



7 שיעורים על קידום אתרים

א1:

איך לגרום לגוגל לשלוח יותר גולשים אל האתר שלך

מאת: שי צוברי

<http://iFree.org.il>

עדכון אחרון: 22/02/17

הקדמה

ובה יסופר הרקע למדריך זה ואיך להפיק ממנו את התועלת המרבית.

הי,

תודה שנרשמת לסדרת השיעורים.

רקע קצר:

בתחילת 2014 הוצאתי גרסה מעודכנת לקורס החינמי שלי על בניית אתרים בוורדפרס.

זה: <http://free-course2.ifree.org.il>

הקורס הועבר בצורת קייס-סטאדי (לימוד מקרה).

עברתי עם הצופים בסרטוני הוידאו צעד אחר צעד ובנינו יחד אתר אמיתי שכלל את כל השלבים.

האתר שבנינו יחד בקורס היה באוויר אבל לא הגיעו אליו גולשים.

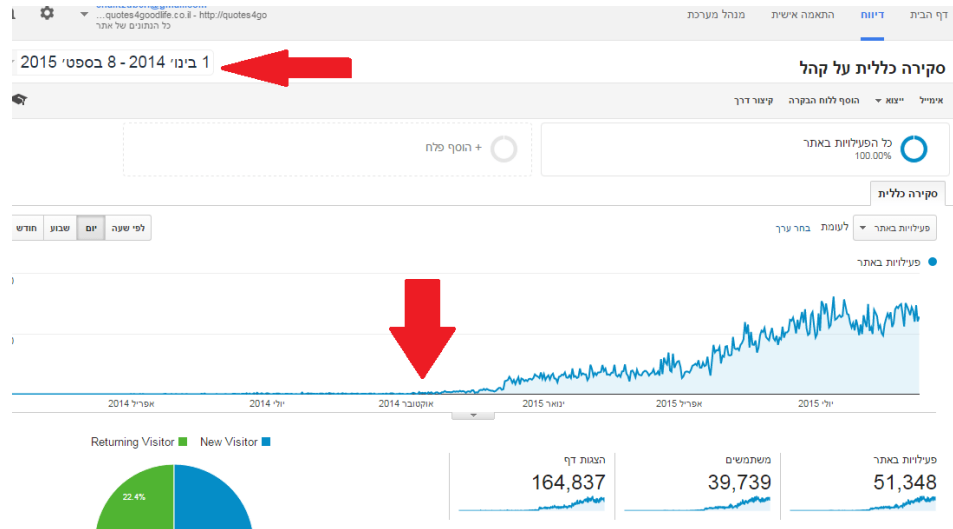
זוהי סיטואציה שכמעט כל מי שבנה פעם אתר עבר דרכה.

היה לי נסיון ב-SEO מאתרים שקידמתי בעבר.

גם כשלא עסקתי בקידום נשארתי עם יד על הדופק, הייתי מתעדכן, לומד וצובר ידע וטכניקות.

אז התחלתי לקדם אותו בגוגל, רציתי שלא ישעמם לו...

לאחר פחות משנה מאז שהתחלתי לקדם אותו "בקטנה", האתר עבר את ה 10,000 בניסות בחודש.



הכניסות שהאתר קיבל הגיעו בעיקר מגוגל והיו תוצאה של:

1. פעולות מחקר (שביצעתי עוד לפני שבנית את האתר)
2. פעולות קידום (שנעשו לאחר שקיבלתי את החלטת הקידום)

אבל הקטע הגדול בכל הסיפור הוא:

שהתייחסתי לכל העניין הזה כתחביב.

משהו שאני עושה בשביל ההנאה.

השקעתי בזה זמן זניח ורק כמה עשרות דולרים כדי לזרז את התהליך.

בנוסף, נתתי לבן שלי (שהיה אז בן 13 וחצי) את העבודה השחורה בגלל שהיה אז בחופש הגדול וחיפש לעבוד ולהרוויח כמה ג'ובות(יסופר בשיעור #7).

בנית בשבילך סדרה קצרה של 7 שיעורים ושמתי אותה על קובץ ה PDF שנמצא עכשיו בידיים שלך.

בסדרת השיעורים אני מסביר על תהליך הקידום והשלבים שביצעתי.

לא אמרח אותך בסיפורים!

צריך להשקיע כ-3 דקות בקריאת כל שיעור.

בסוף הסדרה תשב אצלך בראש התמונה המלאה.

בגדול מדובר ב3 חלקים:

1. מחקר מילות מפתח

2. פעולות קידום OnPage (פעולות להתאמת האתר לגוגל)

3. פעולות קידום OffPage (פעולות שצריך לעשות מחוץ לאתר כדי לקדם אותו בגוגל)

באמצעות השיעורים האלו אתן לך את כל התורה על רגל אחת.

השקעה של מספר דקות בכל שיעור ויש לך תחום ידע חדש מסודר בתוך הראש.

התפקיד שלך זה לפנות לידע הזה מקום.

לא ממליץ לך לדחות את קריאת השיעורים האלו.

כל יום של דחיית הלימוד הזה פירושו הפסד של גולשים חדשים באתר שלך.

וטיפ קטן לפני שמתחילים:

השתדלתי לתת את כל הידע הזה בטקסט כדי שיזרום לך בעיניים.

אבל: במקרים בודדים שוידאו היה מסוגל לעשות את העבודה הרבה יותר טוב (שיעור #3) הפניתי לוידאו.

אני לא רוצה שהעניין הזה יעכב אותך!
במקרה ואין לך אפשרות לצפות בוידאו בזמן הקריאה (כגון קריאה של
המדריך בטלפון אצל רופא השיניים וכד')
הפתרון הוא להמשיך ולהתקדם!
בסוף אפשר לחזור לקטעי הוידאו (הבודדים) כשתהיה לך האפשרות.

בהצלחה רבה

שי צוברי

יאללה מתחילים!!!

שיעור מספר 1

ובו ידובר על כניסה לראש של גוגל

כשגולש מקיש ביטוי חיפוש בגוגל הוא מקבל את דף התוצאות הראשון שמורכב מ"רשומות" (תוצאות החיפוש).

דף התוצאות מורכב מ"תוצאות אורגניות" (organic = טבעי) ומ"מודעות ממומנות".

כל רשומה מורכבת מ:

כותרת + תוכן + URL.

