

NIE ZOSTANIESZ POZYCJONEREM DOPÓKI NIE PRZECZYTASZ TEGO ARTYKUŁU!

Często piszę na temat zróżnicowanych zadań, umiejętności, czy talentów, które przekładają się na optymalizację strony dla wyszukiwarek. Jako właściciel firmy, która specjalizuje się w internetowych strategiach marketingowych oraz szef wyjątkowo utalentowanego zespołu, jestem raczej ukierunkowany na posiadanie pracowników, którzy kompleksowo zajmują się wszelkimi aspektami tej dziedziny.

W zasadzie optymalizacja strony nie jest zadaniem karkołomnym. Każdego można nauczyć podstaw, które są szeroko znane i implementowane na wielu stronach internetowych. Jednak pozycjonowanie jest czymś więcej niż tylko podstawowe wdrażanie gotowych strategii znalezionych w sieci czy na Twitterze.

Istnieją setki czynników, które mają wpływ na optymalizację podczas kampanii. Google patrzy na ponad 200 elementów, które różnią się między sobą stopniem ważności i wartością. Każdy laik, który zaczyna pracę jako pozycjoner szybko uświadamia sobie, że cała ta masa informacji go przytłacza, dlatego lepiej oddać sprawę we właściwe ręce.

Więc w czym tkwi sekret? Otóż znakomita większość wierzy, że sukces zależy od pewnego stopnia wiedzy oraz umiejętności, które decydują o tym, czy jesteś pozycjonerem. Czasami wymagania czy oczekiwania bywają wręcz absurdalne. Dlatego też zastanówmy się wspólnie czego tak naprawdę potrzeba by być specjalistą SEO.

Nie zostaniesz specjalistą SEO chyba, że...

... znasz kod HTML

HTML jest podstawowym językiem programowania, który musisz poznać. Nie zrażaj się! Nie musisz go znać na wylot. Wystarczy zapoznać się jedynie z kilkoma jego aspektami. Po opanowaniu podstaw nie pozwól

nikomu mówić, że skoro nie poznałeś całego języka, to nie jesteś pozycjonerem.

... monitorujesz algorytmy wyszukiwarek

Każdy pozycjoner musi obserwować działania wyszukiwarek, ale ile czasu na to poświęcić? Niektórzy specjaliści traktują monitorowanie jako swojego rodzaju religię. Każdego dnia analizują, dokumentują i testują algorytmy do czasu, gdy Google nie wprowadzi zmian. Inni wolą raczej patrzeć szerzej i poszukują długoterminowych rozwiązań na strategię, które byłyby niezależne od nowych algorytmów. Tylko dlatego, że nie monitorujesz algorytmów wyszukiwarek tak często jak inni nie oznacza to, że nie jesteś pozycjonerem.

... czytasz patenty wyszukiwarek

Podziwiam ludzi, którzy potrafią czytać ze zrozumieniem patenty. To właśnie Ci szczęśliwcy mogą przewidzieć nadchodzące zmiany. Ale nie zawsze. Niestety nie wszystkie patenty zawierają informacje, które można przełożyć na późniejsze zmiany w algorytmach. Pozwalają jedynie „wywróżyć” nadchodzące rozwiązania. Tylko dlatego, że nie czytasz patentów wyszukiwarek nie oznacza to, że jesteś pozycjonerem.

... budujesz linki

Każdy pozycjoner musi wiedzieć jak zbudować link. Niektórzy radzą sobie z tym lepiej, inni gorzej. Linkowanie jest jak sprzedaż. Niektórzy ludzie mają do tego dar.

Każdy pozycjoner powinien znać zarówno podstawowe jak i bardziej zaawansowane koncepcje budowania linków, oraz nawiązujące do nich strategię, niemniej jednak jeśli nie zdobywasz linków, nie znaczy jeszcze, że nie jesteś pozycjonerem.

... potrafisz analizować

Zdolności analityczne na pewno zweryfikują to, czy nadajesz się na pozycjonera. Co prawda te zdolności nie są jednoznaczne z byciem pozycjonerem, ale należy się zaznajomić przynajmniej z metodami obliczeniowymi.

Jeśli jednak nie uda Ci się przebrnąć przez analizę, to proponuję zatrudnić kogoś, kto zanalizuje dla Ciebie ruch na stronie. Mimo wszystko nadal możesz być pozycjonerem.

... trzymasz się wytycznych wyszukiwarek

Warto mieć pewność, że nie naruszasz żadnych zasad obowiązujących w wyszukiwarkach. Niestety bywa, że wiele zapisów to sztuka dla sztuki. Bycie dobrym pozycjonerem nie zakłada, że będziesz znał wszystkie podane wytyczne, nieznajomość ich nie czyni bowiem z Ciebie amatora.

... wykorzystujesz strategię black hat seo

W niektórych branżach bardzo trudno uzyskać dobre rezultaty chyba, że zainwestujesz w black hat seo. Jeśli Twoja branża nie jest mocno konkurencyjna nie musisz się o to martwić. Brak wiedzy na temat tego jak wdrożyć tę strategię nie oznacza, że nie jesteś pozycjonerem.

... jesteś copywriterem

Lekkość pióra to niezbędny element pracy copywritera, ale czy dla pozycjonera?

W pewnym zakresie na pewno, ponieważ każdy pozycjoner powinien umieć napisać przyzwoity tekst i potrafić żonglować słowami kluczowymi. Jednak prawdziwe teksty powinien zostawić specjalistom od copywritingu. Nawet jeśli nie posiadasz talentów pisarskich, nic nie stoi Ci na przeszkodzie zostania pozycjonerem.

... znasz się na optymalizacji konwersji

Dla każdego specjalisty SEO ważna jest znajomość mechanizmu optymalizacji konwersji, nawet jeśli nie należy to do zadań pozycjonera, ponieważ jest ona niezbędna do mocnej kampanii marketingowej. Warto sprawdzić czy pozycjoner, którego zatrudniasz rozumie czym jest web-usability i zna się na perswazji reklamowej, zanim pozwolisz mu dokonać zmian na stronie internetowej. Jednakże nieznajomość optymalizacji konwersji nie dyskwalifikuje nikogo jako pozycjonera.

Nie zostaniesz SEO jeśli nie przeczytasz zakończenia.

Wszystkie wskazówki jakie zamieściłem w tym artykule, pozwolą Ci odnaleźć się jako pozycjoner. Jeśli nie spełniasz jednego czy dwóch wymogów nie dyskwalifikuje Cię to jako pozycjonera, tak jak nie dyskwalifikuje hydraulika nieumiejętność spawania rur. Może być to wyjątkowo przydatne, ale nie jest absolutnie konieczne.

Najważniejsze to posiadać niezbędną wiedzę i umiejętności, bo to one definiują prawdziwego specjalistę. Niemniej jednak nie są one decydujące, ponieważ tak naprawdę wszystko weryfikują rezultaty. Jeśli nie ma rezultatów - nie jesteś pozycjonerem

Artykuł pochodzi ze strony <http://www.searchengineguide.com/> i został udostępniony za zgodą ich właścicieli jako darmowy dodatek do książki Sławomira Gdańka „Pozycjonowanie krok po kroku” <http://www.pozycjonowaniekrokpokroku.pl/>.



Autorem artykułu jest Stoney deGeyter

<http://www.searchengineguide.com>