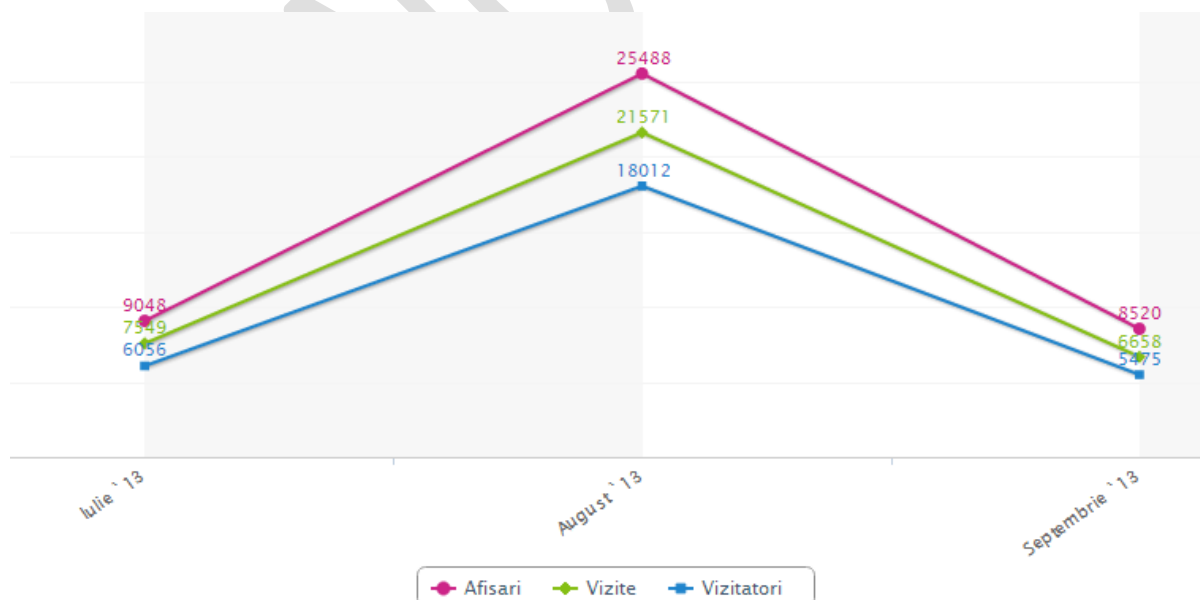


8 Unelte Extra pentru Keyword Research si Tehnica KO

Inainte de a citi acest PDF te rog sa verifici articolul <http://www.shtrumphu.ro/cuvinte-cheie-seo-unelte-generare-si-keyword-research/> daca nu l-ai citit deja. Pe blog am scris despre unelte si site-uri pe care le poti folosi pentru a gasi cuvinte cheie pentru optimizarea site-ului, si informatii de baza despre optimizare si cum functioneaza motoarele de cautare.

Tehnica KO – sau Keyword Overrank presupune surclasarea concurentei pe pozitii in SERP prin cautarea cuvintelor cheie folosite si crearea de continut mai bun, mai optimizat decat al site-urilor concurente. Aceasta tehnica presupune multa munca , insa este profitabila, mie mi-a adus cateva rezultate destul de bune:

- **7000 de vizite intr-o singura saptamana** – am pregatit un articol despre incondeierea oualor de Paste, si in acea saptamana am primit in medie 1000 de vizite pe zi. Tot ceea ce a trebuit sa fac a fost sa verific articolele din primele 2-3 pagini Google, si sa scriu un articol complet cu cat mai multe metode de a le vopsi.
- **12.000 de vizitatori in 3 zile** - am folosit aceeasi tehnica la un alt articol, am optimizat articolul si am ajuns pe primele pozitii. La inceput nu am atras multi vizitatori din cautari, insa am avut o surpriza cand am intrat pe blog si am vazut peste 100 de conexiuni concurente. Spre surprinderea mea, pe un site de social media cineva a postat o imagine asemanatoare cu cele postate de mine (care a avut 1 milion de vizualizari in social media), si un utilizator, cautand mai multe informatii, a gasit articolul meu si a distribuit link catre articolul meu. [Studiu de caz complet aici](#). Uite excesul de trafic de pe acel blog:



