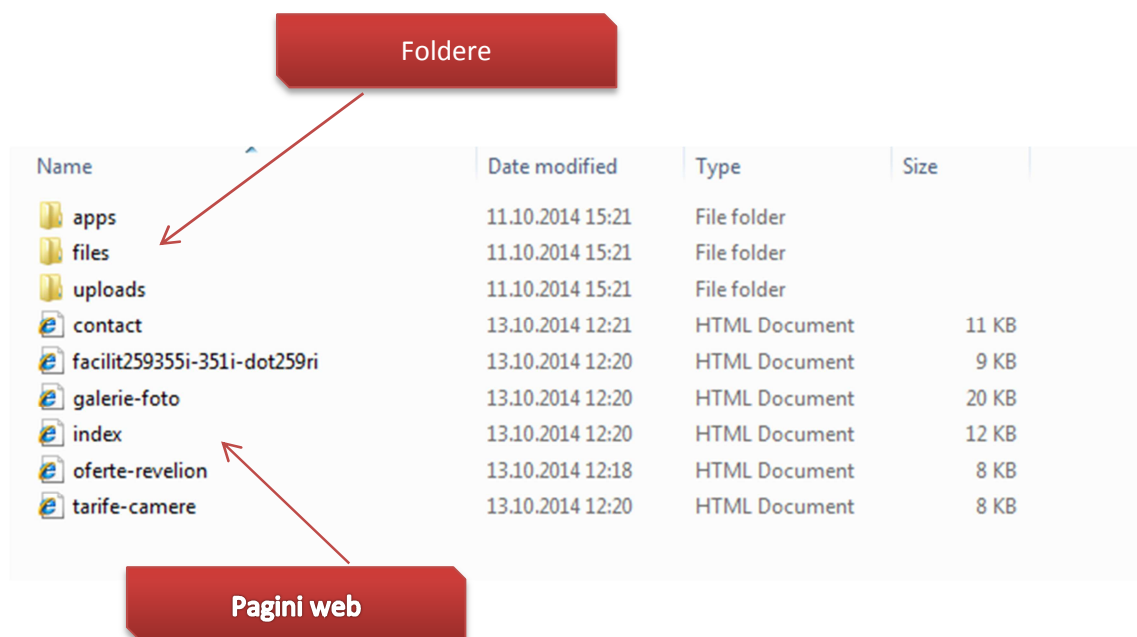


Elemente componente ale unui site

Elemente specifice publicării și regăsirii site-ului în cadrul motoarelor de căutare

A. Elemente componente ale unui site



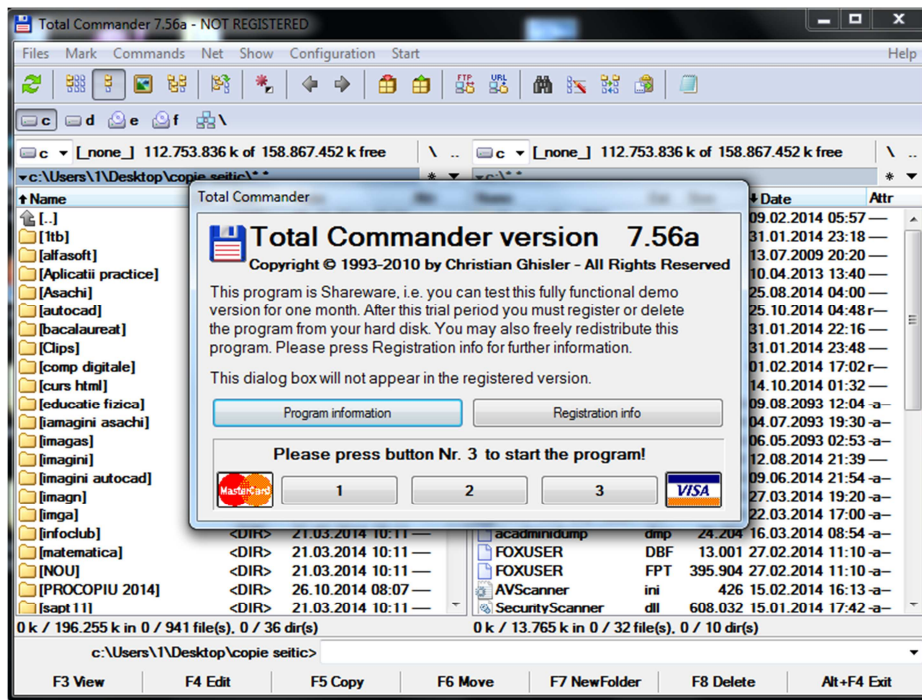
Folderele pot conține: fișiere grafice, fișiere audio, fișiere video, fișiere pdf, fișiere create cu programe Office etc.
(Exemple: site-urile proiectate în arele anterioare)

