

КАКВО Е PPC РЕКЛАМА?



01

Топ 5 изпитани начина да подобрите блога си



03

Първото българско онлайн списание

ИНДЕКС

Октомври 2012 - Брой 2

За SEO оптимизация и маркетинг

05

НЯКОИ ОТ ДОКАЗАНО ПЕЧЕЛИВШИТЕ SEO тактики при направата на нов сайт



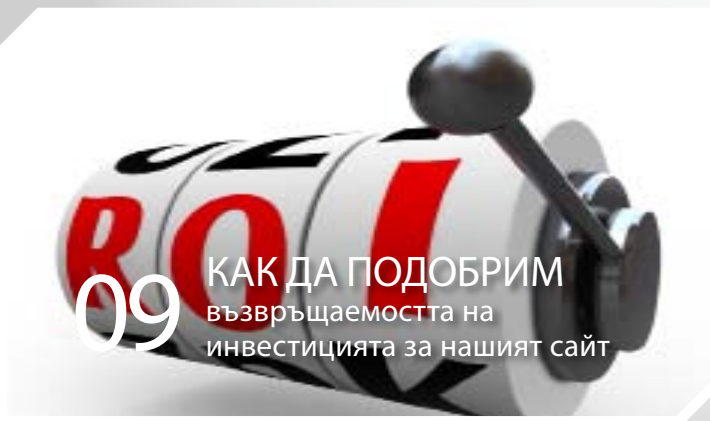
07

ТОП 10 SEO приложения за 2012



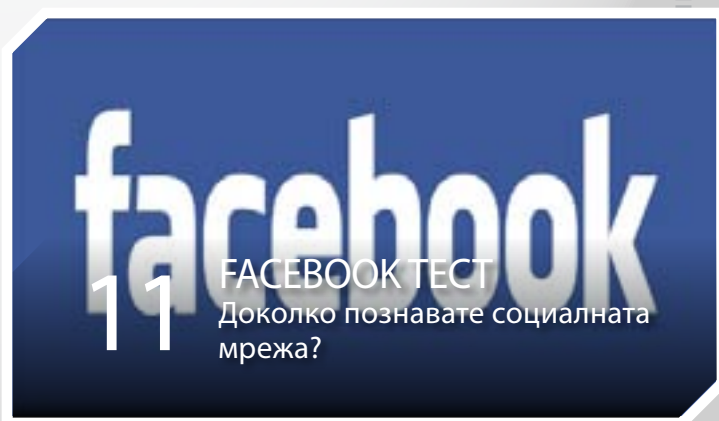
09

КАК ДА ПОДОБРИМ възвръщаемостта на инвестицията за нашият сайт



11

FACEBOOK ТЕСТ Доколко познавате социалната мрежа?



ИНДЕКС

ВЪВЕДЕНИЕ

ИНДЕКС е първото българско онлайн списание за SEO и маркетинг. Целта на това списание е да помогне на начинаещите в тази сфера да се научат да оптимизират сайтове правилно и на професионалистите да се развиват.

SEO и онлайн маркетинга вървят ръка за ръка. В ИНДЕКС ще разглеждаме теми свързани не само с пряката оптимизация на сайтове, но и такива свързани със социалните мрежи, различните платформи за онлайн реклама като Google Adwords, Microsoft Advertising и други.

Оптимизацията на сайтове за повечето хора е нещо сложно, а да се намери правилна информация по темата е трудно. Това е нещо, което може да бъде както много полезно, така и много вредно, ако не се направи както трябва. Надяваме се, че в редовете на ИНДЕКС, всички ще намерят отговори на своите въпроси.

Това списание е реалност благодарение на експертите от SEO Пал ООД. От всички нас - приятно четене! <http://seopal.bg>

СЪДЪРЖАНИЕ

Какво е PPC реклама?.....01-02

Топ 5 изпитани начина.....03-04
да подобрите блога си

Някои от доказано печелившите SEO05-06
тактики при направата на нов сайт

Топ 10.....07-08
SEO приложения за 2012

Как да подобрим.....09-10
възвръщаемостта на инвестицията за нашият сайт

Facebook тест.....11-12
Доколко познавате социалната мрежа?

Google Analytics.....13-14
за начинаещи

12 термина от речника на.....15-16
SEO специалиста

Александър Вълчев

Атанас Вълчев

Борис Джингаров

Василена Трендафилова

Веселина Джингарова

Катина Герджикова

Любен Георгиев

Пейо Пеев

Христина Добринска



13

GOOGLE ANALYTICS

За начинаещи



15

12 ТЕРМИНА ОТ РЕЧНИКА
на SEO специалиста



17

FACEBOOK ТЕСТ
Отговори и резултати



19

КАК ДА НАПРАВИМ ПЕРФЕКТНА
целева страница



Какво е PPC реклама?



