכן, גוגל בראש ובראשונה אוהבת אתרים שיש להם מה לחדש ושהם לא נמצאים שנים עם אותו התוכן.

לכן, ככלל מאוד חשוב לעדכן את האתר.

יש בעלי אתרים שאומרים לי ובצדק שאתר האינטרנט שלהם הוא אתר תדמיתי בלבד ושאינן להם צורך ביותר מ 5 דפים, זה נכון, אך יחד עם זאת אני מאמינה שלכל בעל מקצוע יש מה לחדש ולהעשיר את הגולש שלו ולמה כוונתי:

אם אנחנו מדברים על רופא שיניים, יש לו אתר תדמיתי שמסביר את הטיפולים השונים שהוא נותן וכמובן חוות דעת והמלצות.

אני ממליצה לשים גם קטגוריה של מאמרים שבקטגוריה זאת ישים רופא השיניים מאמרים מקצועיים על רפואת השיניים, מאמרים על טיפולים חדשנים שיצאו, שאלות ותשובות נפוצות. הכוונה היא כל הזמן לעדכן את האתר.

בנוסף, יש צורך חשוב ליצור קישורים נכנסים לאתר – קישורים רלוונטיים מדפים רלוונטיים לתחום המקצוע שלכם.

## טיפים לבעל האתר

### בחירת שם דומיין (שם מתחם)

בחירת דומיין היא משימה לא קלה ויש לעשות אותה במחשבה, במטרה לעזור לך לבחור את הדומיין הטוב ביותר עבור אתרך, להלן מספר טיפים:

- **שפת האתר** – אם שפת האתר שלך היא עברית, כדאי לבחור סיומת של co.il, אם האתר שלך באנגלית ואת/ה פונה לשוק הבינלאומי, הסיומת המומלצת היא כמובן com. אם את/ה פונה לקהל יעד הדובר רוסית אז כדאי לבחור בסיומת ru. אם האתר שלך הוא ארגון ללא מטרות רווח אז הסיומת תהיה org וכן הלאה.
- **קהל יעד** – כדאי מאוד לבנות אתר ייחודי לכול קהל יעד. כלומר לא מומלץ שאתר אחד יכיל גם דפים באנגלית וגם דפים בעברית.
- **בחירת השם** – לאתר תדמיתי כדאי לבחור שם מתחם שכולל את שם החברה, לאתר שנועד לשוק הבינלאומי, כדאי לרכוש דומיין הכולל את מילת המפתח.

- **בדיקת זמינותו של הדומיין** – אם כבר בחרת דומיין, זה מצוין, אבל את/ה חייב/ת לבדוק שהוא לא תפוס על ידי מישהו אחר. כדי לבדוק זאת, אפשר להיכנס לאתרי אינטרנט של חברות המוכרות דומיינים. כמעט כל חברה שמוכרת דומיין מאפשרת לגולש לבדוק את זמינותו. יש חברות שגם מציינות מי רכש את הדומיין ומתי תוקף הבעלות מסתיים. אם תפסו לך דומיין שחשוב לך, אז אפשר לנסות את השם עם סיומות שונות, למשל במקום net, co.il, Info או Biz.
- **דומיין עברי** – בשנים האחרונות אפשר לרכוש דומיין עברי, יש לציין כי דומיין זה יהיה יעיל לקידום מילת המפתח הנמצאת בדומיין העברי. כלומר, אם רכשת דומיין "לחם", כי את/ה מוכר/ת לחם, אז יהיה קל לקדם את האתר במילת המפתח "לחם", אבל לא תהיה לכך השפעה מקלה על קידום מילים רלוונטיות אחרות כגון "לחם לבן", "קניית לחם" או "לחם עד הבית".

## אז מה למדנו?

- יש חשיבות לבחירה נכונה של שם מתחם (דומיין)
- חשוב להתאים את הדומיין לקהל היעד שלך
- יש להתאים את הדומיין לשפת קהל היעד שלך בעזרת הסיומת הנכונה
- לא מומלץ להעמיס על אתר שתי שפות
- מה הם התנאים בהם כדאי לרכוש דומיין בעברית

## שיווק באינטרנט על-ידי רשתות חברתיות

קידום אתרים הוא חלק משיווק באינטרנט, אך שיווק באינטרנט הוא נושא רחב ומכיל מגוון אפשרויות בלתי נגמרות, אחת מהם זה השיווק ברשתות חברתיות.

