eight Μεγάλες συμβουλές: Επιλέγοντας μια επαγγελματική βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (website positioning)

8 Μεγάλες συμβουλές: Επιλέγοντας μια επαγγελματική βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO) Service Η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης γίνεται όλο και περισσότερο αποδεκτή ως ένα ισχυρό και κρίσιμο στοιχείο του σχεδίου μάρκετινγκ. Με το κόστος που εμπλέκεται σε άλλες μορφές on-line μάρκετινγκ που αυξάνεται σημαντικά, έχει γίνει σχεδόν απαραίτητη οι εταιρείες να συμπεριλάβουν το search engine marketing στο συνολικό μίγμα μάρκετινγκ. Ωστόσο, υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων website positioning και η εξεύρεση αξιόπιστης υπηρεσίας μπορεί να είναι μια αποθαρρυντική εργασία. Με τον αυξανόμενο αριθμό εταιρειών website positioning μαύρων καπέλων (οι εταιρείες που χρησιμοποιούν ανήθικες και αθέμιτες μεθόδους και τεχνικές για να χειριστούν τις μηχανές αναζήτησης) και η λεπτή γραμμή μεταξύ του πραγματικού μαύρου καπέλου και των λευκών καπέλων SEO, είναι ζωτικής σημασίας να είστε καλά ενημερωμένοι για τη μεθοδολογία που σχεδιάζετε να χρησιμοποιήσετε για την ιστοσελίδα σας πριν αποφασίσετε να τους προσλάβετε. 1. Επεξεργαστείτε τον εαυτό σας με τα βασικά στοιχεία φροντίστε να κάνετε την εργασία σας προσεκτικά πριν βγείτε έξω για να προσλάβετε μια υπηρεσία search engine marketing. Η επιταγή του καταλαβαίνετε εκ των προτέρων τι ακριβώς μπορεί και θα κάνει μια επιχείρηση για να σας επιτρέψει να τις αξιολογήσετε. Υπάρχουν αρκετοί πόροι στο διαδίκτυο αφιερωμένο στη βελτιστοποίηση μηχανών μηχανών αναζήτησης και στη βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης και να αφιερώσουμε χρόνο για να κατανοήσουμε και να μάθουμε ότι τα βασικά θα προχωρήσουν σε μεγάλο βαθμό. Ένα πακέτο μπορεί από μόνο του να περιέχει μια ποικιλία υπηρεσιών όπως η έρευνα λέξεων -κλειδιών, η βελτιστοποίηση ενός ορισμένου αριθμού σελίδων, των υποβολών καταλόγου κλπ. Η επιλογή μιας εταιρείας δεν πρέπει να αφορά μόνο το κόστος. Μια επιχείρηση που χρεώνει περισσότερα μπορεί να μην είναι απαραιτήτως καλύτερη στο search engine marketing και ομοίως μια επιχείρηση που χρεώνει λιγότερα μπορεί να μην σας παρέχει απαραίτητα τις ίδιες υπηρεσίες. Χρησιμοποιήστε τη σύνεση ενώ κατανοείτε τα μοντέλα τιμολόγησης και τους κινδύνους πίσω από αυτά. Ένας τρόπος για να αποφασίσετε ποιος θα πρέπει να είναι ο προϋπολογισμός σας είναι να προσδιορίσετε πρώτα τις ιστοσελίδες σας και τις μοναδικές ανάγκες των επιχειρήσεων σας, να προσαρμόσετε ένα πακέτο για να ικανοποιήσετε αυτές τις απαιτήσεις και στη συνέχεια να συγκρίνετε τα μοντέλα τιμολόγησης των επιχειρήσεων για να αποφασίσετε έναν ρεαλιστικό προϋπολογισμό βασικής γραμμής. Το πράγμα είναι να διασφαλιστεί ότι η εταιρεία ειδικεύεται σε όλους τους τομείς του search engine optimisation και έχει μια ομάδα επαγγελματιών που βιώνουν και ολοκληρώθηκαν σε κάθε μία από τις περιοχές, συμπεριλαμβανομένου https://www.youtube.com/@yannidivrami2997 του σχεδιασμού, της ανάπτυξης και της πραγματικής κωδικοποίησης. Μπορείτε να ευνοήσετε μια τοπική εταιρεία ή μία τουλάχιστον μέσα στη χώρα σας ή προτιμάτε να αναθέσετε πλήρως σε άλλη χώρα για να επωφεληθείτε από το χαμηλότερο κόστος τους. Υπάρχουν επίσης λίγες εταιρείες που χρησιμοποιούν ένα συνδυασμένο μοντέλο παράδοσης υπεράκτιων με γραφεία μάρκετινγκ και υπηρεσιών πελατών σε μία χώρα και την πραγματική εργασία σχεδιασμού και ανάπτυξης που γίνονται σε άλλη. Με τον συνδυασμό χαμηλότερου κόστους και την εξυπηρέτηση των πελατών που είναι διαθέσιμες στο προσκήνιο, αυτό το επερχόμενο ισορροπημένο μοντέλο μπορεί να είναι μια καλή επιλογή που πρέπει να εξεταστεί. . Εάν δεν έχουν παρασχεθεί, ρωτήστε και φροντίστε να τα χρησιμοποιήσετε για να μάθετε ακριβώς πόσο αξιόπιστο και αξιόπιστοι η εταιρεία βασίζεται πραγματικά στις εμπειρίες των προηγούμενων πελατών τους. Είναι δικαιολογημένο η εταιρεία να εγγυηθεί την αύξηση της κυκλοφορίας ή της κατάταξής σας από τις τρέχουσες θέσεις της. Ωστόσο, εάν οποιαδήποτε υπηρεσία website positioning σας εγγυάται μια συγκεκριμένη θέση/κατάταξη σε οποιαδήποτε μηχανή αναζήτησης, βεβαιωθείτε ότι έχετε διαβάσει την λεπτή εκτύπωση της συμφωνίας. Υπάρχει μια ποικιλία ανήθικων πρακτικών που μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει απευθείας από την πώληση των υπηρεσιών τους σε εσάς, σε, τις πραγματικές μεθόδους που χρησιμοποιούν κατά τη βελτιστοποίηση του ιστότοπού σας (Λέξεις -κλειδιά, κτύπημα κ.λπ. για να αναφέρουμε μερικές). Βεβαιωθείτε ότι έχετε θέσει όσο το