הנה הסבר בתמונה:

פסיכודרמה בירושלים

Google

הכל תמונות חדשות סרטונים מפות עוד כלי חיפוש

33,600 תוצאות (0.27 שניות)

טופל פרטני בפסיכודרמה - anigma.co.il
מדרעה פסיכודרמה/ www.anigma.co.il/ מוכן לאבחון וטיפול - אניגמה פלוס. טיפול להרחבת מודעות ויכולת הקשבה. מוכן לאבחון וטיפול - אניגמה פלוס. אבחון פסיכודיקטי איכותי - אבחון דידקטי מקצועי - מוכן בניהולה של ד"ר מנור קהילת סלונקי 11, תל אביב יפו - 03-644-8122 - פתוח היום - 9:00-19:00
אבחון טיפול
סדמאות ליווי הורים

פסיכודרמה בירושלים - metasearch.co.il
מדרעה www.metasearch.co.il/ מצאו פסיכודרמה בירושלים קבלו תוצאות איכותיות במהירות אדירה

פסיכודרמה בירושלים - merhavim.co.il
מדרעה merhavim.co.il/ מרחבים- הבית הירושלמי לטיפול בפסיכודרמה, פסיכודרמה בירושלים, ...
הבית הירושלמי לטיפול בפסיכודרמה- מציע שיטת טיפול פסיכותרפית חוויתית.

פסיכודרמה בירושלים - www.mydrama.co.il
מדרעה www.mydrama.co.il/ טיפול פסיכודרמה חווייתי בירושלים על ידי מטפלת רבת ניסיון, סדמאות לקבוצות ויחידים הרשמו.

פסיכודרמה בירושלים - www.iafp.org.il/betty
מדרעה www.iafp.org.il/betty במה לנפש- קבוצת פסיכודרמה בירושלים - איגוד ישראלי לפסיכודרמה
סדמאות-קבוצות / במה לנפש- קבוצת פסיכודרמה בירושלים. מוזמנים להצטרף למעגל דינמי ומסע פנימי באמצעו הכלים השאובים מתחום התיאטרון. הקבוצה תתקיים בימי א' בין השעות ...

תוצאות ממומנות (Red arrows pointing to organic results)

תוצאות אורגניות (Blue arrows pointing to sponsored results)

כותרת (Blue box pointing to the title of the first result)

תוכן(תיאור) (Blue box pointing to the description of the first result)

URL (Green box pointing to the URL of the first result)

מה מפרנס את גוגל?

המודעות הממומנות!

כל פעם שגולש לוחץ על מודעה כזו יחויב מפרסם המודעה בתשלום לגוגל. עם הזמן מצמצמת גוגל את ההבדלים בעיצוב של התוצאות הממומנות מול התוצאות האורגניות.

לגוגל יש מטרה והיא שיבוצעו כמה שיותר חיפושים.

כך יוכלו גוגל להציג לגולש יותר מודעות ממומנות ולהגדיל את מספר הלחיצות.

גוגל רוצה גם לשמר את הגולשים שמעדיפים לחפש דווקא במנוע שלה.

גוגל מנסה להישאר רלוונטית ולשפר את תוצאות החיפוש כדי לתת לגולש את התוצאה שהכי מתאימה לו.

זו הסיבה שגוגל מעדכנת את האלגוריתם שלה מזמן לזמן לפי הרוחות הנושבות באינטרנט.

המטרה שלנו בשיעור זה הוא לדאוג שהדפים שלך יגיעו לעמוד הראשון על **ביטויי החיפוש הרלוונטיים** לעסק שלך.

קידום אתרים זה נושא רחב וגם ספר שלם לא יהפוך אותך בין לילה למקדם אתרים מקצועי.

ובכל זאת...

יש פעולות בסיסיות שיביאו את האתר שלך לטפס לאט לאט בתוצאות של גוגל .

האתר שלך ירגיש את זה ע"י מס' הגולשים שיגיעו אליו דרך גוגל.
וכדי לעשות זאת צריך הבנה הבסיסית של האלגוריתם של גוגל.

איך להתחיל?

להתחיל לחשוב כמו גוגל!

כדי לתת ערך לגולש, גוגל מנסה לחשוב כמו הגולש.

כלומר, גוגל מנסה להבין איזה תוצאה תהיה הכי טובה לגולש.

ואת התוצאה הכי רלוונטית לחיפוש גוגל יציג הכי גבוהה וכן הלאה.

לכן,

במקום לחשוב על גוגל, צריך לחשוב על הגולשים.

אם הגולשים יאהבו את האתר והתכנים שלך אז גם גוגל יאהב אותו.

אבל ... יש אפשרות לקרוץ לגוגל.

כל מקדמי האתרים עושים כך.

ולכן, כדאי שגם האתר שלך יקרוץ לגוגל.

אני לא הולך לשלוח אותך להתמודד עם חברות קידום עתירי תקציב.

אבל :

האתר שלך יכול להופיע מעל כל המתחרים שלא משתמשים בשירותי קידום מקצועי.

ובנוסף, הוא יצליח "לבוא מהצד" אפילו אל מול המתחרים הכבדים (:

לא רוצה להכביד מידי בשיעור הראשון,

אז לפני סיום אשאיר לך פעולות פשוטות לביצוע כדי להכין אותך להמשך.

פעולות לביצוע:

מהיום, בכל חיפוש שלך בגוגל,

יש לשים לב לפרטים שהוזכרו בשיעור זה.

- לשים לב לביטויים שבהם השתמשת לחפש את מה שרצית.
- לשים לב לתוצאות שבעמוד הראשון, האורגניות והממומנות.
- לשים לב לכותרת ולתיאור של התוצאות הראשונות.

• לשאול את עצמך:

○ למה התוצאה הזו הגיעה לעמוד הראשון?

○ מה הקשר בין התוצאה לביטוי החיפוש שחיפשתי?

- להיכנס לאתרים בעמוד הראשון,
- לשים לב לנפח האתר, למבנה ולתוכן.
- לשים לב לדף שאליו נכנסת ולהבין איך הוא קשור לביטוי שחיפשתי.

שיעור מספר 2

ובו ידובר על ביטויי מפתח שיביאו אותך להתקדם בגוגל ויכניסו לאתר שלך את הקהל הנכון

בשיעור הקודם הדגשתי את המילים "ביטויי החיפוש הרלוונטיים",
זה הנושא עליו אני רוצה לדבר איתך בשיעור זה.

לקבל מגוגל סתם "כניסות" זוהי לא חכמה.

החכמה היא, לקבל כניסות של **קהל רלוונטי**.

הרצון שלך הוא להכניס לאתר קהל שמחפש **ביטויים רלוונטיים** להצעה שלך.

כי בשורה התחתונה כולנו רוצים שהגולשים הנכנסים לאתר יהפכו בסוף ללקוחות.

