

AKO VYHLADAŤ SPÄTNÉ ODKAZY PRE VÁŠ PRODUKT ALEBO SLUŽBY?



Spätný odkaz predstavuje odkaz z inej stránky na váš web. Všetky takéto odkazy na rôznych webstránkach po celom internete smerujúce na váš web vyhodnocuje Google. A tým, že ich Google vníma, tak posúva vašu webstránku vo vyhľadávачi Google vyššie. Iným vysvetlením by mohlo byť, že každý spätný odkaz je určitou pozitívnu recenziou alebo referenciou na váš web. Čím viac pozitívnych referencií máte, tak tým má Google váš web radšej.

Spätné odkazy sú jednou zo stratégií linkbuildingu. To zahŕňa aktivity ako písanie článkov (na vlastný blog či na iné portály), ale aj nákup spätných odkazov. **Spätné odkazy predstavujú najľahší a najjednoduchší spôsob,** ako sa na dané kľúčové slová pohybovať vo vyhľadávачi Google na vyššie priečky.

V článku sa dočítate:

- Čo by mal spĺňať kvalitný spätný odkaz?
- Ako vyhľadať spätné odkazy?
- Ako nakupovať spätné odkazy?



VEDELI STE, ŽE KVALITNÉ SPÄTNÉ ODKAZY ZVYŠUJÚ KVALITU A DÔVERYHODNOSŤ VAŠEJ WEBSTRÁNKY?

Čo by mal spíňať kvalitný spätný odkaz?

- **Odkaz by mal pochádzať z dôveryhodnej webstránky.** Dôveryhodnou webstránkou je portál, ktorý bežne navštevujete. Patria sem rôzne online magazíny (markiza.sk) alebo online denníky (cas.sk).
- **Odkaz by mal pochádzať z webu, ktorý Google hodnotí kvalitnejšie, ako je ten váš** – SEO špecialisti používajú metriky, ktorými sa to ľahko dá zistiť, tieto metriky sa dajú stiahnuť aj zadarmo ako doplnok do vyhľadávača Google.
- **Spätný odkaz by mal byť z článku, ktorý je obsahovo príbuzný vášmu webu.** Príkladom môže byť – ak chcete posunúť váš web na kľúčové slovo „tlačiareň“, tak by ste nemali spätný odkaz umiestniť do článku o kvetináčoch (napríklad).
- Platí pravidlo: **čím viac odkazov, tým lepšie.**
- **Odkaz by mal byť „Dofollow“** – čiže vyhľadávačmi zaznamenaný a sledovaný.

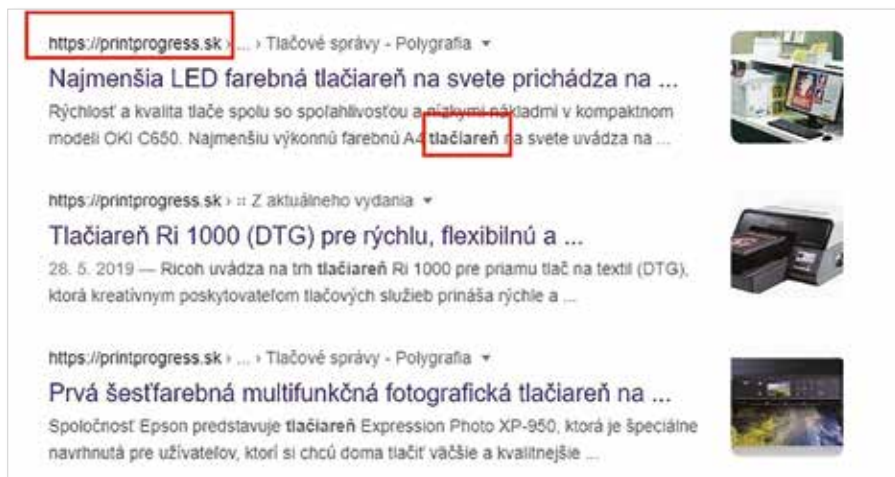
Ako vyhľadať spätné odkazy?