Един от най-разпространените начини за интернет реклама днес е така наречената PPC (Pay Per Click) реклама или в буквален превод от английски „плащане за клик“. Най-често PPC рекламите се появяват в дясната част на страницата или над първите резултати, които вижда потребителят след приключване на търсенето си в дадена търсачка. Едно от най-големите предимства на този вид реклама е че рекламодателят плаща само за действителни кликове на рекламата си, а не за това колко пъти е показана. Всеки рекламодател залага определена сума пари, която плаща за всеки клик на рекламата си. Съобразно тази сума търсачките определят позицията на вашата PPC рекламата, като обикновено най-високата сума заложена за

ключова дума или фраза класира зададения сайт на първо място. Естествено, не при всички търсещи машини е така. Ако говорим за PPC в Google трябва да знаете, че за да се класира рекламата Ви на първо място се отчитат и редица други фактори като описание на рекламата, процента кликания, ключови думи и др. И все пак, въпреки многото си изиквания Google AdWords заема челно място по успеваемост, като по официални данни с рекламата си в Google можете да достигнете до почти 80% от интернет потребителите. Ако вашата PPC рекламна кампания е създадена внимателно, ефективно управлявана и оптимизирана, може да Ви донесе огромен таргетиран трафик, което разбира се ще доведе до увеличаване на продажбите Ви и възвращаемост на вложените средства (ROI или

Return On Investment).

Предимства на PPC рекламата:

- Сами определяте както дневния, така и месечният си бюджет
- Плащате само когато потребител кликне на вашата реклама
- Имате възможността да избирате къде да се показва рекламата Ви (области, градове, географски райони)
- Можете да промените бюджета и да коригирате рекламата си по всяко време
- Имате възможността да създадете реклама, която е тясно насочена само към потенциални ваши клиенти
- Получавате бързи резултати и таргетиран трафик

Съвети за начинаещи:

Поставете ясни цели за кампанията си:

Определете ясно целите, които искате да постигнете с вашата PPC рекламна кампания. За да е успешна вашата реклама е нужно да отделите доста време и да я планирате внимателно. Определете дали искате потребителите да купят ваш продукт или услуга или да извършат друго действие (напр. да попълнят формата за контакти).

Определете геолокацията за вашата реклама:

Определете точно за кой район или райони искате да рекламирате. В крайна сметка ако услугите, които предлагате

са достъпни само на територията на дадена държава или град няма смисъл да привличате хора от други геолокации. Запомнете, че плащате за клик - важно е рекламата Ви да е тясно насочена, към определени клиенти.

Проучете конкуренцията си:

Отделете достатъчно време да разбете кои са вашите конкуренти, дали използват този вид реклама и ако да, какви ключови думи и фрази използват.

Подбирайте внимателно ключовите си думи:

Отделете особено внимание на подбора си на ключови думи и фрази. Те трябва да са тясно свързани със съдържанието на сайта Ви и услугите, които предлагате. С внимателно подбрани ключови думи е най-сигурният начин да привлечете повече потребители, които да кликат на рекламата ви, а от там и повече потенциални ваши клиенти.

Обърнете особено внимание на рекламния си текст:

Добра практика е да предизвикате потребителя към действие. Думи като „купете сега“, „обадете се“ имат по-голям шанс да накарат потребителя да посети сайта Ви и да обърне внимание на предлаганите от вас услуги. Ако продавате определен продукт е добра идея да включите цената в рекламата си. По-вероятно е потенциален ваш клиент да посети сайта Ви и да купи продуктът ви, ако знае точно каква цена ще заплати

за него. Включете ключови думи в заглавието си, като не забравяйте те да са тясно свързани със съдържанието на вашата реклама.

Освен че PPC рекламата Ви предлага доста възможности да създадете перфектната реклама за вашият бизнес, най-важният фактор за успеваемостта й днес са бързите и качествени резултати, които дава. Ако вече сте се убедили в предимствата на PPC рекламирането, но нямате достатъчно време, което да отделите за създаването на рекламна кампания, може да потърсите услугите на фирми, които са сертифицирани да се занимават с този вид реклама. По този начин не само ще спестите вашето време и усилия, но и ще получите експертно мнение и напътствия за успешната Ви рекламна кампания.



Василена Трендафилова

E-mail: v.trendafilova@seopal.bg

<http://seopal.bg>

ТОП 5 ИЗПИТАНИ НАЧИНА ДА ПОДОБРИТЕ БЛОГА СИ

Блогинга е толкова разнообразен в приложенията си, колкото и фотографията. Може би използвате блога си, за да информирате дадена общност за нещо или просто се пробвате като писател. Ако искате да надскочите всичко това, ще трябва да предприемете някои стъпки за подобряване на блога си. Ще наблегна на това как трябва да помислите за целта, дизайна, съдържанието на блога, промотирането и бизнес аспекта.

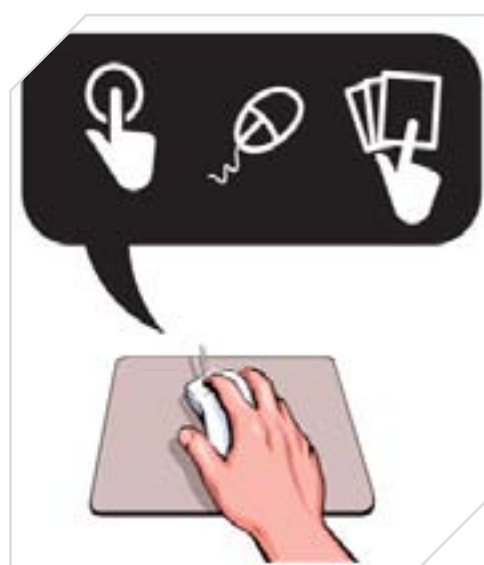
източник на информация за НПО-та, за фотографии или други, то тогава публикувайте достатъчно актуални новини, за да държите това общество информирано. Никога, ама никога не пишете „Извинявам се, че скоро не съм публикувал...“! Погрижете се да има оригинални теми, блог тип „copy-paste“ няма да Ви изстреля на желаното ниво. Ангажирайте се с аудиторията в карето за коментари, в техните блогове или социални мрежи.