(לקוחות של עסק או של רעיון)

כדי שיהיה לך קל להפוך את גולשי האתר ללקוחות,

צריך להכניס לאתר קהל רלוונטי, גולשים שההצעה שלך רלוונטית אליהם.

כדי למשוך דווקא את הגולשים הרלוונטיים נקדם את האתר על ביטויים רלוונטיים להצעה.

כלומר, נגדיר לעצמנו ביטויים שאנחנו רוצים את המחפשים שלהם. (הקהל הממוקד)

איך נביא לאתר את מי שמחפש את הביטוי הרלוונטי שהגדרנו ?
נדאג שהאתר שלנו יתברג בעמוד הראשון והמקומות הראשונים דווקא על
הביטויים שהגדרנו.

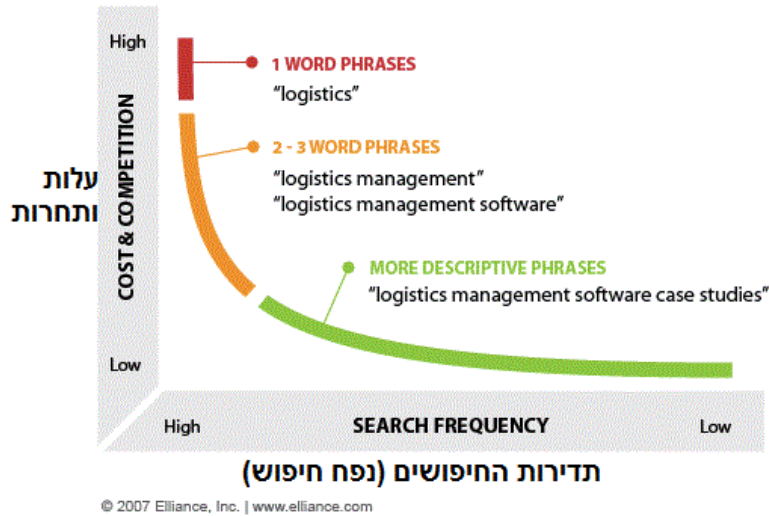
אבל... הביטויים הרלוונטיים הראשונים שיקפצו לך לראש,
קפצו מן הסתם בראשים של הרבה מבעלי העסקים והאתרים שבנישה שלך,
וזה אומר... שיש תחרות גדולה על הביטויים האלו,
וכנראה... שיש אתרים וותיקים וחזקים שתופסים כבר את העמוד הראשון
על הביטויים האלו,
ובשורה התחתונה: יהיה לך קשה מאוד או יקר מאוד להתברג בעמוד הראשון
לביטויים אלו.

הפתרון:

לחפש **ביטויי זנב ארוך**.

(”זנב ארוך” זהו מושג שהושאל מתחום הסטטיסטיקה ואפשר [לקרוא עליו](#)
[בויקיפדיה](#).)

הנה תמונה שמייצגת את הזנב הארוך בנושא ביטויי מפתח :



על ביטויי זנב ארוך יש פחות חיפושים אך גם פחות תחרות.

יהיה לך הרבה יותר קל יותר להביא את האתר שלך לעמוד ראשון בגוגל על ביטויי זנב ארוך.

יש יתרון נוסף לביטויי זנב ארוך:

הם יותר ממוקדים!

יש סיכוי גבוה יותר להפוך ללקוח את הגולש שגיע לאתר שלך דרך ביטויי זנב ארוך.

כשגולש מגיע דרך ביטויי זנב ארוך הוא ינחת אל דף שמדבר בדיוק על הבעיה הספציפית שלו.

רוצה דוגמה לביטויי זנב ארוך?

נניח שאנו רוצים לקדם אתר שמשווק סדנאות פסיכודרמה (טיפול קבוצתי
באמצעות דרמה)

וניקח כדוגמה 3 ביטויי חיפוש:

”פסיכודרמה”

”פסיכודרמה בירושלים”

”פסיכודרמה לגברים בירושלים”

המחפש של איזה ביטוי יהיה ממוקד יותר להצעה שלך?
ואיזה מהביטויים יהיה קל יותר להביא לעמוד הראשון בגוגל?

אני מניח שקלטת את הרעיון...

אז ניתן לך כמה פעולות לביצוע שיכינו אותך להמשך.

פעולות לביצוע:

לשים לב לחיפושים שלך!

מה סוג החיפושים שלך? זנב ארוך או קצר?

לשים לב לתוצאות שבעמוד הראשון.

לשים לב לניסוחי הכותרות.

לשים לב להתאמה בין הכותרות לבין החיפושים.

שיעור מספר 3

ובו ידובר על מחקר מילות מפתח ותוצג לך גם דוגמה אמיתית מאתר אמיתי שהתקדם בגוגל

הפעם שיעור וידאו!

(יהיה קצת קשה להעביר את הנושא הזה בטקסט - אז נצא יחד לסרט 😊)
בשיעור נראה איך עושים בפועל את מחקר המילים.
בפנים אני מראה איך לעשות מחקר ביטויי מפתח ובאיזה כלים להשתמש.
זהו שיעור שגזרתי מתוך קייס-סטאדי שלי בנושא קידום אתרים (ידובר בו בהמשך...)

אם אין לך את האפשרות (זמן, מקום וכו') לצפות בזה עכשיו אז לא נורא!
אפשר להמשיך לקרוא את הפרקים הבאים ולחזור לזה בהמשך!
רק להכניס לראש שצריך ללמוד ולעשות את מחקר המילים שלנו בתחילת התהליך!

[להיכנס לשיעור הוידאו <<](#)



פעולות לביצוע:

1. להיכנס ל"מתכנן מילות המפתח" של גוגל.
2. לשחק קצת עם ביטויים הקשורים לאתר שלך.
3. להוציא סט של ביטויים ראשיים.
4. להוציא סט של ביטויים משניים.

שיעור מספר 4

ובו ידובר על הפיכת האתר שלך לאוטוריטה בעיני גוגל

עכשיו אנו במצב שיש לנו רשימה של ביטויי מפתח. אנו רוצים שגולשים שמחפשים את ביטויי המפתח האלו יגיעו לאתר שלנו. לכן אנו צריכים לקדם את האתר על ביטויים אלו!

קידום האתר שלך מתחלק ל 2 חלקים:

1. **OnPage** - אלו הפעולות שנבצע באתר עצמו כדי שהוא יהיה ידידותי לגוגל.

פעולות אלו כוללות את התאמת מבנה האתר, תוכן האתר ומעורבות הגולשים שמגיעים לאתר.

2. **OffPage** - אלו פעולות שנבצע מחוץ לאתר.