Vyhľadávanie spätných odkazov je síce práca pre SEO špecialistu, no nie je to nič, čo by ste nezvládli. Ak tomu venujete kúsok času, tak to hravo s našim návodom zvládnete. Najjednoduchším spôsobom, ako vyhľadávať príležitosti pre spätné odkazy, je priamo cez Google vyhľadávač použitím jeho špeciálnych operátorov vyhľadávania. Na vyhľadávanie odkazov v Google slúžia práve tieto operátory. Vďaka týmto operátorom zvýšite efektívnosť budovania spätných odkazov na úplne novú úroveň. Tie najdôležitejšie sú:

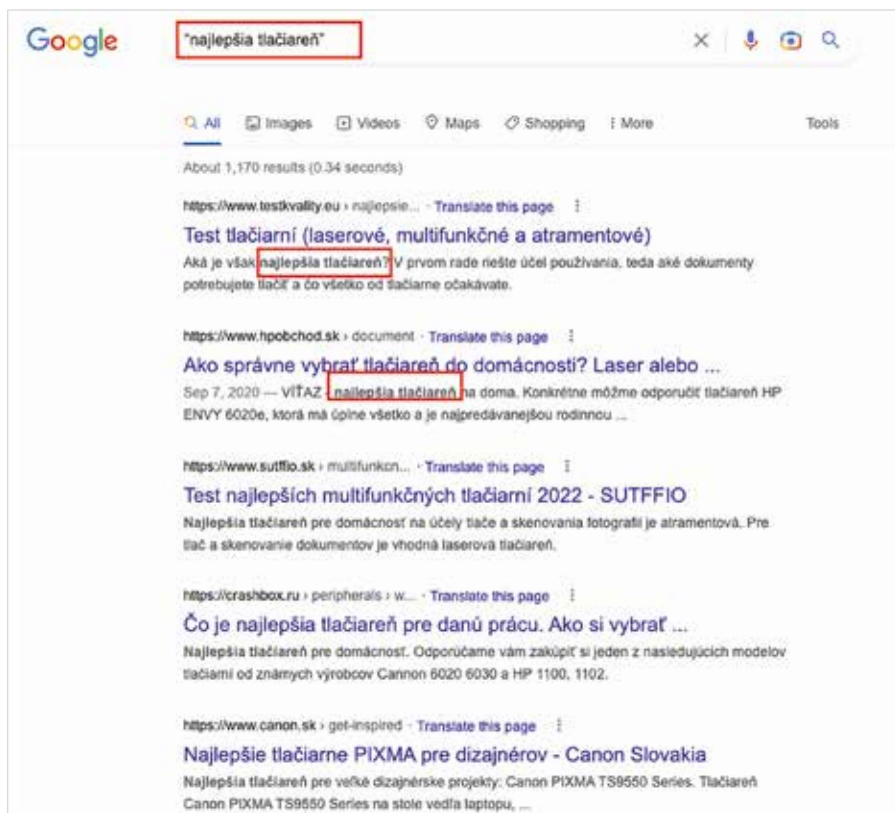
Operátor Site

Príklad: site:printprogress.sk (obr. 1)

Použitím tohto operátora obmedzíte svoje výsledky vyhľadávania iba na konkrétnu doménu a žiadnu inú. Vďaka tomuto operátoru dokážete vyhľadávať kľúčové slová iba na tých doménach, na ktorých chcete.



Obrázok 1 - Ak napríklad zadáte do vyhľadávača výraz site:printprogress.sk tlačiareň, tak vám vyhľadávač nájde všetky články na danom webe, kde sa nachádza kľúčové slovo „tlačiareň“.



Obrázok 2

Operátor presnej zhody - úvodzovky

Príklad: „najlepšia tlačiareň“ (obr. 2)

Ak svoje vyhľadávané kľúčové slovo zaobalíte do úvodzoviek, dávate tak Google signál, že chcete vyhľadať tento presný výraz a žiadny iný.

Často sa však môže stať, že presne daný výraz Google nenájde. V takom

prípade vyhľadávač úvodzovky ignoruje a ponúkne výsledky vyhľadávania bez úvodzoviek.

Treba pamätať na to, že aby linkbuilding vyzeral prirodzene, mali by sme získavať odkazy nie len z pekných kľúčových slov ako napríklad „najlepšia tlačiareň“, ale aj ich rôznych obmien „najlepšej tlačiarne“, „najlepšie tlačiarne“, atď.

Operátor OR

Príklad: site:printprogress.sk

OR site:neografia.sk (obr. 3)

Použitím operátora OR môžeme spájať viacero domén či kľúčových slov do jedného vyhľadávacieho dotazu. Vďaka tomu nemusíte vyhľadávať jedno kľúčové slovo pre každú doménu zvlášť, ale môžeme ich vyhľadať pre viac domén súčasne.