Определете целта и аудиторията си

Не е фатално, ако не сте сигурни какво целите, но ако искате да бъдете възприемани сериозно, обърнете внимание на следните фактори. Ако имате блог за забавление или новинарски блог, разграничете ги много ясно. Бизнес блог пък трябва да се отличава със статистики и изграждане на читателска аудитория, на която се предоставя уникална информация. Ако блога Ви е основен

Помислете за дизайна

Дизайнерските елементи на блога променят начина, по който хората възприемат вашата работа, както могат и да подобрят потенциалните Ви бизнес възможности. Сдобийте се с уникално URL. Срещу 10\$ годишно, например, можете да получите хостван и работещ WordPress блог от Bloghost.me. Обмислете използването на професионална персонализирана



WordPress тема и до колко дизайна на блога и оформлението му са добре конфигурирани за SEO. Изчистете всички излишни „джаджи“, обърнете внимание на шрифтовете, цветовете и стила. Рекламите не трябва да „задушават“ читателите. Съобразете графиките, които ползвате на сайта си с това, за което пишете.

Съдържанието

Нарастването на качественте публикации не става с магическа пръчица. При

четене на публикацията на ум ще откриете излишните думи - премахнете ги, нека текстът е със стегнато съдържание и основната гледна точка да е ясна, особено при новинарски блог. Линквайте към подходящи източници на информация според темата. Добре е дължината на публикациите да варира. Намерете информация, която да е по-обширна от тази, която конкурентите Ви покриват. Направете си график и напишете няколко поста повече за резерва, но не преповтаряйте

ежемесечно едни и същи теми. Заглавията могат да привлекат повече посещения, както и да информират какво ни предстои да научим. Препоръчително е да се въздържате от мнения в стил „аз също“, покажете вашата позиция. Видео, аудио или мултимедия могат да имат положителен ефект и да Ви докарат нова аудитория.

Промотирането на блога

Никой не обича самохвалякци, но все пак... Използвайте плъгини като AddThis, Share, Like

бутон. Дайте опция на читателите да се абонират за вашия блог и да получават новини на имейл. Ако сте решили да промотирате блога си чрез Twitter например, не забравяйте да го направите с вкус - вместо само да спамите с линкове в потока, задайте въпрос, публикувайте коментар. Добавете сайта си в списъците на Yahoo!, Google, DMOZ, Technorati.com. Напишете статия, която си заслужава да бъде запазена в любими.

Блогът - начин за развиване на бизнес

Може би се опитвате да правите реклами или партньорски маркетинг. Публикувайте образователни, информативни и насърчаващи статии и видеа и поработете върху съдържанието им, така че да постигнете желания краен резултат - продажба. Уверете се също, че формата за контакти е лесно достъпна, използвайте истинските си имена и снимка. И запомнете, дори ако основната цел на блога Ви е да продава, бъдете човечни и интересни.

Всички блогваме по различни причини и една мярка може да не пасва на всеки. Но за тези от вас, които искат блогът им да бъде авторитетен, с професионално присъствие в интернет, се надявам, че тези насоки са били полезни.



Веселина Джингарова

E-mail: v.dzhingarova@seopal.bg

<http://seopal.bg>

Както всички виждаме, в последно време има много промени, които засягат пряко SEO подходите. Въпреки това, някои от основните си остават в сила, а именно използването на добро съдържание за сайта и правилното му оптимизиране. Тук вече идва момента да поговорим за оптимизацията по и извън сайта (т.нар. On и Off - Page SEO).

Съвети за оптимизация по сайта (On-Page)

Когато става въпрос за SEO оптимизация, първото нещо, за което трябва да говорим е оптимизирането на самия сайт. Това е началото на процеса по популяризирането му и е важно да приоритизирате нещата, които ще правите - добре построен сайт е ключ към успеха.

Някои от доказано печелившите SEO тактики при направата на нов сайт

Целете се да публикувате добро (значимо) съдържание.

В днешно време е лесно да си направим сайт, а още по-лесно да го напълним със съдържание. За целта много хора използват софтуер, с който автоматично генерират тематично съдържание или използват вече съществуващото от други сайтове - това естествено е грешно. Ако искате сайтът Ви да бъде успешен, то препоръчително е да използвате съдържание, което не би било разпознато като нискокачествено или спам. Дайте възможност на посетителите на сайта

да четат интересни и информативни статии и постове (полезни съвети, Как да..., Най-добрите...и т.н.). Друго важно нещо е да не забравяте да обновявате съдържанието на сайта редовно, добавяйки ново.