ע"י פעולות אלו נגרום לגוגל להבין שהאתר שלך חשוב בעיני אחרים.

מדובר בעיקר על בניית קישורים חיצוניים שיצביעו לאתר ובניית מעורבות חברתית סביב האתר.

אל דאגה, אני הולך להסביר בהרחבה על 2 חלקים אלו. היה לי חשוב לתת כאן תקציר קטן שיראה לך התמונה הגדולה.

מכאן והלאה נדבר בהרחבה על כל חלק בנפרד.

נתחיל מ Onpage.

קידום OnPage

גוגל אוהב תכנים מאתרים מוכרים שהוא מחזיק מהם "אתרים רציניים".

אתר "רציני" נקרא בשפה המקצועית "אתר אוטוריטה".

גוגל יעדיף דפים מתוך "אתרי אוטוריטה" מאשר מתוך "סתם אתרים".

זוהי הסיבה להתאמץ שהאתר שלך כמכלול יהיה אהוב על גוגל,

כך יהיה לך קל ומהיר לקדם כל פיסת תוכן חדשה שתעלה לאתר.

מאמץ נוסף יש לתת על קידום של כל דף או פוסט בודד שעולה לאתר,

בשיעור זה נדבר על קידום האתר כמכלול.

להפוך את האתר לאוטוריטה

אנחנו רוצים שגוגל יחזיק מהאתר שלך "אוטוריטה",

כשאני אומר אוטוריטה אני מתכוון לאתר שמתמחה בנושא מסויים, נותן ערך

ואנשים מחזיקים ממנו.

נעבור יחד על האלמנטים שבהם צריך להשקיע כדי להיות "אתר

אוטוריטה".

דומיין

”אתר רציני” יושב בד”כ על דומיין (כגון yourdomain.co.il)

ולא על סאב דומיין (כגון yourdomain.wordpress.com)

גוגל יתן עדיפות לדומיינים המשויכים לארץ בה מתבצע החיפוש,

לחיפושים שבאים מישראל תינתן עדיפות לסימת IL,

לחיפושים המתבצעים באוסטרליה תינתן עדיפות לדומיינים עם סימת AU.
וכו’

מהירות טעינה

גוגל נותן את דעתו גם על מהירות הטעינה של דפי האתר.

גוגל חושב על הגולש.

הגולש לא אוהב דפים שנטענים לאט, נכון?

כך גם גוגל!

פלטפורמה ידידותית לגוגל

1. מבנה נכון של HTML & CSS

• אתר מותאם מובייל (ריספונסיבי).

בד”כ הפלטפורמות לבניית אתרים כגון וורדפרס מספקות את הסחורה.

צריך רק לוודא שהתבנית המותקנת באתר תהיה ידידותית לגוגל

וריספונסיבית .

תוכן שנותן ערך

גוגל רוצה לראות שהגולש באמת מתעניין בתוכן של האתר.

איך הוא עושה זאת?

לגוגל יש המון סיגנלים שנותנים לו מידע על פעילויות הגולש באתר.

יש את המידע שאתה מספק לו ע"י גוגל אנליטיקס (אם יש).

יש כלים נוספים כגון toolbars שמותקנים על הדפדפן ונותנים לגוגל מידע.

ויש את הנכסים של גוגל מהם הוא מקבל המון מידע כגון דפדפן כרום, אנדרואיד, ג'ימייל וכד'.

עם המידע שגוגל מקבל על האתר שלך הוא מנתח את פעילויות הגולשים,

הניתוח מאפשר לגוגל להסיק ולהבין את הערך שהאתר נותן לגולשים.

הנה חלק מהפעילות שגוגל מנתח:

1. bounce rate (שיעור נטישה) - גוגל בודק כמה אנשים נטשו את האתר מהדף שהם נכנסו אליו וכמה המשיכו לשוטט באתר.
2. זמן שהייה באתר - כמה זמן בילה הגולש בדף ובאתר.
3. כמה דפים בממוצע נצפו בכל כניסה של גולש לאתר.
4. רמת המעורבות של הגולש עם התוכן כגון השארת תגובות, לחיצה על קישורים וכד'.
5. שיתופים ברשתות החברתיות +G פייסבוק וכד'.

6. מעטפת חברתית המקושרת לאתר – ערוץ יוטיוב, דף פייסבוק וכד'.

7. עדכון תדיר של האתר.

מבנה האתר

מבנה האתר צריך להיות ברור לגוגל,

ככל שהארכיטקטורה של האתר תהיה ברורה לגוגל כך הוא ידע לנווט בתוכו ולאנדקס את כל הדפים שבו.

בהתחלה, לא לחשוב על גוגל,

לחשוב על הגולש .

לחשוב איך הגולש יוכל לנווט בתוך האתר שלך בצורה הכי קלה ופשוטה.

איך הגולש יגיע לתוכן שהוא צריך במינימום לחיצות.

אם מדובר באתר קטן אז יש לך את התפריט העליון או הצדדי בו ניתן להפנות לכל הדפים.

באתר גדול יש לספק לגולש דרך פשוטה למצוא ולהגיע לתוכן שהוא צריך.

נעשה זאת ע"י סיווג האתר לקטגוריות.

ניקח דוגמה מאתרי צפייה ישירה עם מאות סרטים,

ניתן לקטלג את הסרטונים ע"פ ז'אנר כגון:

פעולה, רומנטיקה, דרמה, ישראלי, סדרות וכד'

בנוסף ניתן לקטלג גם לפי שנים 2014,2015,2016

אל דאגה, זה לא מסובך ,

האפשרות לקטלג ולתייג תוכן מגיעה built-in בכל המערכות לבניית אתרים.

(אני מסביר איך לממש זאת בוורדפרס בקורס החינמי שלי בשיעור הזה)

קטלוג התכנים יעזור לגולש להגיע במהירות לתוכן שהוא מחפש.

כמו שזה עוזר לגולש כך זה עוזר גם לגוגל.

זה יראה לגוגל את המבנה ההיררכי של האתר.

גוגל יבין את מבנה האתר וידע להגיע לכל התכנים כדי לאנדקס אותם.

קישורים פנימיים

גוגל מודד גם את ההיררכיה של חשיבות הדפים באתר.

ככל שיש לדף יותר קישורים פנימיים באתר כל הוא יהיה חשוב יותר.

חשיבות של דף נקבעת גם ע"פ מספר הצעדים (לחיצות) מדף הבית.

למה משמשת היררכית חשיבות הדפים?

נניח שיש לך 2 דפים באתר שעוסקים בנושא X (נקרא לדפים $1X$ ו $2X$)

ונניח שהגולש מחפש בגוגל את הביטוי X .

