

# SEO 2.0: Linkbuilding

Optimalizácia pre vyhľadávače – SEO posunie vašu webstránku vo výsledku vyhľadávania na popredné miesta. Neustály konkurenčný boj o prvé pozície však vytvoril predpoklad pre nastavbu SEO – pre tvorbu spätných odkazov – Linkbuilding.

Inzercia

**Katarína Šavelová,**  
Polar Design

**R**eklama prostredníctvom internetu je spravidla lacnejšia, inovatívnejšia a zväčša i efektívnejšia ako tradičné v tradičných mediatypoch. SEO – optimalizácia webstránky pre vyhľadávače (Google a pod.), bannerová reklama, sponzorované odkazy či virálny marketing – možností je veľa. Inovujte, integrujte alebo zaniknite!

Zvýšte si konverzie svojich webstránok (stav, keď sa z návštevníka stane zákazník – štandardne to býva, pokiaľ návštevník odošle objednávku, zaplatí online tovar alebo len pošle dotaz prostredníctvom kontaktného formuláru). Vo všeobecnosti konverzie dokážu vyjadriť výnosnosť vašich webových stránok. Zamerajte sa preto na kvalitný obsah webstránok a pripravte si dokonalý marketingový koncept s plánom, ako zvýšiť ich návštevnosť a konverzie.

## SEO zvyšuje návštevnosť

Optimalizácia pre vyhľadávače – SEO posunie vašu webstránku vo výsledku vyhľadávania na popredné miesta. Klienti, ktorí hľadajú typ vami ponúkanej služby alebo produktu, nájdu ľahšie práve vás. Niektorí SEO špecialisti tvrdia, že nástup Webu 2.0 ukrýva v sebe už samotnú podstatu konkurenčného boja o prvé pozície vo vyhľadávaní. Vo Webe 1.0 sa tvorili väčšinou statické osobné

stránky, ktorých adresy mali vtedy podobu nekonečných, veľakrát aj niekoľko riadkových znakov. Typická pre Web 1.0 bola jednosmerná prevádzka – na webstránky ste sa väčšinou dostali až po presnom zadaní url adresy do prehliadača. Web 2.0 sa pre SEO špecialistov vyznačuje obojsmernou prevádzkou charakteristickou tvorbou spätných odkazov, či už v podobe bannerovej reklamy, sponzorovaných odkazov, participácie v sociálnych sieťach (mySpace, Facebook, youTube, linkedIn), či výmenou odkazov medzi partnerskými webmi.

## Prvé pozície s Linkbuildingom?

Dostať sa na prvé pozície vo vyhľadávaní pre veľké množstvo kľúčových slov v Googli nie je jednoduché, ale reálne. Zaručiť prvé, druhú alebo tretiu pozíciu vám nemôže nikto, nakoľko Google hodnotí asi 200 parametrov vašej webstránky na základe ktorých jej priraduje PageRank – kvalitné body. Tie vám ako jediné zaručia popredné pozície vo vyhľadávaní. Neustály konkurenčný boj o prvé pozície vytvoril predpoklad pre nastavbu SEO – pre tvorbu spätných odkazov – Linkbuilding. Pod spätným odkazom rozumieme akýkoľvek klikateľný odkaz na inej webstránke, či už vo forme priamej url adresy, vo forme zlinkovaného kľúčového slova, v podobe sponzorovaného odkazu, či re-

klamného banneru. Keď chceme posilniť pozície v Googli na konkrétnu kľúčovú frázu, je dobré budovať sieť spätných odkazov vo forme zlinkovaného kľúčového slova. Ide napríklad o zlinkovanú kľúčovú frázu v texte odborného článku, ktorý ste uverejnili na internetovej stránke s vysokým PageRankom, alebo v krátkej blogerskej diskusii. Možností je veľa. Najdôležitejšie je však umiestnenie spätného odkazu. Najkvalitnejšie sú spätné odkazy umiestnené na webstránkach, resp. podstránkach s vyšším PageRankom, ako má vaša webstránka. Všeobecne platí, čím vyšší PageRank na hostiteľskej webstránke, tým lepšie. V západných krajinách – najmä v USA – už tvorcovia webov myslia na zjednodušenie celého systému výmeny spätných odkazov a vytvárajú pre svojich návštevníkov LinkBuilding Manažerov. Ide v princípe o systém – „vyplň formulár, ulož môj odkaz na tvojej webstránke a ja si uložím ten tvoj“. Takýmto spôsobom vzniká obojstranná výmena internetových liniek a vznikajú recipročné – vzájomné spätné odkazy. Výhodnejšie je však získať jednosmerný spätný odkaz s čo najvyšším PageRankom hostiteľskej webstránky.

## Linkbuilding a Slovensko

Linkbuilding sa udomácnil aj na slovenskom internetovom trhu.

Na rozdiel od zahraničia, kde webmarketingové firmy čoraz viac ponúkajú dočasné spätné odkazy, na Slovensku si zatiaľ SEO experti získavajú klientelu budovaním trvalých liniek. Možnosť získať čo najviac spätných odkazov prehľadávaním webu je časovo náročná záležitosť. Linkbuilding je potrebné realizovať dlhodobejšie, nakoľko prvé výsledky sa zvyčajne ukážu až o tri mesiace. Čoraz častejšie je používaná aj Linkbuilding stratégia vo forme budovania malých podporných webstránok. Túto možnosť využila aj spoločnosť DHL Express Slovakia. Cieľom stratégie bolo zvýšiť PageRank materskej webstránke [www.dhl.sk](http://www.dhl.sk) a zobrazovať ju tak na lepších pozíciách vo vyhľadávaní pre Google. „Vytvorila sa tak malá podporná webstránka [www.expressnapreprava.sk](http://www.expressnapreprava.sk), ktorá bola zoptimalizovaná, aby získala najskôr vysoký PageRank a následne odovzdala kvalitné spätné odkazy pre [www.dhl.sk](http://www.dhl.sk),“ približuje Róbert Molnár, výkonný riaditeľ Polar Designu. „Vo vyhľadávačoch sa naša internetová stránka zobrazuje na popredných miestach, čím sa zvýšil počet návštevníkov stránky DHL, teda aj potenciálnych klientov,“ vyjadrila spokojnosť s výsledkami takto nastavenej kampane Kamila Mráziková, Marketing & Sales Marketing Manager DHL Express Slovakia. ●