B. Elemente specifice publicării și regăsirii site-ului în cadrul motoarelor de căutare

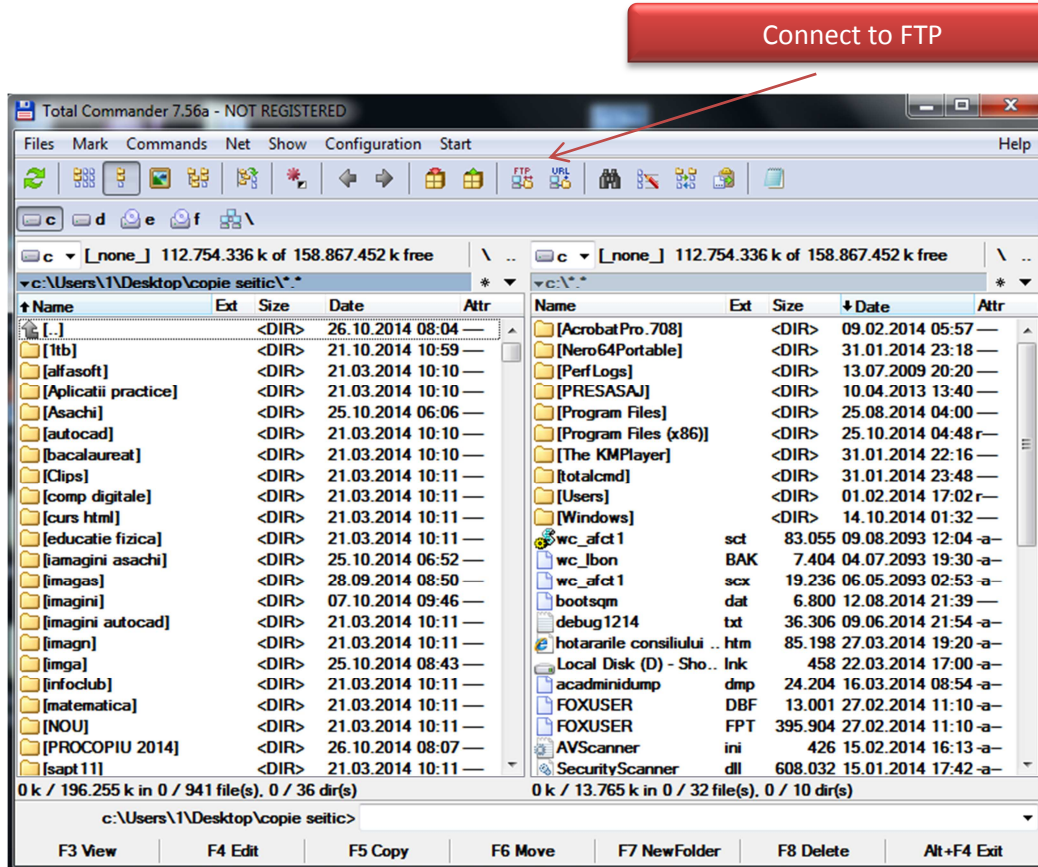
Elemente specifice publicării

Programul Total Commander 

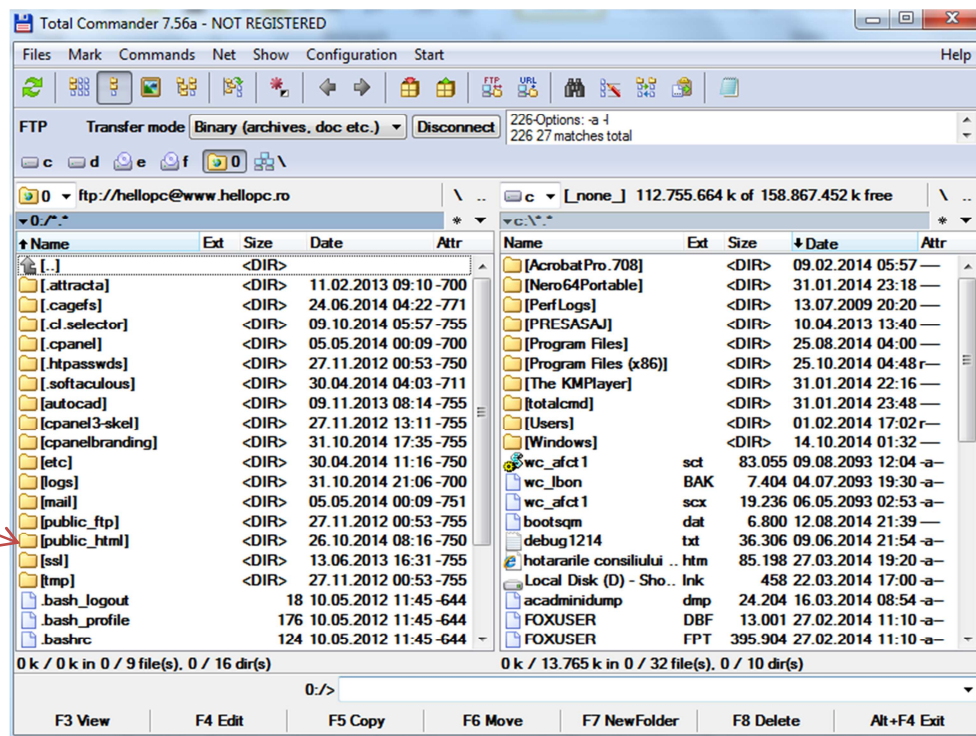
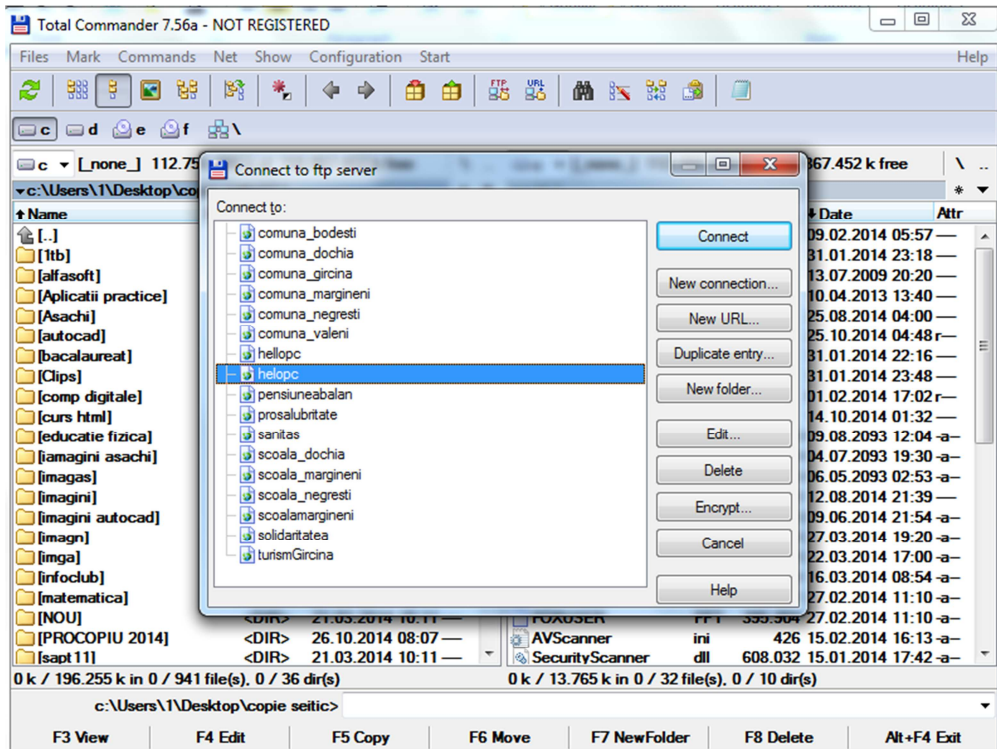
Lansare în execuție



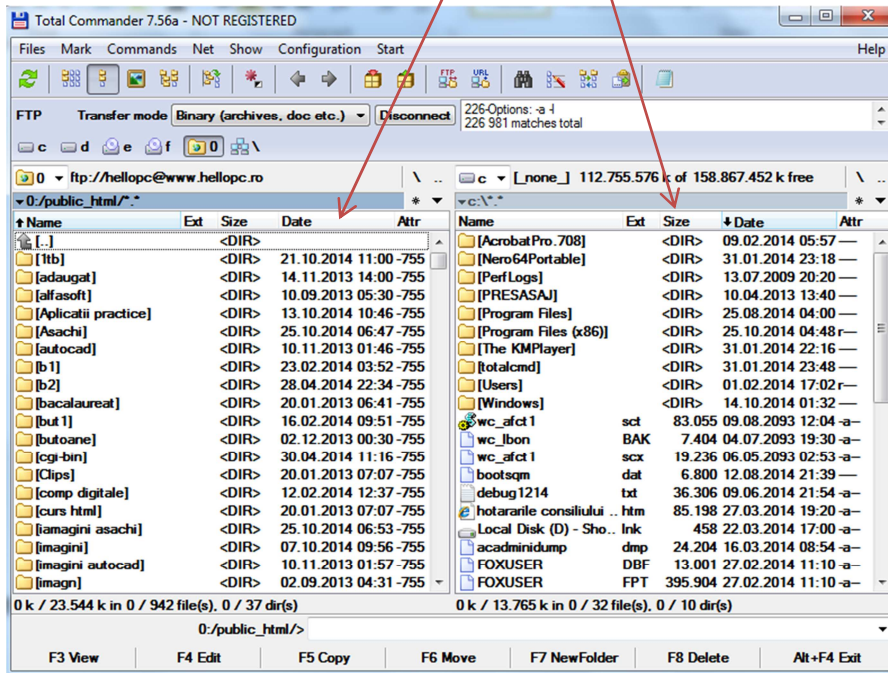
Conectare FTP



Conectare la server



Cele două panouri



Două panouri:

- panoul pentru fişerele de pe server
- panoul pentru spatiul de pe calculatorul personal

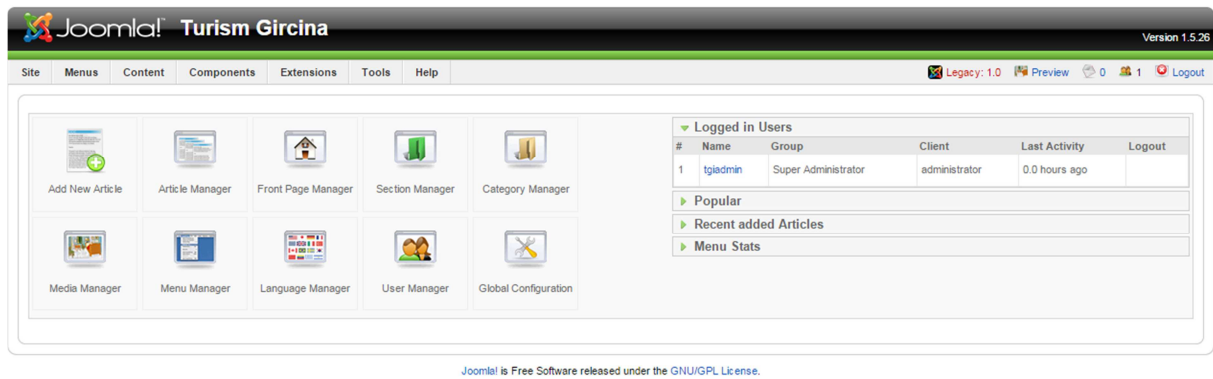
Operatia de încărcare a site-ului de pe calculatorul personal pe server se numeşte **upload**.

Pe bara de stare sunt afişate tastele utilizate pentru operatii asupra fişierelor. Pentru upload se utilizează F5.

Se pot utiliza si interfeţele proprii pentru administrarea site-ului.

Exemplu





Regăsirii site-ului în cadrul motoarelor de căutare

Optimizare pentru motoare de căutare – SEO

SEO, Optimizarea poziționării la (motoare de) căutare, este un proces de perfecționare (favorizare) a vizibilității paginilor web site sau web page în cadrul ordonării rezultatelor căutării în lista făcută de motorul de căutare. „Search Engine Optimization” (SEO, în română optimizare pentru motoare de căutare) este o subcategorie a marketing-ului online SEM, practică apărută în anul 1990, odată cu apariția primelor site-uri pe Internet, și care reprezintă totalitatea tehnicilor prin care un site web este adus la o formă în care este propulsat mai sus în lista de rezultate date de un motor de căutare pentru diverse cuvinte-cheie. Cu timpul, optimizarea unei pagini web a unui site a devenit un serviciu oferit de unele companii și/sau corporații.

SEO și marketing

La începuturile Internetului, motoarele de căutare afișau în urma unei căutări, pagini în a căror descriere se afla cuvântul de cautare. Deoarece webmaster-ii (proprietarii de site-uri) au făcut abuz de acest factor, motoarele de căutare au alcătuit algoritme mult mai complexe, care includ:

- Textul cuprins între etichetele <title> și </title>
- Nume de domeniu
- Elementele HTML
- Etichetele HTML
- Frecvența unui cuvânt cheie, atât în pagină cât și global
- Sinonime ale cuvântului cheie
- Atributele ALT pentru imagini
- Titlul link-urilor
- Numărul total de hyperlink-uri de la și spre o pagină
- Calitatea site-urilor de la care pleacă link-uri spre o pagină
- Vechimea unui site

În sens larg, SEO reprezintă o componentă a marketing-ului prin faptul că necesită înțelegerea modului în care funcționează algoritmi de căutare și ce ar căuta vizitatorii, pentru a stabili o corespondență cu site-urile care oferă ceea ce aceștia caută. Anumite tehnici SEO pot implica optimizarea codării unui site, fără a face modificări vizibile pentru vizitatori, precum ierarhizarea structurii sitului, evitarea sau rezolvarea unor probleme care ar putea împiedica motoarele de căutare să indexeze complet site-ul. Alte eforturi mai vizibile ar fi includerea de conținut unic care este ușor indexat și extras de pe site-uri web.

Termenul SEO poate să se refere și la "Optimizatori pentru Motoare de Căutare", un termen adoptat de industria consultanților care se ocupa de optimizarea site-urilor în numele

clienților precum și de angajații proprietarilor de site-uri care pot lucra SEO în interiorul firmei.

Consultanții SEO propun adesea SEO ca un serviciu singular, făcând parte dintr-o campanie mai mare de marketing. Deoarece un proces de optimizare eficient poate cere schimbări în codul sursă al site-ului, este recomandat să fie inclus în dezvoltarea inițială și design-ul site-ului pentru a ajunge să fie "Search Engine Friendly". Termenul de "Search Engine Friendly" ("Prietenos Motoarelor de Căutare") este folosit pentru a descrie design-ul, meniurile, sistemul de management al conținutului și al coșului de produse care poate fi optimizat ușor și eficient.

Se spune că Google are peste 300 de factori în componența algoritmului de afișare a rezultatelor, ceea ce a creat numeroase polemici legate de tacticile folosite pentru SEO, în rândul webmaster-ilor.

Istoria SEO

Webmaster-ii și furnizorii de conținut au început să optimizeze situri pentru motoarele de căutare începând de la mijlocul anilor 1990, când primele motoare de căutare catalogau rețeaua Web timpurie.

Inițial tot ce trebuia făcut de webmasteri era să adauge pagina la diferitele motoare de căutare, care trimiteau un "paianjen" (en: "spider") pentru a "se târî" (en: "crawl") prin pagină, extrage legături către alte pagini și să returneze informațiile de pe o pagină pentru a fi indexate. Procesul presupune copierea paginii de către paianjeni și stocarea pe propriile servere, unde un al doilea program, numit "indexator" (en: "indexer"), extrage diferite informații despre pagină, precum cuvintele conținute și locul lor în pagină, precum și orice ponderi pentru cuvinte specifice, dar și legăturile către alte pagini, care sunt adăugate printr-o manieră de programare care le face adecvate pentru târâre la o dată ulterioară.

Proprietarii de sit-uri au început să recunoască valoarea clasificării superioare și a vizibilității, creând o oportunitate pentru practicanții SEO "white hat" (pălărie albă) și "black hat" (pălărie neagră).

Printre "**White hat**" se numără acele companii care folosesc tehnici considerate "legale" pentru promovarea site-urilor în cadrul motoarelor de căutare. În mare parte, acestea se bazează pe optimizări aduse structurii paginilor conținute în cadrul site-ului pentru a fi corect interpretate și evaluate de algoritmi de atribuire a rangurilor folosite de motoarele de căutare.

Metode "**Black hat**"

În timp, datorită dorinței proprietarilor de site-uri de a-și vedea paginile create cât mai bine poziționate în motoarele de căutare, au apărut metode de optimizare mai puțin legale. Aceste metode, numite și "Black hat SEO", se referă la tehnici prin care motorul de căutare "vede" un conținut iar vizitatorii alt conținut (aka cloaking). Motoarele de căutare penalizează și/sau elimină din indexul lor aceste site-uri sau pagini. Printre cei care au încercat aceste tehnici, se numără site-uri ale unor companii cu renume ca BMW sau Ricoh, ambele de proveniență germană.

Printre metode se numără și spamul pe site-uri de comunitate care au un număr mare de vizitatori. Printre acestea se numără YouTube sau MySpace. Această abordare constă în publicarea de material referitor la un subiect care să atragă vizitatori (indiferent de relevanța acestuia) și includerea unui link către site-ul care se dorește să fie astfel promovat în ideea că acesta va fi urmat de vizitatorii curioși. Pe lângă vizitatori, care reprezintă în sine trafic adus site-ului, alte site-uri care reproduc conținut vor prelua și acest link, răspândindu-l, creând mai multe referințe externe site-ului original și astfel crescându-i ratingul în cadrul motoarelor de căutare.

Metode

1) Crearea conținutului site-ului

Pe cat suna de usora aceasta metoda, pe atat este de importanta pentru intreaga strategie de marketing online a site-ului. Cand creem continutul unui site trebuie sa gandim ca acesta si doar acesta este motivul pentru care cineva ar intra pe site-ul nostru.

2) Link-urile din exterior catre site-ul nostru

Cu cat link-urile din exterior catre site-ul dorit sunt mai numeroase si cu cat ele provin din surse considerate din acelasi domeniu de activitate cu atat valoarea site-ului promovat creste mai mult.

3) Titlul paginilor să fie unic

Este important ca tag-ul titlu (title) al fiecărei pagini sa fie unic in site. In acest titlu vor fi puse cuvinte cheie astfel incat sa ne asiguram ca motorul de cautare intelege despre ce se scrie in acea pagina. Titlul paginii trebuie sa fie construit astfel incat sa fie relevant pentru cuvintele cheie target-ate si sa fie interesant pentru a atrage user-ul sa dea click pe el atunci cand iese in cautarile organice Google.

Utilizand titluri de pagina foarte bune, atractive, chiar daca pagina respectiva se afla pe locul 2, 3 sau 4, poate atrage mai multe click-uri decat prima pozitie in Google, dar targetul paginii fiind bineinteles ocuparea primei pozitii.

4) Tagurile headings (h1,h2,h3...,h6)

Atunci cand creem continutul unui site trebuie sa ne asiguram ca il organizam in blocuri de text in asa fel incat sa poata fi utilizate aceste tag-uri, cele mai importante dintre acestea fiind H1 H2 si H3.

5) Link-urile interne

Link-urile interne trebuiesc create in asa fel incat sa se poata ajunge usor din orice parte a site-ului in pagina dorita. Este important un mod curat si simplu de a expune paginile vizitatorilor si motoarelor de cautare.

6) Densitatea cuvintelor cheie pe pagina

Un interes deosebit trebuie sa existe pentru a avea o densitate a cuvintelor cheie foarte buna. Nu trebuie sa folosim cuvantul cheie in exces, nu trebuie sa scriem text pentru motoarele de cautare. Riscul de a fi catalogat ca si site de spam este foarte mare atunci cand se exagereaza cu mentionarea in exces a cuvintelor cheie.

Atunci cand dezbat aceasta metoda de optimizare, expertii SEO din SUA ne spun ca densitatea unui cuvant cheie nu trebuie sa depaseasca 5% din textul unei pagini, iar dintre cei mai buni spun ca densitatea respectivului cuvant trebuie sa fie undeva intre 2-3%.

7) Crearea de sitemap

Este intodeauna o buna idee sa se dea motoarelor de cautare o mana de ajutor in indexarea continutului de pe site. De obicei, pentru site-urile de prezentare si site-urile mai mici sitemap-ul nu ajuta foarte mult, motoarele de cautare fiind capabile sa indexeze singure site-uri chiar mai mari ce nu au un sitemap. In cazul site-urilor de stiri, in cazul site-urilor ce se adauga informatie zilnic sitemap-ul este recomandat.

Sitemaps: sitemap generator

Ce este un sitemap?

Google sitemap este o harta a siteului si practic aceasta "ii arati" motorului de cautare tot ce trebuie el sa vada.

Etape:

-Creare cont

-Înscriere site.

Google are help-urile foarte bune.

Pentru a crea un sitemap trebuie sa gasesti un sitemap generator in primul rand (sau un script care sa iti ruleze periodic). Cateva sitemaps generatorare :

[Create your Google Sitemap Online – XML Sitemaps](#)

[Google Webmaster Tools](#)

[Google Sitemap Generator – Free Site Map Builder, XML Sitemaps, Easy](#)

[Google Sitemaps Generator, Editor and Keyword Analyzer Free Online](#)

Se scrie adesa site-ului si el creaza intregul sitemap. Tot ce iti ramane tie de facut e sa te duci pe Google Webmaster Central (Google Webmaster tools) si sa adaugi acest sitemap la site-ul tau.

Sitemaps: sitemap x The page you are t x XML Sitemap Gene x Yahoo România x Alegere optiuni x Webmaster Tools x

www.sitemapdoc.com

Create New Sitemap Edit Existing Sitemap Google SERP Rank Checker Keyword Analyzer Place Page QR Codes Geo Sitemap KML Generator Markup Validation Sitemap Help

Oamenii caută afaceri ca a ta.

Max entries in sitemap = 500
Uri to map
http://www.hellopc.ro

Create Map

Include HTML Map + RSS
Check Images

Show Filters & Settings

AdChoices | SiteMap Generator | Google Map Search | XML Creator | Seo Keyword Tool

Enter the base URL of your site and click **Create Map**. The page will refresh (after a while) with a list of the pages from your site. Any pages that could not be loaded will be flagged. (Uncheck these entries) Uncheck pages you do not want to include.

Toggle between **XML Sitemap** view and **Edit Map** view to edit the sitemap.

Edit LastModified, ChangeFrequency and Priority for individual pages, or increment-decrement for all by clicking arrows.

Create XML Sitemap
microsystemtools.com/sitemap-generator
Automate Sitemap Create and Upload.
Download A1 Sitemap Generator Now!

Click **XML SiteMap** to display the map. When it's correct, click anywhere in the Map View, right click and copy. Paste into notepad, save as sitemap.xml, upload to your server and submit the sitemap to Google.

Check 'Include HTML Map + RSS' before you create the map (to include page Descriptions) and click **HTML SiteMap** to create a HTML map of your site.

EN 16:11 24.11.2013

Sitemaps: sitemap x The page you are t x XML Sitemap Gene x Yahoo România x Alegere optiuni x Webmaster Tools x

www.sitemapdoc.com/Default.aspx

Create New Sitemap Edit Existing Sitemap Google SERP Rank Checker Keyword Analyzer Place Page QR Codes Geo Sitemap KML Generator Markup Validation Sitemap Help

Oamenii caută afaceri ca a ta.

Max entries in sitemap = 500
Uri to map
http://www.hellopc.ro

New Map

Include HTML Map + RSS
Check Images

Show Filters & Settings

AdChoices | SiteMap Generator | Google Map Search | XML Creator | Seo Keyword Tool

XML Sitemap | **Text Sitemap**

Find Find
Check UnCheck Lower Case Clear

Uncheck entries not required
Click Buttons above to create map ^
Edit LastMod, Change and Priority for XML sitemaps ->

4 entries with 0 errors
1 Duplicate pages See Notes

When Link Clicked:
Go to Page
Validate Markup (W3C Tool)

2013 GO GO GO
11 24 daily 0.5
Last Mod Change Priority
Reset

http://www.hellopc.ro/ Alegere optiuni No Description 2013-11-24 daily 0.5

EN 16:10 24.11.2013

8) Structura URL-ului

Asigurați-vă ca URL-ul paginilor web este citit și nu are în el semne speciale (&~\$#()) sau alte cuvinte ce nu au legătură cu subiectul paginii web.

Exemplu de URL neoptimizat: <http://www.num-firma.ro/index.php?art=1&layout=single>

Exemplu de URL optimizat: <http://www.num-firma.ro/servicii-curatenie-bucuresti.html>

9) Numele de domeniu

Alegerea numelui de domeniu pentru noul site este importantă. El trebuie să fie ușor de ținut minte și ușor de scris.