Takýchto domén sa dá do vyhľadávacieho dotazu vložiť presne 32 – to je limit na počet slov, ktoré môžeme vyhľadať súčasne. A každé slovo môže mať maximálne 128 písmen.

Operátor mínus

Príklad: tlačiareň -HP (obr. 4)

Použitím operátora mínus z výsledkov vyhľadávania odstránime tie výrazy, ktoré nechcete vidieť. V tomto prípade vidíte všetky výsledky okrem tlačiarň značky HP.

Operátor intext

Príklad: intext:ofsetová (obr. 5)

Operátor intext vyhľadá tie stránky, na ktorých sa niekde v obsahu nachádza vyhľadávané kľúčové slovo. V našom prípade sa nám vypíšu výsledky obsahujúce slovo „ofsetová“.

Tento operátor je vhodné používať, ak chceme za každých okolností mať vyhľadávané kľúčové slovo v texte a nepomáha ani operátor presnej zhody.

Operátor After

Príklad: tlačiareň after:2020 (obr. 6)

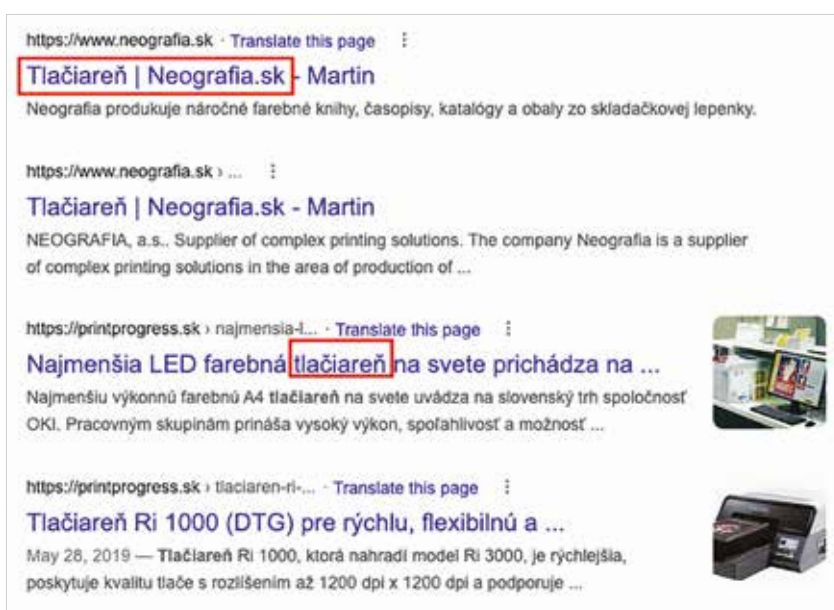
Použitím operátora after môžete limitovať výsledky vyhľadávania na konkrétny čas vo formáte YYYY-MM-DD. V našom prípade sa zobrazia stránky uverejnené po roku 2020.

Operátor Before

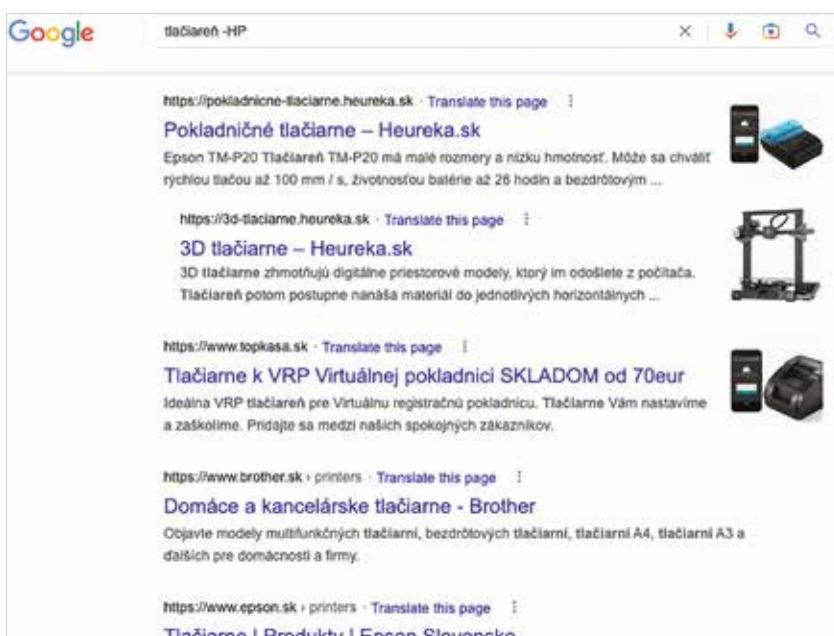
Príklad: tlač vizitiek before:2010 (obr. 7)

Použitím operátora before limitujete svoje výsledky na čas vo formáte YYYY-MM-DD a to tak, že sa zobrazia len stránky publikované pred stanoveným dátumom.