Помнете, че успехът не идва за едно денонощие! Обикновено има много други сайтове, предлагащи съдържание подобно на Вашето. С използването на добро съдържание ще увеличите многократно шансът човек попаднал на вашият сайт да го хареса, да се върне пак и да го препоръча на приятели/колеги.

Избирайте ключовите думи внимателно

Когато сте наясно каква е основната тема на Вашия сайт направете внимателно проучване на ключовите думи. Правилните ключови думи ще ви осигурят първите места в търсачките (това е основна част от всяка SEO кампания). Това, с което трябва да започнете е проверка на конкурентността на думите, които сте избрали. Колко по-конкурентна е една дума, толкова по-трудно ще бъде да се впишете в първите резултати. Може да използвате много различни програми за да проверите приблизително конкуренцията (Seomoz keyword difficulty tool напр.).

Други неща, които не трябва да забравяте.

- Използвайте ключовите си думи в заглавията.
- Бъдете сигурни, че имате ключовата си дума няколко пъти в статията или поста.
- Правете връзки (линкове) към други страници със сходно съдържание.
- Използвайте ключовата дума в снимки

Каква е ролята на заглавието?



Пейо Пеев

E-mail: peyo.peev@seopal.bg
<http://seopal.bg>

Освен, че е добре да използвате ключовите си думи в заглавията, добре е и да се целите към атрактивността на заглавието, която може би е от най-важните фактори когато говорим за оптимизация по сайта. Не може да се отрече, че използването на атрактивни заглавия, привлича вниманието на читателят. Когато направите заглавието да звучи уникално (до колкото е възможно) и успеете да впишете комбинации с ключовите думи, така че да изглежда естествено, тогава сте постигнали оптималният ефект.

Линкване

Не си мислете, че линкването (правене на връзки) към други сайтове със сходно съдържание е нещо лошо. Покажете уважение към другите в тази ниша и обикновено получавате същото в замяна. Но правейки така, бъдете сигурни, че връзки са към авторитетни сайтове, които вече са спечелили статут на добри. По този начин потребителите ще гледат на Вашия сайт като място където могат да намерят само качествено съдържание.

Съвети за оптимизация извън сайта (Off-page)

Името (адресът) на Вашия сайт

Може би, това не е най-важната практика, но определено е препоръчителна и най-важното - действа. Ако все още нямате сайт или сте решили да си правите нов, то е добре да се насочите към имена (domain names), които съдържат ключови думи от вашия бизнес. Това може да е малкото, което Ви липсва, за да постигнете подобрението в позициите, което търсите.

Беклинкове (връзките от други сайтове, които сочат към вашият)

В момента има много различни търсачки, но алгоритмите на повечето определят един сайт по следните критерии - адрес/име (domain name), качество на съдържанието, ключови думи и връзки (линкове) сочещи към него. За пример, Google е една от търсачките, които оценяват беклинковете, но правенето на произволни връзки към сайта Ви няма да свърши добра работа. Кагато става въпрос за избиране на сайтове, от които да получите линкове към Вашия, има няколко фактора, по които може да избирате:

- Избирайте само авторитетни сайтове (проверявайте Domain Authority, Page Rank, броя на активните посетители и др.)
- Избягвайте закупуването на множество нискокачествени беклинкове. Най-често изходът от това е, че сайтът Ви ще бъде премахнат напълно от търсачката, в която се опитвате да се позиционирате.
- Guest posting (с други думи публикуването на ваше съдържание на друг сайт с връзка сочеща към вашият), това е един от изпитаните методи с помощта, на който може да изградите качествени връзки към сайта си (в повечето случаи само на цената на една добре написана статия свързана с тематиката на страницата, към която ще сочи)

Социалните мрежи също са нещо, което не трябва да забравяте

Въпреки, че някои специалисти спорят по въпроса, според нас, споменаванията по социални мрежи са от голямо значение. Не само, че това са ранкинг сигнали към вашия сайт, но и помагат за успешното реализиране на бизнеса Ви онлайн. Социалните медии в интернет Ви предлагат прекрасна възможност да разпространите името на Вашата компания. Това е възможност да съберете последователи, да постройте една авторитетна общност, да затвърдите Вашето фирмено име и да увеличите обсега на Вашия сайт.

Хората обичат да гледат видео и снимки.

Това не всеки път е най-лесното нещо, с което можете да се захванете, но не бива да изпускате възможностите, които ви предлагат. Повечето читатели с удоволствие биха разгледали графика или видео, които представят вашият продукт/услуга. При успех, резултатът може да е добро увеличение в трафика на сайта.



Топ 10

SEO приложения за 2012

Обяснено по възможно най-краткия и лесен за разбиране начин, SEO е процесът, при който уеб сайтовете се оптимизират, за да може да се класират на възможно най-предни позиции при въвеждане на близки по ниша ключови думи в търсачките. То е необходимо, за да се увеличи видимостта и посещаемостта на даден сайт, което от своя страна ще привлече дори повече уникални посетители и продажби.

Има няколко SEO приложения, които са достъпни в мрежата. По-долу са изброени топ 10 SEO приложения за 2012г. Те са създадени с различна цел, но имат и една обща и това е оптимизация.

