

SEO: Search Engine Optimisation

SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

Σας καλωσορίζουμε στη νέα πρωτοβουλία της Eurobank για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.

Σε αυτό το βίντεο για τη νέα ψηφιακή εποχή παρουσιάζουμε τη διαδικασία του off-site optimisation.

Η διαδικασία του off-site optimisation αφορά τη δημιουργία και προσέλκυση links από άλλα website προς το δικό μας.

Για την Google η ύπαρξη ενός link προς κάποιο website νοείται ως ψήφος εμπιστοσύνης στο website αυτό και βοηθά στη βελτίωση της κατάταξής του στα αποτελέσματα αναζήτησης.

Η διαδικασία της απόκτησης links χωρίζεται σε δύο διαφορετικές εργασίες:

- την **επιλογή πηγών** για την προσέλκυση των links, και
- την **επιλογή του όρου ή της φράσης** που θα χρησιμοποιήσουμε ως link. Αυτό λέγεται anchor text και είναι η λέξη ή φράση πάνω στην οποία τοποθετείται το link.

Οι πηγές που μπορούν να αποδώσουν σχετικά links είναι πολυάριθμες. Ενδεικτικά είναι:

- Συνεργασίες με άλλες εταιρείες και φορείς (partnerships).
- Υλικά που αποστέλλονται για δημοσίευση, δελτία τύπου κ.λπ. (outgoing material).
- Περιεχόμενο που δημιουργούν οι χρήστες στο διαδίκτυο (user generated content).
- Διάφορα σημεία στο διαδίκτυο που προσφέρουν τη δυνατότητα δημιουργίας links (link opportunities).

- Links που προκύπτουν ύστερα από έρευνα στο διαδίκτυο, για παράδειγμα πηγές από τις οποίες δέχονται links οι ανταγωνιστές (links from research).
- Δημιουργία links εκ του μηδενός σε sites που παρέχουν τέτοια δυνατότητα, για παράδειγμα directories (manual submission).
- Δημιουργία blog με σχετικό περιεχόμενο από το οποίο αντλούνται links προς το targeted website (blog creation).
- Γραφικά ή εικόνες, που έχουν επεξηγηματικό στόχο, δηλαδή παρέχουν πληροφορίες (infographics ή instructographics).
- Ποικίλες άλλες ενέργειες που βοηθούν στην προσέλκυση links και δεν θα καλύψουμε σε αυτό το webinar (other actions).



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)



Ας δούμε όμως μία-μία πηγή πιο αναλυτικά.

Καταρχάς, τα partnerships, δηλαδή **συνεργασίες με άλλες εταιρείες και φορείς**.

Η απόκτηση links από συνεργαζόμενα websites κρίνεται πολύ σημαντική για την απόκτηση links από ιστοσελίδες που έχουν πολύ μεγάλη σημασία.

Τέτοιες σελίδες είναι:

- Σχετικές ενώσεις ή σύλλογοι όπου ανήκει η εταιρεία.
- Οργανισμοί που παρέχουν βραβεύσεις και αναγνωρίσεις.
- Websites συνεργατών ή μεταπωλητών.
- Κατάλογοι ή άλλα ευρετήρια που περιέχουν εταιρείες του αντίστοιχου κλάδου.

Και η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Δημιουργία λίστας με πηγές.
- ii. Προσδιορισμός του ακριβούς σημείου στο website όπου θα τοποθετηθεί το link. Δηλαδή, προσδιορισμός της εσωτερικής σελίδας του website καθώς και του συγκεκριμένου σημείου μέσα στη σελίδα, banner, footer, κυρίως περιεχόμενο κ.λπ.
- iii. Επικοινωνία με τον διαχειριστή του website για την τοποθέτηση του link.



Άλλη μια τακτική που μπορεί να αποφέρει πολύ χρήσιμα links είναι η **αποστολή υλικού** (outgoing material), όπως Δελτία Τύπου, άρθρα κ.λπ. σε websites που δημοσιεύουν διαφημιστικό και άλλο υλικό.

