Web site CopyWriting για μηχανές αναζήτησης - Λέξεις -κλειδιά

Ο στόχος σας όταν το copywriting για τον ιστότοπό σας είναι να αποκτήσετε τον ιστότοπό σας στις τρεις πρώτες σελίδες των SERPs (θέση αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης). Οποιαδήποτε περαιτέρω πίσω από τις τρεις πρώτες σελίδες ή τριάντα τοποθεσίες, και ο ιστότοπός σας δεν θα βρεθεί γιατί εκεί όπου ο μέσος δικτυακός τόπος surfer σταματάει μόνο τρεις σελίδες αναζήτησης. Και οι αναζητητές πληροφοριών του ιστότοπου αντιπροσωπεύουν τη συντριπτική πλειοψηφία των κλικ στον ιστότοπό σας. Οι περισσότεροι από εμάς είναι είτε καλλιτεχνικοί είτε επιστημονικοί τύποι. λίγοι είναι και οι δύο. Αλλά αυτό είναι το on line copywriting. Τόσο μια τέχνη όσο και μια επιστήμη, και αυτό είναι αυτό που παίρνει τους περισσότερους ανθρώπους σε λάθος κομμάτι. Πολλοί άπειροι προγραμματιστές ιστού χρησιμοποιούν απλά φυλλάδια για το αντίγραφο του ιστότοπού τους. Μην τους αφήσετε να σας μιλήσουν σε αυτό! Οι μηχανές αναζήτησης πιθανότατα δεν θα βρουν τον ιστότοπό σας εάν το κάνετε. Το βέλτιστο μέγεθος σελίδας ιστοσελίδας είναι περίπου 2 σελίδες λέξεων. Εάν έχετε περισσότερο αντίγραφο από αυτό, σκεφτείτε να το χωρίσετε σε δύο ή περισσότερα. Εάν βρείτε ότι έχετε περισσότερα από ένα θέματα σε μια σελίδα, χωρίστε το σε δύο ή περισσότερα. και αυτό είναι καλό για το βασικό σας περίγραμμα, αλλά αυτό είναι περίπου όσο θα σας πάρει. Αυτή είναι η καλλιτεχνική πλευρά. Και ίσως να είναι η λάθος πλευρά για να ξεκινήσετε. Έχω μάθει με τα χρόνια ότι, αντίθετα με το ένστικτό μου, ξεκινώντας από το επιστημονικό είναι πραγματικά ευκολότερο και ταχύτερο. Έτσι, από πού ξεκινάτε; Το πρώτο πράγμα που κάνω είναι να βρω τις σωστές λέξεις -κλειδιά για να στηρίξω το copywriting μου και υπάρχει ένας σχετικά απλός τρόπος για να καταλάβω ποιες λέξεις -κλειδιά που θα χρησιμοποιήσουν. Ανοίξτε το αγαπημένο σας πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων (χρησιμοποιώ το MS Excel) και επικεφαλής τέσσερις στήλες με: Λέξη -κλειδί & NBSP & NBSP #Searched & NBSP & NBSP #Returned & NBSP & NBSPratio Στη συνέχεια, βρείτε ένα καλό εργαλείο προτάσεων λέξεων -κλειδιών. Το WordTracker έχει ένα και το ίδιο κάνει και οι δύο έχουν δωρεάν δοκιμές. Υπάρχουν επίσης αρκετοί άλλοι εκεί έξω για χρήση. Συμβουλή: Τα εργαλεία προτάσεων λέξεων -κλειδιών προτείνουν περισσότερες λέξεις -κλειδιά και φράσεις για τους όρους αναζήτησης. Στη συνέχεια, μεταβείτε σε μια μηχανή αναζήτησης και αναζητήστε τη φράση σε προσφορές για *Divramis SEO consultants* να βρείτε τον ανταγωνισμό σας για αυτή τη λέξη ή φράση. Και στη συνέχεια να υπολογίσετε την αναλογία #SEALED σε #back. Αυτό που ψάχνετε είναι ένας χαμηλός αριθμός αποδόσεων για μια πολύ αναζητημένη λέξη ή φράση ή μια σχετικά χαμηλή αναλογία. Συμβουλή: Οι φράσεις -κλειδιά συχνά λειτουργούν καλύτερα από τις λέξεις -κλειδιά μόνο. Και όπως λέει η παροιμία, δύο κεφάλια είναι καλύτερα από ένα, γι 'αυτό ρωτήστε την οικογένεια, τους φίλους και τους γείτονές σας για εισροή, αν μπορείτε. Δοκιμάστε μια γενική λέξη -κλειδί και ξεκινήστε