1. Google Webmaster Tools

Това е онлайн услуга, която осигурява подробен репорт, изготвен чрез архивите на Google, като индексирани, въведени запитвания водещи към сайта, неработещи линкове и други важни неща, които помагат на уеб мастърите да увеличат видимостта на сайтовете си.

2. Google Analytics

Това SEO приложение „наблюдава“ и анализира сайтовете и тяхната активност, дава Ви практическа информация за различни канали, както и възможността да измервате влиянието на социалните мрежи върху сайта Ви. Google Analytics Ви помага да видите кои Ваши действия относно оптимизацията на Вашия уеб сайт дават резултат и кои не.

3. Addme.com

Това приложение добавя уеб сайтовете към 20 подбрани търсачки, което значително ще подобри видимостта и посещаемостта на Вашия уеб сайт.

4. SEO за Firefox

Това приложение събира данни за всяка страница, както и детайлна информация за въвежданите търсения в търсачките. Дори може да си направите/експортнете репорт в CSV формат информацията от страниците с резултатите от търсенията (SERP).

5. SEO Quake

Това приложение служи основно за анализ на конкуренцията при анализирането на топ резултатите за дадена ключова дума. Показваните данни са от критично значение за това колко лесно или трудно даден уеб сайт ще се класира за същата ключова дума. В показваните данни се включва : Google Page Rank, индексирани страници в Google, Bing & Yahoo, Domain Name Age и много други.

6. Yahoo Y Slow

YSlow анализира уеб страниците, включително и информацията предоставена на тях и предлага начини да се подобрят техните характеристики и да се повиши скоростта, както и инструменти за анализиране на скоростта като Smush.it и jSLint.

7. Social-mention

Това приложение търси в блогове и форуми, социални мрежи, сайтове за въпроси и отговори, за да открие съдържание свързано с ключовите думи, които сте въвели в търсачката.

8. Search Engine Positions Monitoring

Оказва помощ при проследяването на обратните връзки (backlinks), водещи към Вашия уеб сайт, класирането на ключовите думи и детайлите при промяна в позиционирането в търсачките.

9. Website Grater

Това е аболотно безплатно приложение, което дава възможност да се проследи позиционирането на даден сайт в търсачките в сравнение с други конкурентни сайтове. Работата с това приложение е изключително лесна - просто се въвежда адресът на сайта, ключови думи, няколко конкурентни сайта и email, и ще получите репорт до няколко минути.

10. Google Page Rank Checker

Това е безплатно приложение предоставено ни от Google за проверка на Page Rank-а на даден уеб сайт.

Катина Герджикова

E-mail: katina.gerdzhikova@seopal.bg

<http://seopal.bg>

Как да подобрим

възвръщаемостта на инвестицията за нашият сайт

Подобряването на възвръщаемостта на инвестицията е ключов момент за всяка компания. Това е измерване, което помага за приблизителното намиране на метрики за успеха на Вашата компания, които изискват доста работа за определен период от време. Това е връзка между цялата инвестиция, която сте направили и размера на печалбата от интернет маркетинговата Ви кампания. Възвръщаемостта на инвестицията или ROI (Return On Investment) е вид измерване, което оценява ефективността на компанията и сравнява ефективността на такава инвестиция с предишна в период от време. Когато дадена компания не получава подходяща възвръщаемост на инвестицията си, която е очаквала, тогава има няколко неща, които трябва да бъдат променени за подобряване на резултатите.

Има няколко прости метода за калкулирането на възвръщаемостта на инвестицията. Такава калкулация съдържа няколко вариации. В първият вариант всичко, което трябва да направите е да калкулирате цялостната цена на рекламата, която включва всеки разход свързан с тази рекламна кампания. И на второ място трябва да калкулирате нетната печалба на рекламната кампания. И така нетната печалба от тази кампания се разделя на цялостният размер на инвестицията. Накрая резултата се изразява като проценти или съотношение.

Един от ключовите моменти във всяка кампания за възвръщаемост на инвестицията е да се следи дневно, седмично или и по двата начина. Това се оказва доста ефективен начин за следене на кампанията и води до подобряването на цялостната кампания. Няколко от приоритетите при този вид следене на кампанията Ви са, че помага да следенето на всички бързи подобрения на Вашата кампания и Ви позволява да предприемте действия, които да доведат до още по-добри резултати. Също така може да разберете дали не инвестирате напразно в грешен проект и по този начин да губите пари дневно или седмично в грешна реклама.

Има два важни аспекта, когато става въпрос за подобряването на Вашата кампания за възвръщаемост на инвестицията. Първият, разбира се, е извършването на професионална оптимизация на Вашият сайт, като по

този начин, ще се подобри видимостта и цялостното позициониране на сайта Ви в търсачките. Вторият аспект е професионално оптимизиране на процента на реализация за Вашият сайт или така нареченият - Website Conversion Rate.

Когато оптимизирането на Вашият сайт е направено както трябва, тогава това работи като ефективен маркетингов инструмент, който ще подобри възвръщаемост на инвестицията Ви. Също така веднага ще забележите подобрение на сайта Ви в търсачките и неговата позиция там. По този начин разширявате видимостта на Вашата фирмена страница за определен период от време. Когато се увеличи процента на реализация на един сайта, това ще доведе до максимум брой следи за продажби на таргетираният трафик.