Το outgoing material distribution αποτελεί μια διαδικασία κατά την οποία, εξειδικευμένα websites αναλαμβάνουν την αποστολή των υλικών που έχουμε δημιουργήσει, για παράδειγμα ένας Δελτίο Τύπου ή άλλο υλικό, σε έναν μεγάλο αριθμό websites ή χρηστών. Το υλικό που αποστέλλεται είναι περιεχόμενο που γίνεται shared σε πολλές πηγές από όπου θα μπορούσαμε να αποκτήσουμε links, εφόσον στο κείμενο του υλικού προσθέσουμε ένα link προς το website μας.

Πιο συγκεκριμένα, τα υλικά που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε και οι τρόποι χρήσης τους είναι οι εξής:

- Αποστολή Δελτίων Τύπου.
- Συνεργασίες με media στα sites των οποίων μπορούν να φιλοξενηθούν είτε banners είτε άρθρα με links.
- Χρήση υπηρεσιών PR με σκοπό τον διαμοιρασμό branded περιεχομένου, videos, photos, interviews, στο διαδίκτυο.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Συγκέντρωση των υλικών που έχουν ήδη δημιουργηθεί και είναι έτοιμα προς αποστολή.
- ii. Προσδιορισμός του ακριβούς σημείου στο υλικό (όρος ή φράση) όπου θα τοποθετηθεί το link.
- iii. Αποστολή των υλικών στα οποία έχουν τοποθετηθεί τα links.



User generated content: αναδιαμόρφωση σε **περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί από τους χρήστες** στο διαδίκτυο, με σκοπό την απόκτηση link προς το website.

Καθημερινά μέσα σε φόρουμ και blogs δημιουργείται τεράστιος όγκος πληροφορίας, που μπορεί να αποδειχτεί πολύ χρήσιμος για να δημιουργήσουμε σχετικά links προς το website.

Το συγκεκριμένο περιεχόμενο, που θα χρησιμοποιήσουμε για να το μετατρέψουμε σε link, ενδέχεται να είναι:

- branded, δηλαδή αναφορά στην εταιρεία, το website ή κάποιο σχετικό προϊόν ή υπηρεσία, ή
- non branded.



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Έρευνα και συγκέντρωση του περιεχομένου, branded και non branded. Δηλαδή, συγκεντρώνουμε τα posts των φόρουμ ή blogs από όπου θα αντλήσουμε το link.
- ii. Αποφασίζουμε προς ποια σελίδα του website μας θα οδηγή το link που θα τοποθετήσουμε.
- iii. Προχωρούμε σε ανάρτηση της απάντησής μας για τα φόρουμ posts ή του σχολίου μας για τα blog posts. Σε αυτό το σημείο απαιτείται προσοχή ώστε η απάντηση ή το σχόλιο να φαίνεται όσο το δυνατόν πιο φυσικό και όχι προϊόν link building.



Link opportunities: έρευνα στο διαδίκτυο για αναφορές σε όρους ή φράσεις ή και άλλο περιεχόμενο, εικόνα, από τα οποία θα θέλαμε να δημιουργήσουμε links προς το website μας.

Το τεράστιο περιεχόμενο του διαδικτύου προσφέρει πολλές **δυνατότητες ανακάλυψης περιεχομένου σχετικού με το website** μας, που να είναι ορφανό, δηλαδή να μην έχει κάποιο link προς το website μας.

Το συγκεκριμένο περιεχόμενο ενδέχεται να είναι: branded ή non branded αναφορά, όρος ή φράση και εικόνα σχετικά με το website ή links που οδηγούν προς το website μας αλλά σε σελίδα που έχει καταργηθεί και δεν υπάρχει πια.

Σε αυτήν την περίπτωση το ζητούμενο είναι η αντικατάστασή του από κάποιο link που να οδηγεί προς μια σχετική σελίδα που υφίσταται.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Έρευνα και συγκέντρωση των σχετικών αναφορών.
- ii. Επικοινωνία με τον διαχειριστή του website, όπου έχουμε βρει τη συγκεκριμένη αναφορά, και παροχή αναλυτικών οδηγιών σχετικά με το link που θα θέλαμε να τοποθετηθεί.
- iii. Επανελέγχος της αναφοράς ώστε να βεβαιωθούμε ότι έχει τοποθετηθεί το σωστό link και με τον επιθυμητό τρόπο, σωστό URL.



