

Czy w przyszłości wyszukiwarki przechytrzą marketerów?

2016-01-29

Wielu marketerów zadaje sobie pytanie: czy słowa kluczowe mają jeszcze znaczenie? Trudno znaleźć na nie jednoznaczną odpowiedź. Słowa kluczowe liczą się nieco mniej niż w przeszłości, ale nadal odgrywają ważną rolę przy ustalaniu rankingów treści internetowych.

Biorąc pod uwagę zmiany, które Google wprowadziło w ciągu ostatnich kilku lat, możemy jednak przypuszczać, że frazy kluczowe będą niedługo interpretowane przez algorytmy sterowane przez sztuczną inteligencję. Od 2015 roku wyszukiwarka Google jest wspomagana przez technologię "RankBrain", która umożliwia lepsze zrozumienie fraz wpisywanych do wyszukiwarki.

Co czeka dziedzinę SEO w przyszłości? Czy marketerzy będą mieli coraz mniej do powiedzenia?

Przyszłość pozycjonowania (SEO)

Google od zawsze dyktuje zasady SEO. Za każdym razem, gdy pojawia się nowa wersja algorytmu, najlepsze praktyki SEO szybko ulegają zmianie. Na podstawie modyfikacji, które zaszły w ciągu ostatnich kilku lat, możemy wyciągnąć kilka podstawowych wniosków.

Google coraz bardziej koncentruje się na tzw. "semantic search", które ma za zadanie usprawnić jakość usług poprzez lepsze zrozumienie zamiarów użytkowników, jak również szerszego kontekstu odnośnie wyszukiwania (np. lokalizacja, wykorzystane słowa kluczowe, synonimy, naturalny język itd.)

Oprócz tego Google poświęca coraz więcej zasobów na rozwój wyszukiwań mobilnych i chce całkowicie wyeliminować możliwość „ogrania” algorytmów, zostawiając marketerom do dyspozycji wyłącznie podstawowe możliwości optymalizacji. Biorąc to pod uwagę, możemy liczyć na to, że kontekst wyszukiwania będzie w przyszłości ważniejszy niż to, jakie słowa kluczowe użytkownik ostatecznie wpisuje do wyszukiwarki.

Wspomniane trendy będą miały znaczny wpływ na najbliższą przyszłość świata SEM (Search Engine Marketing). Efektywny marketing będzie w większym stopniu polegał na...

Przeczytaj cały artykuł

Autor: Piotr Michalak