Използването и подобряването на сайта ни с помощта на SEO и SEM услуги е неизменна част от днешният бързо развиващ се интернет бизнес. Разбирането за това как е необходимо да се използват за Вашата възвръщаемост на инвестицията е момент, който всяка компания, независимо от малак, среден или голям мащаб, не бива да подминава лесно, ако иска да има успешни кампании спрямо направените инвестиции.

Александър Вълчев

E-mail: alexander.valchev@seopal.bg

<http://seopal.bg>

FACEBOOK тест

Доколко познавате социалната мрежа?

Facebook е най-популярната социална мрежа с почти един милиард потребители. Това го прави идеалното място за промотиране, защото с правилните познания, всеки един би могъл да привлече огромна аудитория. Изключително важен факт е, че търсачките дават голяма стойност на линкове, които идват от утвърдени социални мрежи. Това от своя страна допринася за по-доброто изпълнение на една SEO кампания. Още един факт е, че когато сте влезли в своя Facebook профил и през това време търсите в Google, се включва приложението „персонализирано търсене, което показва резултати, които вашите приятели от Facebook са споделили по същата тема.

Тествайте своите познания за Facebook, за да разберете дали успявате да го използвате пълноценно.

1. Колко често е добре да публикувате в Facebook?

- а) Веднъж на ден е напълно достатъчно.
- б) Публикуването 2-3 пъти дневно е достатъчно, за да се поддържа здрава връзка с потребителите.
- в) За да се изгради добра връзка с потребителите във Facebook е нужно да се публикува не по-малко от 10-15 пъти на ден.

2. Кога е най-подходящото време да публикувате на Facebook страницата си?

- а) Най-подходящо е да се публикува между 11 часа и 17 часа, защото тогава потребителите са най-активни.
- б) Няма значение по кое време на денонощието се публикува, защото винаги има потребители, които са онлайн.
- в) Не може да се определи кое е най-подходящото време за публикуване, защото това е индивидуално за всеки един потребител.

3. Какво всъщност означава броя на потребителите, които „Говорят за това“ във Facebook?

- а) Това е броят на хората, които са коментирали дадена публикация от момента на появяването ѝ във Facebook.
- б) Това е максималния брой на „харесванията“ на дадена Facebook страница за последните 7 дни.

- в) Това е максималния брой на хората, които са споделили дадена Facebook страница.

4. Какво означава да си фен във Facebook?

- а) Да си фен във Facebook означава да коментираш нечии публикации всеки ден.
- б) Да си фен означава да натиснеш бутона „Харесвам“ на някоя Facebook бизнес страница, за да проследиш новостите покрай въпросната марка.
- в) Да си фен означава да промотираш дадена бизнес страница пред група от потребители във Facebook.

5. Как да пуснете конкурс или промоция на своята фен страница без да си създадете проблеми с Facebook и техните правила?

- а) Facebook не ограничава по никакъв начин потребителите да пускат свои конкурси или промоции.
- б) Facebook не позволява на потребителите да пускат свои конкурси и промоции.
- в) Facebook има строги правила по отношение на конкурси и промоции, организирани от потребителите, затова се използва „third party“ услуга.

6. Кое от следните твърдения се отнася за бизнес профили във Facebook?

- а) Притежателят на бизнес профил във Facebook има право да менажира рекламни кампании.
- б) Важно предимство е, че бизнес профили могат лесно да бъдат открити в полето за търсене във Facebook.
- в) Притежателите на бизнес профили могат да създават приложения, което подпомага популяризирането на предлагания продукт или услуга.

7. Какъв процент от вашите публикации виждат хората?

- а) 50% от публикациите.
- б) 16% от публикациите.
- в) 37% от публикациите.

8. Колко време на седмица е нормално да отделяте, за да управлявате и поддържате вашата Facebook страница?

- а) Между 4 и 10 часа.
- б) Около 15 часа.
- в) Между 1 и 3 часа.

Google Analytics е най-добрият инструмент, който може да използвате в Интернет пространството за проследяване и анализ на трафика към вашият сайт. Google Analytics е мощен инструмент за мониторинг на всички аспекти на вашият уебсайт трафик от рефералите до активността в търсачките. След извършването на много малко настройки, можете да получите огромно количество полезна информация за това кой посещава вашият сайт, за какво го използва и как е стигнал до него. Необходимо е много малко практика и ще успеете сами да се сдобивате с тази важна информация. Определено много скоро след изучаването на Google Analytics, употребата му ще присъства постоянно във вашият работен процес.

Направете вашият Google Analytics акаунт

Преди да започнете работа с Google Analytics трябва да създадете вашият акаунт през техният уебсайт. След успешна регистрация, те ще Ви предоставят уникален идентификатор, който добавяте към вашият сайт. След това Вие ще имате достъп до информация относно само до вашия уебсайт. Ще имате достъп и до други сайтове, само ако собственика на дадения сайт Ви го предостави. След създаването на Google Analytics акаунта ще имате доостъп до него чрез вашата електронна поща. Необходимо е да предоставите на Google вашия уеб адрес, който бихте желали да анализирате занапред. Препоръчително е да си измислите лесно запомнящ се акаунт на сайта Ви, особено ако ще го използвате за множество от сайтове. По този начин лесно ще ги разграничавате. Следващата необходима настройка е да изберете държавата, за която е създаден сайта Ви. След това избирате съответната часова зона. Например, ако вашият уеб сайт е за България, но голяма част от посетителите са от САЩ е подходящо да изберете тяхната часова зона. Това е така, защото по този начин ще имате по-ясна представа кога през техният ден посетителите предпочитат да използват сайта Ви или ако изберете часовата зона в България ще знаете в кои часове имате по-голяма нужда от персонал.