εκεί. Θα βρείτε μια γενική λέξη -κλειδί θα αναζητηθεί πολύ, αλλά θα βρείτε επίσης τον υπερβολικό ανταγωνισμό στις περισσότερες περιπτώσεις, οπότε ο λόγος σας είναι πολύ υψηλός. Στη συνέχεια, δοκιμάστε διαφορετικές ορθογραφίες, ορθογραφικά λάθη και πιο συγκεκριμένες φράσεις. Ψάχνετε για δύο έως τέσσερις λέξεις -στόχους ή φράσεις ανά σελίδα. Για παράδειγμα, το bodybuilding έχει αναλογία πάνω από 4.000, αλλά η οικοδόμηση σώματος είναι κάτω από 3.000. Για να αποκτήσετε πιο συγκεκριμένο, δοκιμάστε να στοχεύσετε τις γυναίκες. Η γυναίκα του Body Building έχει αναλογία περίπου 500. Μόλις βρούμε τις φράσεις -στόχους μας, μπορούμε να αρχίσουμε να γράφουμε το περιεχόμενο του ιστότοπού μας. Αλλά πού βάζουμε τις στοχοθετημένες λέξεις -κλειδιά και τις φράσεις μας; Οι μηχανές αναζήτησης φαίνονται σε συγκεκριμένα μέρη για να προσπαθήσουν να καθορίσουν το θέμα των ιστοσελίδων σας, αλλά όλα είναι ελαφρώς διαφορετικά ως προς το σημείο που φαίνονται και σχετική σημασία κάθε τοποθέτησης. Σχεδόν όλες οι μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν τον τίτλο της σελίδας ως ένα από τα πιο σημαντικά, οπότε προσπαθήστε να βεβαιωθείτε ότι ο τίτλος της σελίδας σας χρησιμοποιεί τουλάχιστον μία στοχευμένη φράση ή ακόμα καλύτερα, δύο. Ο τίτλος μας για παράδειγμα θα μπορούσε να είναι τα συμπληρώματα κατασκευής σώματος πώς να οικοδομήσουμε το όνομα της εταιρείας μυών για παράδειγμα. Αυτό χρησιμοποιεί δύο από τις φράσεις -στόχους μας και το όνομα της εταιρείας μας. Ή θα μπορούσαμε να αντικαταστήσουμε το όνομα της πρωτεΐνης για το όνομα της εταιρείας.

Ορισμένες μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν μετα -ετικέτες, άλλες δεν το κάνουν, γι 'αυτό περιλαμβάνουν γενικά μετα -ετικέτες για τις μηχανές αναζήτησης που κάνουν. Οι ετικέτες επικεφαλής είναι στη συνέχεια σε σημασία, που κυμαίνονται σε σημασία από το H1 και κάτω. Αν θυμάστε, στο τελευταίο μας ενημερωτικό δελτίο, αναφέραμε ότι οι επικεφαλίδες είναι επίσης υψηλές στη λίστα σας για την αλίευση των ενδιαφερόντων πελατών, έτσι ώστε οι ετικέτες H1 να φέρουν πολύ βάρος και για τα δύο. Ένα πράγμα που πρέπει να παρακολουθήσετε είναι χαριτωμένες επικεφαλίδες, οι οποίες μπορούν να λειτουργήσουν για τους πελάτες, αλλά δεν εργάζονται για μηχανές αναζήτησης. Για να κάνετε τις μηχανές αναζήτησης ευτυχισμένες, πρέπει να συμπεριλάβετε τις λέξεις -κλειδιά σας στις επικεφαλίδες σας. Και πάλι, κάθε *SEO agency* μηχανές αναζήτησης φαίνεται να θέλει κάτι λίγο διαφορετικό, αλλά είστε αρκετά ασφαλείς εάν έχετε λέξεις -κλειδιά κοντά στην αρχή, στο μέσο και στο τέλος του αντιγράφου σας. Μπορείτε να αναζητήσετε ισορροπία πυκνότητας λέξεων -κλειδιών, αν και επειδή πάρα πολλοί και ο ιστότοπός σας θεωρείται ως ανεπιθύμητο από τις μηχανές αναζήτησης, ενώ πολύ λίγοι σημαίνουν ότι το θέμα του ιστοτόπου σας δεν είναι αρκετά σαφές ώστε να βρεθεί από το κοινό -στόχο σας. Λοιπόν, μπορείτε, αλλά αν δεν έχετε κατά νου μερικά σημεία, το copywriting σας δεν θα είναι εξίσου αποτελεσματικό με το YouD μου αρέσει να είναι. Αλλά αυτό είναι το θέμα για ένα άλλο άρθρο.