החלטתי לכלול את נושא זה במדריך כיוון שחשוב מאוד כיום להיות באינטרנט כמעט בכל מקום, זאת משום שכאשר אנחנו מקדמים בגוגל אנחנו פונים לקבל המחפש בגוגל ונמדד בלמעלה מ-92% מהגולשים באינטרנט, אך ישנם כאלה שלא מחפשים בגוגל או מחפשים בגוגל אך לא הגיעו אלינו אלא הגיעו אל המתחרים שלנו ולכן כאן יש את הרשתות החברתיות כדוגמת: פייסבוק, טוויטר, מקושרים, קפה דה מרקר ועוד רבים אחרים.

לכל אתר יש קהל יעד ולפי קהל היעד המפולח ע"פי גיל ומין, כדאי ורצוי לבחור את הרשת החברתית המתאימה ולהיות פעיל ברשת.

חשוב מאוד באינטרנט להיות נוכח וקיים בעידן בו הרשתות החברתיות תפסו מקום מכובד אצל כולנו ולנו, כבעלי אתרים כדאי לנצל זאת.



חשוב מאוד – לא להציף את הגולשים ברשתות חברתיות בהודעות ופרסומות. אלא, להבין שישנה עדיפות למי שמעביר ערך כלשהו לגולש. כאשר תעבירו לגולש ברשת החברתית ערך חשוב הוא יזכור אתכם ויש סיכוי גבוה מאוד שירכוש את המוצר שלכם.

תזכרו אנשים לא אוהבים שמציפים אותם או שמוכרים להם.

המטרה ברשת החברתית היא ליצור אמון עם קהל המבקרים שלך ובאמצעות האמון הזה הם ירכשו בעתיד את מוצריך.

## וידאו

אנו עדים לכך שהגולש רוצה לראות דברים שמעניינים אותו, הגולש משתעמם מהר ולכן הוידאו בא לתת עניין וצבע אחר באתר.

במקום רק תוכן כתוב יהיה נחמד ומוסיף לתת גם תוכן באמצעות וידאו, אתם יכולים לצלם את עצמכם או לשים כתבות שלכם השקשורות אליכם באתר ובעצם בכך לעניין את הגולש שלכם להישאר באתר שלכם עוד מס שניות.

אני מחזקת ותומכת בכל בעל אתר שמעוניין לשים וידאו באתר, במיוחד בדף הבית (אך לא כתחליף לתוכן כתוב אלא בנוסף), תכני הוידאו מביאים לשהייה ממושכת באתר – דבר הגורם לגוגל להבין שיש התעניינות באתר שלכם ושאותו גולש נכנס ולא יוצא מיד, מה שנקרא 'מדד זמן נטישה'.

## פרסום באמצעות גוגל

פרסום ממומן באמצעות גוגל אדוורדס הינו כלי מצוין לבעלי אתרים להיות בעמוד הראשון במילות המפתח הרלוונטיות, גוגל מעמיד לרשות בעלי האתרים את האפשרות לקנות מיקום בעמוד הראשון.

על מנת לשלם על קליק עלות מינימלית ולהיות במיקומים טובים נדרש מבעל האתר לבנות קמפיין ולבצע בו אופטימיזציה.

הנוסחה היא פשוטה – בחירת מילות מפתח, לאחר מכן כתיבת מודעות שיש בהם את מילות המפתח ולהפנות את מקליקי המודעה לדף נחיתה המכיל את מילות המפתח או מילות מפתח קשורות – כל זאת מביא את גוגל להבין שיש קשר בין מילות המפתח למודעה ולדף הנחיתה וגורם לו לתת ציון איכות למודעה, ככל שציון האיכות גבוה כך גם המודעה תקבל מיקום גבוה יותר ועלות נמוכה לכל קליק.

במידה ולא תבצע אופטימיזציה טובה, בעל הקמפיין יוכל להיות במיקומים הראשונים אך ישלם יותר על כל קליק. ישנם מקרים בהם האופטימיזציה גרועה כך גוגל לא מראה כלל את המודעות אשר קיבלו ציון איכות נמוך.



מדריך זה בא במטרה לעזור לך לקדם את האתר בעצמך בגוגל, תמיד יש מה ללמוד והדברים מתחדשים כל העת, לכן חשוב מאוד לקרוא, להתעדכן ולהבין מה התחדש.

את הבסיס קיבלת במדריך, **במידה ותרצה בעתיד להשתמש בשרותי קידום אתרים מקצועי אני אשמח לעמוד לשרותך.**

**אם את/ה מתעניין/ת קורס קידום אתרים אישי – אני כאן בשבילך !**

**את/ה מוזמן/ת לפנות אליי בכל שאלה :**

**שרון דידי**

**טלפון קווי: 077-7003120**

**טלפון נייד: 052-7511555**

**דוא"ל: [Sharon@live-seo.co.il](mailto:Sharon@live-seo.co.il)**

**אתר הבית: [www.live-seo.co.il](http://www.live-seo.co.il)**

**בברכת יום טוב**

**שרון דידי**