במקרה ויש לגוגל המון תוצאות להציג בנושא X,

הוא יציג לגולש רק תוצאה אחת מהאתר שלך.

איזה מהדפים יותר חשוב לך להציג על נושא X?

האם את X או את 2X?

זהו העניין של חשיבות דפים בתוך האתר,

וזוהי הסיבה שכדאי לך לומר לגוגל אלו דפים חשובים בעיניך.

איך?

לדפים החשובים נותנים יותר קישורים פנימיים.

הקישורים פנימיים יכולים לצאת:

- מדף הבית
- מהתפריט העליון
- מתוך התוכן שבפוסטים.
- מהתפריט הצדדי (למשל מהתיבה "פוסטים מומלצים")
- מדפי קטגוריות ותגיות
- ועוד

מומלץ לספק לגוגל גם "מפת אתר".

מפת האתר תקל על גוגל להבין את מבנה האתר ולאנדקס את הדפים במהירות.

(למשתמשים במערכות כגון וורדפרס - יש פלגינים לייצור מפת אתר)

עדכון תדיר של האתר

מבחינת גוגל, אתר שמתעדכן בתדירות גבוהה מעיד על היותו אוטוריטה. צריך ליידע את גוגל על כל עדכון של האתר. ישנם כלים שאיתם ניתן לשלוח סיגנל לגוגל על כל הוספת תוכן חדש לאתר. כך אנו קוראים לגוגל לבוא לאנדקס את האתר שלנו בהקדם.

פעולות לביצוע:

1. לעבור על האתר ולראות מה ניתן לשפר בטווח המיידני כדי להפוך אותו לאוטוריטה.
2. אם צריך שינויים גדולים כגון להחליף לפלטפורמה ידידותית או לשנות את ערכת העיצוב לריספונסיבית – יש לסמן זאת כפעולה שצריך לבצע בהקדם.

שיעור מספר 5

ובו ידובר על קידום של כל פיסת תוכן באתר שלך

בשיעור הקודם דיברנו על התאמת האתר בכללותו לגוגל.

הפעם נדבר על קידום תוכן ספציפי באתר.

האתר שלך מורכב מהמון פיסות תוכן – פוסטים עמודים וכו'.

כל פיסת תוכן שיש לך באתר צריכה להביא גולשים מביטויי זנב ארוך .
כלומר:

עם כל הוספת פוסט לאתר יש לתכנן עם איזה ביטויי מפתח הפוסט הזה
הולך למשוך את הגולשים מגוגל.

פה אנו חוזרים אחורה לשאלת הבסיס:

על מה לכתוב?

והתשובה היא:

על נושאים שקהל היעד שלך מחפש לקרוא.

לשם כך נחזור לנושא של מחקר מילות מפתח (שדובר בו בשיעורים 2+3).

נבצע מחקר מילות מפתח בנישה ונמצא נושאים שהקהל שלנו מחפש.

נמצא "ביטויי זרע" (SEED) ואיתם נרחיב את המחקר שלנו.

כדי להגיע לביטויי SEED יש לבצע מחקר מקדים ולהגיע לנושאים שמעניינים את הקהל שלנו.

אנו צריכים להגיע אל השאלות שמתרוצצות להם בראש.

אנו צריכים להבין מה הכאב שלהם ואיזה פתרונות הם מחפשים.

כדי לחדור אל הראש של הקהל הרלוונטי אנו צריכים להתערבב איתו ברשת.

נעשה זאת ע"י הצטרפות לקבוצות פייסבוק ופורומים בנושא .

נבצע מעקב ונבין מהם הנושאים הבוערים ואילו שאלות רצות לקהל הזה בראש.

נלמד את "דפוסי השפה" , ביטויים מקצועיים, סלנג, מטבע שפה חברתי וכו'.

נייצר רשימה של נושאים ואיתה נלך ל"מתכנן מילות המפתח".

נוציא ביטויי חיפוש ומהם נגזור נושאים לפוסטים הבאים שלנו.

פיסות תוכן שמתאימות לגוגל

דבר ראשון: לא לחשוב על גוגל! לחשוב על הקוראים!

פעם גוגל היה נותן משקל גבוהה לצפיפות מילות המפתח שבפוסט וכד'.

היום גוגל מעוניין לקדם תוכן שנחשב טוב לקוראים!

(ותוכן שכתוב "בשביל גוגל" הוא לא טוב לגולשים!)

כדי להבין מה טוב לגולשים גוגל נותן משקל גבוהה למעורבות הגולשים עם התוכן,

הוא מודד זאת ע"י שיתופים, לייקים, תגובות וכד'
ובכל זאת... גוגל מסתכל גם על מילות מפתח,
הרי הוא צריך לדעת על מה התוכן מדבר...
אבל הוא עושה זאת בצורה חכמה.

לגוגל יש מנגנון שנקרא LSI שזה ראשי תיבות של Latent Semantic
Indexing .

זה אומר שגוגל יודע לזהות סמנטיקה שבשפה.
ובשורה התחתונה:

יש מצב שבחיפוש אחר ביטוי מסוים,
לא יופיע בתוצאות הראשונות הביטוי המדויק שחיפשת,
לא בכותרת ולפעמים אפילו לא בתוכן.

גוגל יודע לזהות על מה התוכן מדבר,
הוא מכיר מילים נרדפות ויודע לזהות נושאים.
לכן חשוב שהפוסט שלך ידבר על הנושא שבחרת ע"פ:
חקר מילות מפתח + חקר הצרכים והעניין של קהל המטרה.

יש לדבר על הנושא בשפה שמדברת אל קהל היעד.
לדבר עם דפוסי השפה שלהם.
לדבר אל תוך הצרכים שלהם.

לענות על השאלות שרצות להם בראש.

לתת פתרונות לבעיות שלהם.

זדה מה שיביא למעורבות!!!

זדה מה שיביא לתגובות ושיתופים ברשתות החברתיות.

זדה מה שיביא לך כניסות נוספות דרך הרשתות החברתיות.

זדה מה שיעזור לאנשים להישאר יותר זמן בפוסט.

זדה יוצר אמון אצל הגולש וגורם לצריכת תכנים נוספים .

(האמון שנוצר יבוא לעזרתך גם בקבלת החלטות רכישה של הגולש...)

זדה מה שיגרום לגוגל להעדיף את הדף שלך על פני דפים מאתרים אחרים.

איך בכל זאת לקרוץ לגוגל דרך התוכן?