From research: **εύρεση πηγών για τη δημιουργία links ύστερα από έρευνα** που σχετίζεται με ήδη υπάρχοντα προς το website links, με links προς το website που υπήρχαν αλλά χάθηκαν πρόσφατα ή με links ανταγωνιστών.



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

Ας τα δούμε ένα ένα.

- **Own new links:** ο συγκεκριμένος τρόπος μας βοηθά να αναγνωρίσουμε link patterns που υπάρχουν και να καταλήξουμε σε websites από τα οποία παίρνουμε ήδη links και δεν είχαμε φανταστεί ποτέ ότι θα είχαμε τέτοια δυνατότητα.
- Για παράδειγμα, αναλύοντας τα links προς το website μας, ενδέχεται να δούμε πως έχουμε πολλά links από educational websites. Επιπλέον σχετική έρευνα μπορεί να μας δώσει πληροφορίες για τον τρόπο που θα ακολουθήσουμε, ώστε να αποκομίσουμε ακόμη περισσότερα και πιο στοχευμένα links από educational websites.
- Έχοντας up to date λίστα με τα links μας, είμαστε σε θέση ανά πάσα στιγμή να εντοπίσουμε links που είχαμε αλλά χάθηκαν και να προβούμε σε ενέργειες για επανάκτησή τους.
- Και, τέλος, πραγματοποιώντας έρευνα των πηγών από τις οποίες αντλούν links οι ανταγωνιστές, δίνεται η δυνατότητα εύρεσης νέων ευκαιριών πηγών δημιουργίας links.

Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Έρευνα και συγκέντρωση των σχετικών πηγών και αναγνώριση τυχόν patterns που ισχύουν.
- ii. Επικοινωνία με τον διαχειριστή του website όπου έχουμε βρει τη συγκεκριμένη αναφορά και παροχή αναλυτικών οδηγιών σχετικά με το link που θα θέλαμε να τοποθετηθεί.
- iii. Επανελέγχος της αναφοράς ώστε να βεβαιωθούμε ότι έχει τοποθετηθεί το σωστό link και με τον επιθυμητό τρόπο, σωστό URL.



Manual submission: αυτός ο τρόπος δημιουργίας links περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες για τη δημιουργία links σε συγκεκριμένα websites που επιτρέπουν το link submission από τους επισκέπτες τους και όχι μόνο από τον διαχειριστή τους.

Οι πηγές είναι οι εξής:

- Directories
- Αν και αποτελεί έναν σχετικά παλιό τρόπο απόκτησης links, υπάρχουν αρκετές πηγές, directories που μπορούν να χαρακτηριστούν ως πολύτιμες, προσφέροντας links που μεταβιβάζουν ποιοτικό link juice ως προς το site για το οποίο γίνεται το link building.



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

- Πολλά από αυτά αποτελούν γενικής θεματολογίας directories. Υπάρχουν και αρκετά με θεματολογία ανάλογη με αυτή του website.
- Ένα δεδομένο που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι το γεγονός ότι πολλά από τα αναφερόμενα directories απαιτούν πληρωμή που φτάνει έως και τα 300\$ τον χρόνο, έτσι ώστε να προχωρήσουν στην καταχώριση συγκεκριμένου website.
- Επίσης, ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που αφορά στην καταχώριση σε directories είναι το γεγονός ότι κατά την καταχώριση σε ένα directory εισάγουμε το website ως σύνολο και όχι τις επιμέρους σελίδες του. Άρα, τα directories αποτελούν πηγές link building για το site συνολικότερα και όχι ανά ενότητα ή σελίδα του.
- Social bookmarking
- Τα social bookmarking websites είναι πολύ σημαντικές πηγές άντλησης links. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στη δημιουργία buzz γύρω από σχετικές θεματικές ενότητες, παρέχοντας ταυτόχρονα κι έναν αρκετά ικανό αριθμό επισκεπτών στο website.
- Παράλληλα, πολλές ιστοσελίδες αναπαράγουν και δημοσιεύουν posts από social bookmarking sites με αποτέλεσμα οι αναρτήσεις μας να παρουσιάζονται ταυτόχρονα και σε άλλες διαδικτυακές τοποθεσίες.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Έρευνα και συγκέντρωση των σχετικών πηγών και κατάληξη στους όρους ή φράσεις που θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε και να στοχεύσουμε, καθώς επίσης και στις σελίδες του website μας όπου θέλουμε να οδηγούν τα links.
- ii. Καταχώριση link στο εκάστοτε website, directory ή social bookmarking.