Поставете Google Analytics JavaScript в страниците си

Трябва да поставите кода, който Ви предоставя Google Analytics към всяка страница, която искате да проследите. Необходимо е да използвате HTML формат на страниците Ви за поставянето на кода. В случай че използвате WordPress ще трябва да отворите footer.php файла, за да поставите кода.

Прегледайте ефективността на сайта

След създаването на акаунта Ви и поставянето на кода Google Analytics може да Ви осигури графики, които ще Ви дадат обща представа за характеристиката на сайта Ви. Понякога е възможно на Google да му отнеме 24 часа, за да започне да събира информация от сайта Ви. За да проверите ефективността на сайта трябва да влезнете във вашият акаунт. В центъра на страницата е вашият Уеб сайт профил (Website Profiles), който трябва да прегледате в полето виж репортите (View reports). Най отгоре на страницата има графика, която Ви дава визуално изображение на трафика към вашият сайт през



последния месец. Тази графика Ви дава информация от момента, в който сте поставили кода. Възможно е да промените датите за периода, който Ви показва графиката, ако предпочитате да проследите трафика за по специфичен период. Google Analytics Ви дава възможност да сравните два отделни времеви периода. Под датите има меню за посетителите, което Ви изкарва графика с преглежданията на страниците, колко страници са прегледани на посещение, средно прекарано време в сайта, степента на отпадане или процента нови посещения.



Под тази графика има поле за употреба на сайта (Site Usage). То ще Ви показва информация за различни статистики, отнасящи се до трафика на сайта за избрания период към главната графика.

Виждате какво се случва с вашият сайт всеки ден и час

Google Analytics Ви дава информация за покачването на трафика към вашият сайт през определен период от деня или през определени дни от седмицата.

Това се проверява от меню Посетители (Visitors). Вие може да си изберете дали искате информацията час по час или за всеки ден от седмицата.

От къде идва трафика към моят уебсайт?

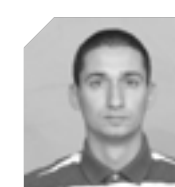
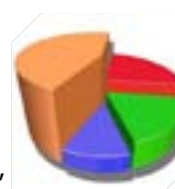
Изключително полезно е, че имате възможност да проследите дали трафика към вашият уебсайт идва от търсачките или други сайтове линкват към вашият. В десният ъгъл на вашето работно табло (Dashboard) ще откриете информация за петте най-посещавани страници от вашият сайт. След като изберете някоя от тях ще може да проследите кои са

основните източници, от които идват посетителите. Имате възможност да проверите съответният брой посетители от всеки един източник поотделно за дадената страница. Следващата опция е да разберете кои от тези посетители са уникални или такива, които не са посещавали досега избраната страница през изследваният от вас период.

Друга преференция е да проверите колко време потребителите дошли от съответният източник прекарват в страницата. Също така имате възможност да видите колко от посетителите стигнали до страницата на сайта Ви го

напускат без да прегледат друга страница от него. Другата възможност от това меню е да видите колко от посетителите дошли до дадената страница са отишли до друг сайт през нея.

Въпреки че в началото при работа с програмата е необходимо да се усвоят някои основни технически умения, използването на Google Analytics се превръща в лесно и приятно занимание с времето. Вие ще получите по добра ориентация за информацията, която искате да извлечете от него. Също така, като се има предвид, че използвате продукт на Google, винаги може да се очакват нови опции и възможности за в бъдеще. Проверявайте за всичко ново свързано с програмата, за да използвате Google Analytics професионално.



Борис Джингаров

E-mail: b.dzhingarov@seopal.bg

GOOGLE ANALYTICS ЗА НАЧИНАЕЩИ

Резултати от теста:

Максимален брой точки - 27

10 и под 10 точки - Новак

от 11 до 16 точки - Напредващ

от 17 до 22 точки - Напреднал

от 23 до 27 точки - Facebook гуру



ОТГОВОРИ на FACEBOOK теста

Въпрос: Какво всъщност означава броя на потребителите, които „Говорят за това“ във Facebook?

Отговор: Това е максималния брой на „харесванията“ на дадена Facebook страница за последните 7 дни.

3 Верен Отговор: Б - 2 точки

Въпрос: Колко често е добре да публикувате в Facebook?

Отговор: Публикуването 2-3 пъти дневно е достатъчно, за да се поддържа здрава връзка с потребителите

1 Верен Отговор: Б - 3 точки

Въпрос: Кога е най-подходящото време да публикувате на Facebook страницата си?

Отговор: Не може да се определи кое е най-подходящото време за публикуване, защото това е индивидуално за всеки един потребител.

2 Верен Отговор: В - 3 точки

Въпрос: Какво означава да си фен във Facebook?