רק אחרי שהפנמת את החלק הקודם,

והבנת שהדיבור עם הגולשים הוא הדיבור הכי חשוב גם לגוגל,

עכשיו אפשר לקרוץ לגוגל כך:

1. הוספת ביטויי מפתח + LSI

אפשר לקרוץ לגוגל דרך הטקסט אבל צריך לעשות זאת בצורה נכונה.

מומלץ לשלב בכותרת ובטקסט את ביטויי המפתח שהוצאנו במחקר.

אבל:

חייבים לעשות זאת בצורה שלא תפגע באיכות של התוכן בעיני הקורא האנושי.

כמו כן, חייבים לתת דגש על נושא הסמנטיקה (LSI).

כלומר, לשלב ביטויים נרדפים וביטויים הקשורים לנושא.

להביא את התוכן להיות קריא ונוגע בגולשים + קריצות קלות לגוגל.

2. הוספת תמונות

גוגל אוהב שיש מדיה משולבת בתוכן.

זה נותן לו תחושה של תוכן עשיר ומפורט.

אבל:

צריך לתת לגוגל להבין את הקשר של התמונה לתוכן ולביטויי המפתח.

לכן יש להוסיף לתמונות כותרת ותיאור המכילים את מילות המפתח (LSI)

3. הוספת וידאו

גוגל אוהב גם וידאו שמשולב בתוכן.

אני לא אומר שצריך להכניס וידאו בכוח.

אבל אם אפשר וזה תורם לפוסט אז זה יכול לתרום.

הוידאו לא חייב להיות מהערוץ שלך אבל הוא צריך להיות קשור לנושא הפוסט.

איך גוגל ידע שהוידאו קשור לנושא?

לפי מילות מפתח שבכותרת, בתיאור, בתגיות ובכתוביות.

יוצא שהוידאו מראה לגוגל שהתוכן שלך עשיר ומגוון ומחזק את רלוונטיות הפוסט לנושא.

ערך נוסף שוידאו נותן זוהי המעורבות והשהות הארוכה של הגולש

בדף.

4. הוספת קישורים לאתרי אוטוריטה בנושא.

כדאי להכניס בפוסט קישורים שיפנו לתכנים רלוונטיים באתרים נחשבים.

- זה נותן רושם של פוסט נחשב שמפנה למקורות נחשבים.
- זה נותן ערך לקורא ואת זה גוגל אוהב.
- זה עשוי לגרום למעורבות (לחיצה על קישורים)

5. הוספת קישורים לדפים הקשורים לנושא בתוך האתר

מומלץ להוסיף קישורים בגוף התוכן אל תכנים קשורים בתוך האתר.

- זה נותן יותר ערך וקישוריות לתוכן בנושא המדובר.
- זה עוזר לעכביש של גוגל לאנדקס את האתר.
- זה נותן ערך לגולשים ומעשיר את הטקסט.
- זה גורם לזמן שהייה ממושך יותר באתר.

- זה מגדיל את מספר הדפים הנצפים ביחס לכניסה.
- זה מקטין את יחס הנטישה (bounce rate)
- ועוד ...

פעולות לביצוע:

- ע"פ מחקר מילות המפתח **צריך להחליט** עם אלו ביטויים חשוב לך להתחיל בקידום.
- להחליט איזה דף\פוסט באתר שלך הכי מתאים לקבל גולשים שמחפשים ביטויים אלו.
- אם אין לך דף\פוסט בנושא אז יש לייצר אותו.
- לבצע אופטימיזציה על הדף\פוסט ע"פ האמור לעיל.
- וחוזר חלילה לגבי שאר התכנים\ביטויים
 - לבצע אופטימיזציה על הדפים הקיימים.
 - לייצר תכנים חדשים עבור ביטויים נוספים (לפי כללי האופטימיזציה שדוברו לעיל)

שיעור מספר 6

ובו ידובר על יצירת סיגנלים חברתיים שיראו לגוגל שאנשים מדברים על האתר שלך

אחרי שביסינו את נושא קידום OnPage (פעילויות קידום בתוך האתר).
אנו עוברים לדבר על OffPage (פעילויות קידום מחוץ לאתר).

לפני שנתחיל אני רוצה להבהיר דבר חשוב:

שם התחום שאנו עוסקים בו נקרא בעברית "קידום אתרים אורגני"
לכן, כל הפעולות שאנו מבצעים צריכות **להיראות אורגניות!** (טבעיות)

את קידום ה OffPage אני רוצה לחלק ל2 חלקים:

1. סיגנלים חברתיים.

2. קישורים נכנסים.

לא סתם מיקמתי את 2 הסעיפים האלו בסדר הספציפי הזה.

פעם כולם היו מדברים בעיקר על בניית קישורים.

היום גוגל נותן דגש חזק יותר על המעורבות החברתית של האתר ולכן נתחיל לדבר מנושא זה.

סיגנלים חברתיים (מעורבות חברתית)

כשגולשים מגיעים אליך לאתר המטרה שלך היא לתת להם ערך.

ויש לך עוד מטרה... להרוויח מהם...
הצעד הראשון הוא לחבר אליך את הגולשים דרך התוכן.
אח"כ אתה תגרום להם לקנות את המוצר או השירות שלך.
(או של צד שלישי שיעביר לך עמלה עבור התיווך - affiliate marketing)

יש רווח נוסף שאפשר לקבל מכל גולש.
זהו רווח פשוט יותר להשגה.
כל גולש שנכנס לפוסט שלך יכול להכניס גולשים רלוונטיים נוספים לפוסט.
הוא יעשה את זה ע"י שיתוף של התוכן בפייסבוק וכד'.

תוכן שמייצר מעורבות חברתית יעשה לך עבודה ב3 מישורים:

1. **תנועה** - ע"י השיתופים הפוסט יקבל תנועה חדשה.
2. **ערך לגוגל** - מעורבות הגולשים נותנת לגוגל אישור שהתוכן הזה שווה וזה מעלה את הערך בעיני גוגל.
3. **הוכחה חברתית** - כמות השיתופים והלייקים יתנו הוכחה לגולשים הבאים שיכנסו לפוסט שמדובר בפוסט שווה, זה יגרור קריאה (זמן שהייה באתר) שתביא למעורבות חברתית נוספת וכו'

התפקיד שלך הוא לכתוב תוכן טוב ואיכותי שיגרום למעורבות.

דיברנו על זה בשיעור 5.

בנוסף יש כל מיני מחקרים ושיטות על "תוכן שגורם למעורבות".

לי יש בבית את הספר "ויראלי" מאת ג'ונה ברגר.

עילעלתי גם בספר "Jab Jab and Hook" מאת גארי וינרצ'וק.
אבל אפשר למצור גם המון חומר באינטרנט.
זהו לא הנושא העיקרי שלנו לכן נמשיך להתקדם...

חוץ מהתוכן האיכותי שעשוי לגרום לקורא להיות מעורב,
צריך "למכור" לו את האופציה להיות מעורב.
את זה נעשה ע"י הצגת כפתורי שיתוף בולטים.
(באתרים שמקבלים תנועה טובה מטלפונים יש לבדוק שכפתורי השיתוף
מוצגים היטב גם בטלפון.)

מעטפת חברתית

גוגל מניח שלאחר "נחשב" יש גם מעטפת של "נכסים חברתיים",
כלומר, דף פייסבוק, ערוץ יוטיוב וכו'.

צריך שהנכסים החברתיים יהיו מחוברים לאתר,
כלומר, באתר יהיה קישור לדף הפייסבוק, ערוץ היוטיוב וכו'.
הנכסים עצמם יקשרו גם הם לאתר.
כך גוגל יקשר בין הנכסים אלו לאתר שלך.
המעטפת החברתית מעלה את ה"אוטוריטה" של האתר בעיני גוגל.
(האמת היא שהפסקה האחרונה מתאימה יותר לשיעור 4 אבל השארתי אותה
פה...)

פעילות חברתית עוזרת לקידום האתר מכיוון נוסף:
סביר להניח שקהל העוקבים שלך בפייסבוק עשוי להתעניין בתכנים שלך.
מדובר בקהל שמכיר אותך ומחובר אליך במידה מסויימת.
קהל שמגיע לפוסט מהפייסבוק נמצא בcontext חברתי,
לכן יהיה יותר קל לייצר מעורבות מקהל זה.

למנף את התוכן

כל פוסט חדש שעולה לאוויר בבלוג,
נפרסם לעוקבים-חברים-מעריצים בפייסבוק, (דף, פרופיל, קבוצה וכו')
אני ממליץ בחום גם להשקיע כמה דולרים בפרסום ממומן, (boost post)
כי מהתנועה הזו יגיעו יותר לייקים ושיתופים.

פעולות לביצוע:

- לייצר מעטפת חברתית לאתר
- להוסיף כפתורי שיתוף
- לבצע פעילות חברתית סביב האתר (פרסום הפוסטים ברשתות חברתיות וכו')

שיעור מספר 7

ובו ידובר על בניית קישורים לאתר ואיך הבן שלי עשה את זה
בשבילי (כשהיה בן 13 וחצי).

הגענו לנושא האחרון בסדרה והוא "בניית קישורים".
את הנושא הזה החלטתי להעביר בדרך קצת שונה וכייפית.
דרך מכתב שכתבתי לבן שלי כשהיה בן 13 וחצי.
את הרקע לשליחת המכתב אני מספר [בסרטון הזה](#):



זה רק 2 דקות של סרטון סבבה 😊
נא לצפות עם רמקולים או אוזניות!
ורק אח"כ להמשיך למכתב...

המכתב



הי אור

אנחנו מתחילים לעבוד ולוקחים את העניין ברצינות

המטרה היא לקדם את האתר הזה: <http://quotes4goodlife.co.il>

המטרה השנייה היא שתלמד מזה גם מקצוע של ממש שתוכל להרוויח איתו הרבה כסף.

המטרה השלישית היא שתרוויח תוך כדי הלימוד וגם יהיה לך כסף וגם לא תצטרך ל"נהמא דכיסופא" (לחם של חסד, לחם של בושה, דהיינו אכילת חינם)

לכן אל תתיחס לכל מה שאני כותב בקלות ראש ותנסה להגיע לתכלס אלא תנסה להבין וללמוד.

כי אם אני מתפלסף וכותב פה תיאוריות זה לא סתם בשביל להתפלסף אלא כדי שתלמד.

כי הכי קל בשבילי זה להגיד לך תעשה א' ב' ג'.

אבל אני מעדיף למנף את העניין ושכולנו נרוויח ממנו את המקסימום.

דהיינו גם תלמד מזה דברים חדשים שמאוד שווים בשוק ובמיוחד בעידן האינטרנט שפורח וכל הכסף הטוב היום נמצא באינטרנט וזה הולך ומתחזק כי כל המסחר עובר לאינטרנט ואם אתה יודע להביא תנועה של גולשים לאתר שלך אז אתה על הסוס.

ביטויי המפתח עליהם אני רוצה לקדם את האתר (הביטויים שאנשים יחפשו בגוגל ואני רוצה שיופיע במקום הראשון) הם:

לדף הבית של האתר:

משפטים לחיים

משפטים יפים

משפטים חכמים

לדפים פנימיים:

משפטי מוטיבציה
משפטי הצלחה
משפטים על מנהיגות
משפטים על החיים
משפטים על חברות
משפטים על אהבה

זה אולי נראה לך כבד מידי אבל אל תדאג, אנחנו נפרוט את זה לפרוטות ונעשה את זה צעד אחר צעד עד שנגיע למקומות הראשונים.

עכשיו אתה שואל למה בכלל לקדם את הביטויים האלו ואיך בחרתי אותם?

זה אחרי שביצעתי "מחקר מילות מפתח" ומצאתי שעל הביטויים האלו יש המון חיפושים אבל אין הרבה תחרות כי הם לא מילים שמוכרים איתם משהו.

אז אני חושב שיהיה קל יחסית לקדם אותם ועם הגולשים שיגיעו לאתר נעשה כבר משהו אבל זה לא הנושא עכשיו.

עניין הקידום מורכב מ2 פרמטרים חשובים

הראשון: ON PAGE שזה אומר שתוך האתר יהיה בנוי וידידותי לגוגל - על החלק הזה אני אהיה אחראי.

השני: OFF PAGE שזה אומר קישורים שמקשרים לאתר הזה - על החלק הזה אתה תהיה אחראי בהדרכתך.

OFF PAGE

המטרה היא שיהיו כמה שיותר קישורים לאתר שלי.

אבל:

-קישורים צריכים להיות מאתרים חשובים נחשבים ומקודמים.

-קישורים ממגוון אתרים.

-קישורים למגוון דפים באתר ולא רק לדף הבית.

-קישורים מדפים שהנושא שלהם קשור לנושא האתר שאותו אני מקדם.

-קישורים עם ANCHOR TEXT (אנקור טקסט) עם מילות המפתח.

מה זה ANCHOR TEXT?

אם אני רוצה לקדם את דף הבית עם הביטוי "משפטים לחיים" אז הקישור יהיה עם מילות המפתח בקישור כגון:

משפטים לחיים

ואם את הדף של "משפטי אהבה" אני רוצה לקדם על הביטוי "משפטי אהבה" אז אשים אנקור טקסט

משפטי אהבה

אבל:

הקידום צריך להיות אורגני, כלומר הוא צריך להיראות לגוגל טבעי.

אם גוגל יראה שיש 100 קישורים לדף הזה עם האנקור טקסט "משפטי אהבה" אז הוא יבין שזה מישהו קידם את זה.

כי מה העניין של גוגל?

הוא רוצה לראות שיש הרבה אנשים ואתרים שמתלהבים מהדף הספציפי הזה או מהאתר הזה ולכן הם מקשרים אליו.

מכאן הוא מסיק שהאתר או הדף הזה חשוב ולכן הוא יקדם אותו.

ואיך הוא יודע לאיזה נושא הוא חשוב ועל מה הוא מדבר?

גם לפי התוכן ומילות המפתח שבעמוד (ON PAGE) וגם לפי האנקור טקסט שבקישורים.

אבל מכיוון שזה יראה לגוגל לא הגיוני שכולם מקשרים במקרה עם אותו האנקור טקסט אז הוא יבין שזה לא קידום אורגני אלא שמישהו פה קידם את האתר.

אז מה עושים כדי לשמור את האנקור טקסט שיקשר לאתר וגוגל יחשוב שזה אורגני ומצד שני עדיין לשמור על הנושא של הקישורים שיקדמו את מילות המפתח הספציפיות שאנחנו רוצים לקדם?

פה נכנס עוד מושג שנקרא LSI - Latent Semantic Indexing

וזה אומר שגוגל יודע את הסמנטיקה של השפה - כלומר הוא מכיר מילים נרדפות,

הוא יודע לקשר מילים לנושאים וכו'.

ואיך משתמשים בזה?

בדף התוכן שמקשר צריך שיהיה מדובר על הנושא של הדף שאליו מקשרים ולא דווקא עם מילות המפתח.

גם הקישורים צריכים להיות מגוונים וקשורים לנושא.

דוגמא: אם אני מקשר לאתר שלי לדף הבית שאני רוצה לקדם על הביטוי "משפטים לחיים" אז אקשר עם אנקור טקסט מגוונים כגון:

- משפטים לחיים
- משפטים לחיים טובים
- משפטים על החיים
- משפטים חכמים לחיים
- משפטים לחיים טובים יותר
- משפטים שיעשו לך טוב
- משפטים שיעשו לך טוב על הלב
- משפטים שיקדמו אותך בחיים
- וכד'

ואם אני רוצה לקשר לדף "משפטים על אהבה" אז אקשר עם:

- משפטים על אהבה
- משפטי אהבה

-משפטים רומנטיים
-משפטים על רומנטיקה

במקרה האחרון אתה שם לב ששינינו לגמרי את הביטוי מאהבה לרומנטיקה?

זה הקטע של הLSI - שגוגל יודע לקשר בין אהבה לרומנטיקה.

אל תדאג אני אגיד לך בדיוק מה לעשות אבל חשוב שתלמד מה אנחנו עושים.

יש אתרים כגון יוטיוב שאם אתה שם קישור מתחת לסרטון אז אתה לא יכול לשים אנקור טקסט אלא רק את הURL (כתובת האתר או הדף).

הURL ביוטיוב הופך אוטומטית ללינק(קישור)

אבל גוגל עדיין לא יודע להבין את תוכן הסרטון ולדעת על מה הוא מדבר (אלא אם אתה שם כתוביות).

לכן בתיאור הסרטון אנחנו צריכים לכתוב תאור שמדבר על הנושא שאליו אנו מקשרים ומזה גוגל יסיק שהקישור הוא בנושא שכתבנו עליו את התיאור.

חשוב שהתיאור יהיה LSI ולא סתם לכתוב משפטי אהבה משפטי אהבה משפטי אהבה.

צריך לכתוב תיאור שגוגל יבין או יחשוב שהוא איכותי ונותן ערך ומדבר על הנושא.

עד כאן פילוסופיות להיום - בוא נתחיל לעבוד:

אני רוצה לקחת את התוכן שכבר יש לי באתר ושכבר עבדתי על הכתיבה שלו (במקרה הזה תרגום שלו) ולהפיץ אותו בצורות שונות שיקשרו אל האתר:

אנחנו נתחיל מלקחת את המשפטים, ליצר מהם מצגת, מהמצגת ליצר סרטון וגם PDF.

את הסרטון נשים ביוטיוב, את המצגת באתר מצגות ואת הPDF באתרים לשיתוף מסמכים.

[... פה חתכתי פרטים טכניים לא כ"כ חשובים ...]

יאללה צדיק, מתחילים 😊

אחרית דבר:

זירוז העניינים (וקצת "שיטות אפורות")

אני מאמין שלאחר 7 שיעורים שעברת איתי שמת לב שהכתיבה שלי ישירה ולא מתפתלת.

כך אנהג אתך גם כאן!

יש לי מיני קורס בנושא קידום אתרים.

אני רוצה להציע לך אותו במחיר ממש מצחיק ביחס לערך שהוא ייתן לך.

זהו מיני קורס פרקטי, ישיר ובלי מריחות.

סה"כ 5 שיעורי וידאו של כשעתיים צפייה.

אני נותן בפנים את כל מה שהסברתי בק השיעורים אבל עם דוגמאות מעשיות מהחיים.

אני פשוט מראה לך איך לקחת את התיאוריה ולעשות את זה בפועל באתר שלך!

אני גם מראה שם איך לזרז את העניינים באמצעות:

1. פלגינים וכלים שהשתמשתי.
2. פרילנסרים זולים שהפעלתי.
3. שיטות "אפורות" שביצעתי.

אז אם בא לך לזרז את העניינים ולקבל מגוגל גולשים בהקדם:

[הנה ההצעה שלי <<](#)

ואני ממליץ לך בפה מלא ובלב שלם לשים על זה את היד!

תודה שהגעת איתי עד כאן.

מקווה למצוא אותך גם בהמשך.

מאחל לך הצלחה רבה בכל מה שהיד שלך נוגעת.

שי צוברי

נ.ב. - אם אהבת את המדריך אז אודה לך על שיתוף [בלחיצה פה](#) << .

כמו כן, אם אהבת אשמח גם לתגובתך [בתגובות שבדף זה](#) <<.

נ.ב. 2 - יש לי בשבילך עוד דברים טובים:

• [קורס וידאו חינמי לבניית אתר בוורדפרס](#) <<

• [מדריך PDF לשיווק באימייל](#) <<