Και συνεχίζουμε με τη δημιουργία **blog** για αποκόμιση links προς το website.

Η δημιουργία ενός blog με περιεχόμενο που να είναι σχετικό με το website εξυπηρετεί ταυτόχρονα και την προσέλκυση των χρηστών με στόχο την άντληση πληροφοριών, αλλά και τη δημιουργία links από ένα owned entity προς το website μας. Αυτό επιτρέπει τη δημιουργία εκείνου του αριθμού αλλά και του περιεχομένου των



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

links που χρειάζεται το website μας ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Συγκέντρωση του περιεχομένου που θα έχει το blog.
- ii. Έναρξη δημιουργίας περιεχομένου με την προσθήκη των links που απαιτούνται.



Τέλος, τα **infographics** ή **instructographics** είναι μια πλούσια γραφική απεικόνιση χρήσιμων δεδομένων ή στοιχείων, και χρησιμοποιούνται όταν θέλουμε να επικοινωνήσουμε έναν μεγάλο όγκο πληροφοριών.

Τα infographics παρουσιάζουν πληροφορίες, π.χ. data, ή την ιστορία ενός θέματος, ενώ τα instructographics αποτελούν οδηγό που παρέχει πληροφορίες στους χρήστες πώς να κάνουν κάτι.

Η απεικόνιση πληροφοριών με τη χρήση τους αποτελεί μια πολύ διαδεδομένη πρακτική στο διαδίκτυο, αφού:

- μπορεί να είναι διασκεδαστικά και να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του χρήστη
- δίνουν τη δυνατότητα να παρουσιαστεί ένας πολύ μεγάλος όγκος πληροφοριών σε μία μόνο εικόνα,
- είναι διαφορετικά από τις συνηθισμένες ιστοσελίδες κειμένου με αποτέλεσμα η πληροφορία που παρουσιάζουν να αποτυπώνεται ευκολότερα στο μυαλό του χρήστη, και τέλος
- η δημιουργία infographics ή instructographics και η προώθησή τους με τον σωστό τρόπο μπορεί να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα στην προσπάθεια προβολής ενός brand μέσω διαδικτύου, τόσο για λόγους social media marketing όσο και για Search Engine Optimisation.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

- i. Καταλήγουμε στον όρο ή φράση για τον οποίο θέλουμε να δημιουργήσουμε links.
- ii. Συγκεντρώνουμε τις απαραίτητες πληροφορίες για τη θεματική που θα περιλαμβάνει το infographic ή instructographic και η οποία θα πρέπει να είναι σχετική με τον όρο ή φράση.
- iii. Και τέλος ξεκινάμε τη δημιουργία του.



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)



Παρατηρώντας τις πηγές και τους τρόπους απόκτησης links, θα πρέπει να δούμε τον τρόπο με τον οποίο θα γίνεται η χρήση των όρων ή φράσεων όπου τοποθετείται το link προς το website.

Όπως αναφέρθηκε στην αρχή, ο όρος ή φράση που περιλαμβάνει το link προς το website λέγεται **anchor text**. Έχει καίρια σημασία για τη διαδικασία του off-site optimisation, καθώς αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα για να αντιληφθεί η Google σε τι αναφέρεται το link.