δυνατόν περισσότερες ερωτήσεις και συγκεκριμένα για τη μεθοδολογία που χρησιμοποιούν. Εάν η επιχείρηση δεν σας προσφέρει έτοιμες εξηγήσεις της διαδικασίας που αναλαμβάνουν για να βελτιστοποιήσετε τους ιστότοπους, ίσως πρέπει να κοιτάξετε αλλού. Τι είδους αναφορές θα επιφέρει η εταιρεία search engine marketing και πόσο συχνά; Πώς θα μετρηθεί η επιτυχία; Θα συμπεριληφθεί ένα σχέδιο συντήρησης;



εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από εσάς να καθορίσετε το επίπεδο στόχου και επιτυχίας της καμπάνιας σας search engine optimization. Μπορεί να είναι μια αύξηση της κυκλοφορίας στον ιστότοπό σας, οι δυνητικοί οδηγοί από μια συνδρομή λίστας αλληλογραφίας ή μια αύξηση από τις πωλήσεις των τελευταίων ετών. Κάντε το σημείο να συζητήσετε και να διατυπώσετε τους στόχους σας με την εταιρεία SEO και να καταλήξετε σε συμφωνία προτού τους προσλάβετε. Είναι ωστόσο σημαντικό να θέσουμε ρεαλιστικές προσδοκίες. Σε αντίθεση με την ΔΕΗ και άλλες μορφές πληρωμένης διαφήμισης, η web optimization είναι μια χρονοβόρα διαδικασία, τόσο από την άποψη της εφαρμογής όσο και από τα αποτελέσματα.