Отговор: Да си фен означава да натиснеш бутона „Харесвам“ на някоя Facebook бизнес страница, за да проследиш новостите покрай въпросната марка.

4 Верен Отговор: Б - 1 точка

Въпрос: Как да пуснете конкурс или промоция на своята фен страница без да си създадете проблеми с Facebook и техните правила?

Отговор: Facebook има строги правила по отношение на конкурси и промоции, организирани от потребителите, затова се използва „third party“ услуга.

5 Верен Отговор: В - 5 точки

Въпрос: Кое от следните твърдения се отнася за бизнес профилите във Facebook?

Отговор: Притежателят на бизнес профил във Facebook има право да менажира рекламни кампании.

6 Верен Отговор: А - 4 точки

Въпрос: Какъв процент от вашите публикации виждат хората?

Отговор: 16% от публикациите.

7 Верен Отговор: Б - 6 точки

Въпрос: Колко време на седмица е нормално да отделяте, за да управлявате и поддържате вашата бизнес Facebook страница?

Отговор: Между 4 и 10 часа

8 Верен Отговор: А - 3 точки



Христина Добринска

E-mail: hristina.dobrinska@seopal.bg

<http://seopal.bg>

Как да направим перфектна целева страница?



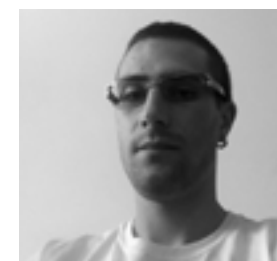
Въпреки, че все още не е измислена точната формула за създаване на целеви страници, има някои практики, които със сигурност ще Ви позволят да извлечете най-добрите резултати. Ето, някои от тях:

- 1. Основно заглавие** - Заглавието на целевата страница е един от най-важните ѝ елементи. То е първото нещо, което посетителят вижда, когато посети страницата и е много важно да бъде написано в стил, който да задържи вниманието му.
- 2. Под-заглавия** - За да бъде успешна целевата страница, трябва да се добавят тематични под-заглавия. За най-добри резултати, всяко под-заглавие трябва да ангажира вниманието на посетителя и да го приканва да научи повече от страницата. Препоръчваме да използвате под-заглавие всеки път когато искате да подчертаете важна информация от съществуващото съдържание.
- 3. Безупречна граматика** - За да може вашата страница да бъде приета с нужното доверие, не трябва да има никакви правописни и граматически грешки.
- 4. Покажете че може да ви се има доверие** - За да може да разграничите сайта си от конкуренцията е добре да добавите знаци, които показват, че вашият сайт е надежден. Някои от тези знаци са признания от клиенти, печати за доверие, сертификати от надеждни партньори (PayPal и др.) или сертификат за сигурност (VeriSign и др.).
- 5. Използвайте силен призив за действие** - Това, което прави една целева страница добра е призива за действие. Нужно е веднага щом посетителят види заглавието на страницата да разбере какво се очаква от него. Добри идеи са „Опитайте нашият продукт СЕГА!“ или „Натиснете тук за повече информация“.

Пример: Компанията разработила популярният браузър Firefox - Mozilla провежда тестове с призивите за действие. За целта компанията сравнява резултатите от 2 различни призива - „Try Firefox 3“ и „Download Now - Free“.

Резултатите показват, че второто послание носи 3,6% повече сваляния (над 500 само през времето, за което е проведен теста).

- 6. Уверете се, че призива за действие и бутоните на сайта са лесно забележими** - Използвайте основната си ключова дума и допълнителен текст като безплатно, ново, купете или свалете сега. За най-добри резултати, съветваме да включите и бутон, позициониран от дясно на призива за действие. Размерът на бутона, цветовете и позицията са също важни - размерът трябва да е голям, бутонът трябва да се забелязва лесно и за това е подходящо използването на по-ярки цветове (като например оранжево и жълто).
- 7. Внимавайте с линковете на всяка страница** - Ако на Вашата целева страница има прекалено много линкове, Вие рискувате да разсеете потребителя и той да отиде в друг сайт или на друга страница, която не ви носи пряка полза (не позволява свалянето/купуването на вашият продукт). Всички линкове на целевата страница трябва да допълват съдържанието и е добре да водят към вътрешни страници.
- 8. Използвайте картинки и видео** - Използването на продуктови снимки, видео ревюта и видео признания от клиенти, често води до повишаване на интереса към самият продукт от страна на посетителя.
- 9. Правилно оформление** - частта от сайта ви, която посетителят може да види без да скролва надолу е мястото, където е добре да позиционирате най-важните елементи, като например призива за действие и бутона. Ако посетителят не може лесно да забележи важните елементи на страницата, вероятността да извърши действие, което ви носи полза намалява.
- 10. Винаги правете тестове** - Следвайки всички тези стъпки със сигурност ще успеете да повишите ангажираността на посетителите на сайта ви, но е много важно да се отбележи, че за да постигнете оптимални резултати трябва да проведете тестове между няколко версии на целевата страница (още познато като A/B testing). В допълнение, може дори да тествате 2 напълно различни дизайна на вашият сайт, за да разберете какво точно се харесва на целевите потребители.



Любен Георгиев

E-mail: lyuben.georgiev@seopal.bg

<http://seopal.bg>