Όμως, η αλόγιστη χρήση τεχνικών off-site optimisation και η προσπάθεια δημιουργίας τεχνητών links με ανεπιθύμητες μεθόδους (για παράδειγμα, με αυτοματοποιημένο software) ανάγκασε την Google να δημιουργήσει αλγόριθμους που ελέγχουν κάθε link ως προς τη χρήση των anchor texts, όρων ή φράσεων.



Οι τακτικές link building απαιτούν τη χρήση ποικιλομορφίας στα keywords και anchor texts που χρησιμοποιούνται.

Ποικιλομορφία σημαίνει χρήση διαφορετικών όρων ή φράσεων και keywords για τη δημιουργία links, που φυσικά θα οδηγούν σε διαφορετικές σελίδες του website (URL).

Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται ένα link προφίλ που:

- Πρώτον, ακολουθεί τις κατευθύνσεις του αλγόριθμου της Google για απόκτηση links με φυσικό τρόπο. Η χρήση του ίδιου keyword σε όλα τα links ενός website αποτελεί δείγμα ότι αυτά δεν είναι φυσικά links αλλά προϊόν αυτοματοποιημένης διαδικασίας link building.

Εάν αντιληφθεί κάτι τέτοιο ο μηχανισμός της Google, υποβαθμίζει την κατάταξη του website.

- Και δεύτερον, δίνει αξία σε πολλές διαφορετικές σελίδες του website. Κάθε link προς κάποια σελίδα του website δίνει αξία στη σελίδα προς την οποία οδηγεί.

Έτσι, η απόκτηση links προς ποικίλες σελίδες θα διαμοιράσει την αξία σε πολλές και διαφορετικές σελίδες, κι όχι μόνο σε μία.



Οι όροι ή φράσεις που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δημιουργήσουμε ένα φυσικό link προφίλ πρέπει να ακολουθούν την παρακάτω πρακτική:



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

- Το 60% των links θα πρέπει να περιλαμβάνει όρους ή φράσεις που περιέχουν το brand name.
- Το 30% των links θα πρέπει να περιλαμβάνει όρους ή φράσεις που περιλαμβάνουν σχετικές ή συνώνυμες λέξεις ή φράσεις με εκείνες που θέλουμε να στοχεύσουμε.
- Το 10% των links θα πρέπει να περιλαμβάνει τον ακριβή όρο ή φράση που θέλουμε να στοχεύσουμε.

Κλείνοντας, να πούμε ότι το link building είναι από τα πιο βασικά συστατικά και ίσως το βασικότερο για κάποιους. Απαιτεί αρκετό χρόνο και προσπάθεια, αλλά, κάνοντάς το σωστά, το site έχει μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

Εμπλουτίστε τις ψηφιακές γνώσεις σας με όλο το υλικό μας και αποκτήστε τη δυνατότητα να εξελίξετε την επιχείρησή σας.

Παρακολουθήστε ξανά το [webinar SEO βελτιστοποίηση εκτός website](#) ή δείτε και άλλα [webinar που μπορεί να σας ενδιαφέρουν](#) του Digital Academy.



SEO βελτιστοποίηση εκτός website

[▶ Δείτε το webinar](#)

Powered by Isobar

Το παρόν υλικό στοχεύει στη γνωριμία και εξοικείωσή σας με τα σύγχρονα δεδομένα της επικοινωνίας με χρήση ψηφιακών μέσων. Έχει καθαρά πληροφοριακό χαρακτήρα και σε καμία περίπτωση δεν συνιστά προτροπή ή παρακίνησή σας να εφαρμόσετε ή να ακολουθήσετε τις δυνατότητες προβολής και διαφήμισης που παρουσιάζονται. Βασίζεται στις γνώσεις και την εμπειρία της εταιρείας ISOBAR – IPROSPECT ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. Ενσωματώνει πληροφορίες που αντλούνται από πηγές με δημόσιο χαρακτήρα και ενδέχεται να μεταβληθούν.

Σας καλούμε να διαβάσετε προσεκτικά και να συμμορφώσετε με τους όρους και προϋποθέσεις που διέπουν τη χρήση του παρόντος υλικού, όπως περιγράφονται εδώ: www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar