

Jak zajmować wysokie pozycje w wyszukiwarce Google?

2019-06-10



Wyszukiwarka Google powstała po to, aby katalogować wszystkie informacje zawarte w internecie i prezentować je użytkownikom po wpisaniu konkretnego zapytania.

Jak działają algorytmy Google?

Algorytmy Google mają za zadanie ocenić strony WWW i obdarzyć je większym bądź mniejszym zaufaniem. Co to oznacza? Chodzi o jak najlepsze dopasowanie witryny do wymagań, które stawiają algorytmy. Do badanych czynników zalicza się kilka bardzo ważnych elementów: wartościowe i oryginalne treści kompleksowo opisujące daną usługę lub obiekt, dane kontaktowe, umożliwienie użytkownikom bezproblemowego poruszania się po witrynie, brak błędów na stronie, zadowalająca szybkość ładowania witryny.

Czynników wpływających na wartość strony internetowej w wyszukiwarce Google jest znacznie więcej. Ranking stron internetowych, które pojawiają się na dane zapytanie, musi być jak najlepiej dopasowany do potrzeb użytkowników, aby chcieli oni jak najczęściej korzystać z wyszukiwarki.

Jak osiągnąć wysokie wyniki w wyszukiwarce Google?

Osiągnięcie zadowalającej widoczności witryny w wyszukiwarce Google wymaga przede wszystkim zapoznania się ze wszystkimi wytycznymi, które udostępnia Google (<https://support.google.com/webmasters/>) oraz śledzenia aktualizacji dotyczących algorytmów. Cały ten proces zajmuje sporo czasu, tym bardziej, jeśli hotel nigdy wcześniej tego nie robił. Warto jednak podjąć działania związane z SEO, ponieważ pozycja w wyszukiwarce Google ma znaczący wpływ na liczbę rezerwacji bezpośrednich.

Zatem jak zdobyć zaufanie algorytmów i wyprzedzić konkurencję, czyli skutecznie zwiększyć ruch na swojej stronie internetowej? Odpowiedź jest bardzo prosta: trzeba zacząć działać!

Dobór słów kluczowych

Pozycjonowanie polega na zdobywaniu wysokich pozycji na wiele różnych zapytań. Bardzo często współpraca pomiędzy hotelem i agencją interaktywną polega na pozycjonowaniu konkretnej puli słów kluczowych (fraz). Przy takiej formie współpracy bardzo ważnym etapem jest wybór zapytań, na które będzie pozycjonowana witryna. Zdarza się, że

dział SEO (ang. Search Engine Optimization) otrzymuje od marketerów z hotelu komplet fraz, na które obiekt chciałby się pozycjonować. Niestety, nie zawsze są one rentowne i dają szansę na wzrost ruchu w witrynie.

Jeśli chcesz dobrać słowa kluczowe tak, aby osiągnąć szybki zwrot z inwestycji w pozycjonowanie, weź pod uwagę kilka czynników:

Lokalizację obiektu - algorytmy Google premiuja hotele najlepiej dopasowane do lokalizacji zawartej w zapytaniu. Oznacza to, że hotel znajdujący się w Gdyni nie powinien pozycjonować się na zapytania związane z Gdańskiem, ponieważ prawdopodobnie nigdy nie zostaną osiągnięte założone cele. Inwestycja w pozycjonowanie niezwiązane z lokalizacją hotelu jest bardzo ryzykowna.

Udogodnienia w hotelu - goście, poszukując wymarzonego pobytu w hotelu, często do zapytania wpisywanego w Google dodają atrakcje, np. "Hotel Poznań z basenem", "Hotel z jacuzzi w Sopocie".

Przymiotniki opisujące hotel - wiele osób, poszukując hotelu, opisuje go przymiotnikami i dodaje je do swojego zapytania, np. "Luksusowy hotel w Kołobrzegu", "Tani hotel w Poznaniu".

Popularność danego zapytania - pozycjonowanie wybranych słów kluczowych powinno mieć poparcie w liczbie wyszukiwań.

Dowiedz się więcej o pozycjonowaniu, przeczytaj cały artykuł.