Vroiam doar sa iti arat ca se poate, nu sa ma laud. Petrecand ceva timp la planificare, si prin documentare+optimizare, poti obtine trafic fara a te preocupa prea mult de a obtine link-uri catre propriul site (care oricum sunt din ce in ce mai greu de obtinut). Acum ca am vazut puterea cuvintelor cheie, sa vedem si celelalte unelte.

Google Webmaster Tools: dupa logare, alege site-ul pe care doresti sa il optimizezi, click pe Trafic de cautare>Interogari de cautare. Daca dai click pe Expuneri, vei vedea in ordine descrescatoare la ce cuvinte cheie apari in cautari, si pozitia media. In acest fel, iti dai seama ce articole ar trebui sa optimizezi pentru a creste pe pozitii si pentru un CTR mai mare. In cazul meu:

Interogare	Expuneri ▲	Clicuri	CTR	Poz. medie
☆ scurtare link	119	2	2 %	8,8
☆ scurtare url	117	2	2 %	6,8

Analizand concurenta, am descoperit o greseala proprie: termenul „scurtare” apare in titlul articolului meu abia spre sfarsit, in timp ce competitia foloseste titluri mai scurte. O sa merg acum sa schimb titlul si sa vedem daca mai cresc de pe locul 5, insa nu ma astept la mult trafic deoarece termenul acesta are putine cautari. **Partea buna la folosirea GWT este ca nu ai mult de munca, nici nu trebuie sa scrii noi articole, ci pur si simplu sa verifici concurenta si sa optimizezi continutul pentru care deja apari in rezultate.**

Google Correlate: o unealta care face parte din Google Trends, insa diferita, deoarece nu iti arata doar cuvintele cheie, ci si subiecte corelate. De ce este importanta? Deoarece te ajuta sa targhetezi un public similar, si sa creezi continut diversificat.

Sa ma explic mai bine: sa spunem ca doresti sa targhetezi cuvinte similare pentru „cadouri ieftine”. Folosind celelalte unelte vei gasi tot felul de termeni precum „cadouri personalizate, cadouri preturi mici, daruri ieftine” iar punand mintea la contributie vei putea sa generezi si cuvinte cheie precum „cadouri pentru verisori, cadouri ieftine de Craciun etc.” Pana aici totul bine, insa daca te apuci sa scrii articole folosind doar acele cuvinte cheie ai sanse destul de mari sa fii penalizat. Eu unul am patit-o o data.

Folosind Google Correlate, putem diversifica continutul in timp ce incercam sa obtinem vizitatori cu interese similare. Haideti sa incercam cu „cadouri”: am gasit termenii download colinde, poezii/povesti de Craciun, imagini/poze Mos Craciun, despre Mos Craciun. **In acest fel am descoperit idei pentru articole diverse pentru a evita penalizari Google, targhetand totodata persoanele aflate in „spiritul Craciunului”. Suna bine pana aici?**

Google Explore Trends: okay, probabil deja cunosti acest site, insa il folosesti la maxim? Este util pentru urmatoarele lucruri:

- Descoperi cuvinte cheie si evolutia lor in timp
- Descoperi orasele sau zonele unde anumite cuvinte sunt mai cautate
- Poti cauta ce termeni vor inregistra cresteri in urmatoarele luni si sa planifici continutul
- Poti seta alerte pentru a fi anuntat cand a crescut numarul cautarilor pe cuvinte cheie

Keyword Brand Location: pe scurt, poti optimiza continutul pentru a targheta vizitatorii dintr-un anumit oras sau zona a tarii, si nu trebuie sa ignori faptul ca multe persoane doresc rezultate personalizate. De aceea utilizatorii pot folosi „magazine cadouri ieftine Bucuresti” sau „laptopuri gaming Asus forum Galati”. In ce priveste cuvintele cheie ce contin nume de branduri, pot spune ca deocamdata se poate optimiza si obtine pozitii bune, insa Google recunoaste brandurile si in unele

cazuri afiseaza mai multe rezultate de pe pagina oficiala a brandului/magazinului. Cu toate acestea va raman locatiile pentru SEO local.

Zelist – poate fi folosit in mai multe moduri: pentru a cerceta concurenta, pentru a gasi mentiuni, subiecte si noutati. Te las pe tine sa descoperimai multe.



ScrapeBox – puteti folosi acest software pentru a gasi cuvinte cheie. Eu unul nu il folosesc, asa ca includ link-uri catre tutoriale, sau poti cauta si tu, daca folosesti ScrapeBox: <http://jasonmun.com/using-scrapebox-for-good-not-evil/> si <http://www.jacobking.com/goodbye-ubersuggest>

Cuvinte cheie profitabile ale concurentei: unii bloggeri si webmasteri folosesc plugin-uri care afiseaza in articole termenii de cautare de la care au primit vizitatori din motoarele de cautare. Este bine sa gasesti astfel de site-uri, deoarece, in acest fel, esti sigur ca sunt cautate.

O modalitate ar fi sa verifici manual si sa vizitezi site-urile pentru a vedea daca folosesc astfel de plugin-uri, inasa asta poate sa dureze cam mult timp. A doua metoda ar fi sa gasesti in directorul de plugin-uri Wordpress astfel de module, si apoi sa incerci sa ajungi la site-urile care le folosesc (desi rata de succes probabil va fi mica). A 3a metoda mai simpla ar fi sa cauti pe Google termenii precum „cei care au vizitat articolul * au cautat”. Eventual va trebui sa gasesti tu alti operatori de cautare.

Site-uri cu statistici libere: la fel ca si tehnica KO precedenta, puteti gasi platforme de statistici gratis pentru site-uri care monitorizeaza si cuvintele cheie care au generat trafic din motoarele de cautare. Exemplu: <http://wtrafic.com/statistici-keywords/hostaugustin.ro> :

Cele mai folosite cuvinte cheie	
Cuvinte Cheie	Cautari
1 another cinderella story online subtitrat	128
2 wild child online subtitrat	89
3 sex and the city 2 online subtitrat	47
4 fast and furious 7 online subtitrat in romana	46
5 fast and furious 7 online subtitrat	42
6 dear john online subtitrat	41
7 harry potter 7 online subtitrat	38
8 harry potter 2 online subtitrat	33
9 o alta cenusareasa moderna	32
10 another cinderella story online subtitrat in romana	32

Sau http://lvestats.ro/statistici/uploadimage_ro/keyword :

▼ Cele mai cautate cuvinte	
upload	34034
upload image	12030
uploadimage	6512
image	5771
site	1669
imagini	1211
incarca	1167
image upload	1118
http	749
upload imagini	659

Ok, nu toate au statistici libere, si nu sunt tocmai metode „etice”, insa fiind libere e totul legal, atata timp cat nu le copiezi continutul.

Cam asta a fost tot. Daca raportul asta nu te ajuta sa generezi mai multe vizite din motoarele de cautare... atunci nu stiu ce ar putea sa te ajute.

*Sper doar ca o sa incerci aceste metode si site-uri, si ca ai fost atent, nu doar ai aruncat o privire. In acest fel poti reveni pe Shtrumphu.ro si sa imi lasi un comentariu de genul: „Am testat si functioneaza! Mi-am marit traficul cu xx%” si nu un comentariu general „da, bravo, util bla bla bla”.



Victor Chiritoiu Roman

Copyrighted 2014©