

„Mini poradnik o pozycjonowaniu”
Anita Zielke



Ilość odwiedzin strony www ma znaczenie dla pozyskiwania kupujących, dlatego warto zająć się dodatkowo pozycjonowaniem. Chodzi o to, żeby strona była dobrze wyszukiwana. Nie tylko sama pozycja na wysokim miejscu ma tu znaczenie, ale jakość tej pozycji.

Każda strona www, czy firmowa, czy blogowa, a także sklepy internetowe, zajmują się daną branżą. Cała praca polega na tym, żeby dobrze dopasować słowa kluczowe, na które **zostanie wypozycjonowana strona**, a także na tym, aby były one zgodnie z tematyką oferowanych usług i sprzedawanych produktów. Inne słowa kluczowe będą pasowały dla sklepu z obuwem sportowym, a inne z eleganckim obuwem dla mężczyzn do garniturów.

Znalezienie dobrej firmy zajmującej się pozycjonowaniem może być trudne, jedne chcą dużych pieniędzy za efekt, a inne oferują niższe ceny abonamentowe, ale z mało atrakcyjnymi efektami.

Dobrym wyborem może się okazać wybranie pozycjonowania przez samodzielne działania, to znaczy z możliwością wybierania słów kluczowych oraz samodzielnego wybierania, gdzie one się będą wyświetlać. Tryby są dwa: ręczny i półautomatyczny. W zależności od tego, jaki na zakup linków chcemy mieć wpływ. Instrukcje wideo i szczegółowe opisy działania mogą pomóc poruszać się w panelu dla pozycjonera, a stawki są na tyle atrakcyjne, że warto się zainteresować serwisem.

Sposoby na promocję firmy w Internecie

Każda firma chce mieć własną stronę www, najlepiej bardzo nowoczesną i dostosowaną do urządzeń mobilnych. Obecnie znacznie więcej użytkowników Internetu przegląda sieć na tabletach i smartfonach.

Jednak ważna jest nie tylko sama strona, ale także promocja usług, produktów i marki firmy wsparcie sprzedaży. Jeśli jest ona jeszcze mało znana warto zastosować kilka technik naraz.

Fanpage na Facebooku

To jeden ze sposobów promocji, skutecznie wspierający stronę firmową. Tam zamieszcza się najciekawsze wydarzenia dotyczące firmy, informacje o nowych produktach i zbiera fanów, czyli sympatyków danej marki.

Blog

To taka strona dodatkowa, na niej pisze się trochę „luźniej” niż na stronie firmowej, gdzie obowiązuje język oficjalny. Na blogu również informuje się o nowych produktach i usługach. Tam też zamieszcza się zapowiedzi nowych wydarzeń w firmie, czy nowo powstających produktów.

Biuro prasowe i materiały dla prasy

[Biuro prasowe online](#), czyli panel do dodawania wpisów, warto mieć ze względu na możliwości zaprezentowania oferty usługowej i produktowej. Tam, też jak we wszystkich powyższych mediach można dodać swoje logo firmowe, podać dane kontaktowe do firmy i zamieszczać informacje tekstowe dotyczące własnej oferty. Notatki z biura prasowego mogą być wykorzystywane na innych portalach po wcześniejszym ustaleniu z autorem i z podaniem źródła. To więc może skutecznie wspierać reklamę firmy.

Portale społecznościowe – lokalne

Warto postarać się o reportaż własnej firmy, nawet w formie artykułu sponsorowanego, czyli odpłatnie. Fotorelacja i opis działalności firmy na danym obszarze oraz dane kontaktowe, to skuteczna forma nie nachalnej reklamy, lepszej niż banerowa. W dodatku od czasu do czasu, takie działania warto powtarzać, aby przypomnieć swoim kontrahentom o własnym istnieniu i pozyskać nowe potencjalnie zainteresowane osoby.

Jak poprawiać miejsce w wyszukiwarce oraz ciągle je umacniać?

Biznes online, czyli posiadanie strony www dla własnego biznesu stacjonarnego, ma na celu pozyskiwać potencjalnie zainteresowanych usługami lub produktami. Jak więc powszechnie wiadomo, im wyższe miejsce, tym więcej odwiedzin i potencjalnych odbiorców.

Metodą na lepsze miejsce w wynikach wyszukiwania jest pozycjonowanie strony, czyli spowodowanie, aby była ona jak najwyżej. No, tak łatwo powiedzieć, ale trudniej zrobić. Nie jest to jednak takie skomplikowane, jak by się mogło wydawać. Ważne, aby działać systemowo oraz przede wszystkim regularnie.

Warto zapamiętać, że każdy nowy i niepowtarzalny wpis na stronie, to kolejny link, prowadzący do niej. Tak się ostatnio stało, że zmieniony został, jak zresztą co jakiś czas, algorytm najbardziej znanej wyszukiwarki, aby takie sztuczne pozycjonowanie trochę było trudniejsze. Jeśli chodzi o wpisy na bloga lub w biurze prasowym, to najlepsze są takie, nigdzie indziej nie publikowane, zatem należy się zastanowić, na jakiej stronie chcemy zamieścić dany tekst. Dla każdej witryny, powinien być, trochę inny.

Sposobem, na uniknięcie duplikatu, jednej treści może się okazać zastosowanie, tak zwanych synonimów. Wtedy w kontekście chodzi o to samo, ale słowa są już inne. Na przykład: w jednej treści można użyć sformułowania: program seo, które można zmienić na: automat do seo.

Inny, dobry sposób, na poprawienie miejsca danej strony www, to wstawianie linków do niej, w treści na innych stronach. Nie powinno się robić jednak, wpisów byle gdzie, ale na stronach najbardziej związanych tematycznie i to z odpowiedniej długości treścią. Jednak, nie na zasadzie wielokrotnego umieszczania linków, aby było ich więcej. To na pewno źle zadziała. Skuteczniejsza, jest ta bardziej czasochłonna metoda. Czyli pisanie podobnych treści, ale różnych na różne strony. W dodatku działać nie wystarczy jednorazowo, ale stale i co jakiś czas szukać nowszych i ciekawych miejsc na swoje treści.

Jak biuro prasowe pozwala skutecznie umacniać pozycję danej marki?

Biuro prasowe ma za zadanie umożliwić kontakt danej marki z mediami społecznościowymi oraz portalami. Zamieszczane w nim informacje są gotowe do przedruku, albo przekopiowania pod warunkiem nawiązania współpracy między dziennikarzem, a PR-owcem. Wpływa to korzystnie na pracę obu osób. Każdy coś na tym zyskuje.

Dziennikarz, bywa że brakuje mu tak zwanej weny do pisania, potrzebuje wówczas gotowej treści na stronę www. Jednak dobrze, żeby była ona zgodna z tematyką działu, albo prowadzonego portalu. Kiedy PR-owiec zgodzi się na [publikację treści](#) na danej stronie, zaczyna się współpraca.

PR-owiec, czyli osoba budująca swoją markę w sieci, stara się zabiegać o więcej

odwiedzin, a także o zainteresowanie. Ma jednak ograniczone możliwości, co do zamieszczania swoich informacji, poszukuje współpracujących serwisów oraz wspierania jego strony www dodatkowymi linkami z innych portali, zyskuje zatem odwiedziny faktycznie zainteresowanych osób, a to jest bardzo ważne.

Zakładanie biura prasowego – konfiguracja

To bardzo ważny element pracy PR-owca, gdyż dobre ustawienia gwarantują lepszą rozpoznawalność marki w sieci. Dobrze jest dodać logo swojej firmy i zrobić odpowiednie ustawienia przykładowo osób piszących, których w biurze prasowym może być więcej niż jedna. Najważniejsze jest wspieranie marki.

Loga i kategorie ważna sprawa

Dopasowanie loga, a zwłaszcza jego wielkości, to bardzo istotna kwestia, podobnie jak nazwa biura oraz wskazanie osoby do kontaktu. Kategorie powinny być dobrane do tego, o czym zamierza się pisać, o tym czego dotyczy działanie firmy.

Pisanie artykułów:

- eksperckich, mających za zadanie przekazanie pewnej porcji wiedzy ogólnie tematyczne
- informacyjnych, czyli informujące o marce, firmie oraz czym się dana firma zajmuje, w jakiej branży działa, a także czy posiada własną stronę www, podanie linku do niej, jest tu jak najbardziej na miejscu
- **materiały dla prasy**, to gotowe do przedruku informacje mogące niejako uzupełnić niektóre portale, im więc ciekawsze tym lepiej

Anita Zielke

[System do pozycjonowania stron – link](#)

[Darmowe biuro prasowe - link](#)