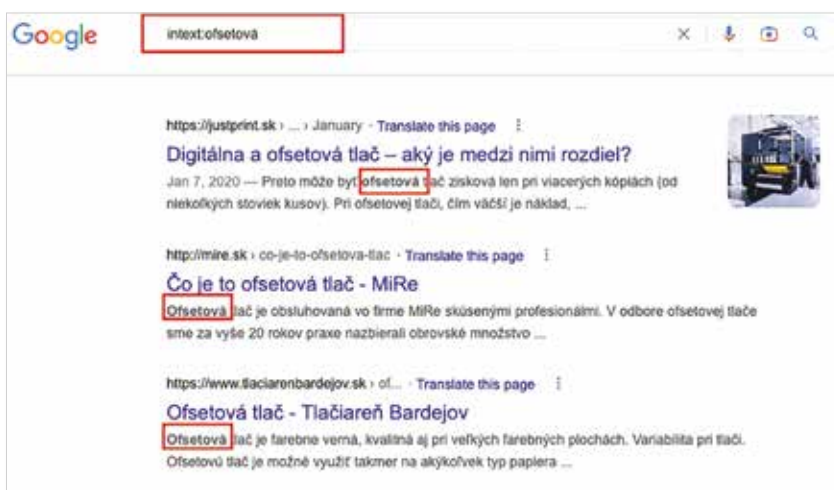
Operátory after a before sa ale dajú jednoducho nahradiť aj priamo vo vyhľadávaní Google tak, že kliknete na tlačidlo Nástroje, potom na nápis



Obrázok 3: Po zadaní výrazu site:printprogress.sk OR site:neografia.sk tlačiareň, nám Google ukáže všetky stránky, kde sa nachádza kľúčové slovo „tlačiareň“ ALE len na weboch neografia.sk a printprogress.sk



Obrázok 4



Obrázok 5

Kedykoľvek a upresníte vyhľadávaču, v akom časovom rozmedzí chcete vyhľadávať.

Operátory dokopy

Všetky tieto operátory sa samozrejme dajú kombinovať a nájsť tak také výsledky aké potrebujete a chcete.

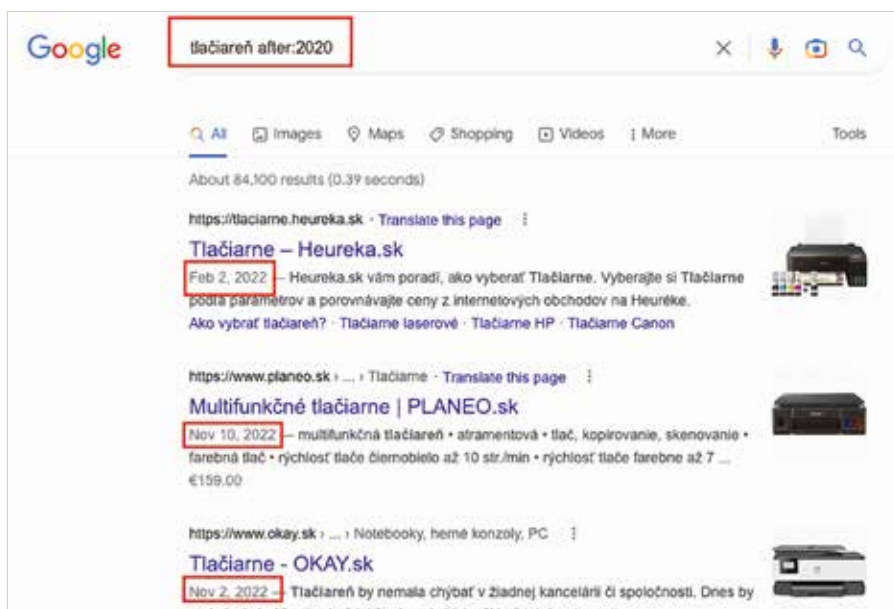
Čiže ak by sme chceli vyhľadať kľúčové slovo „tlačiareň“ na weboch printprogress.sk a napríklad cas.sk, urobíme to nasledovne:

**“tlačiareň” site:printprogress.sk
OR site:cas.sk (obr. 8)**

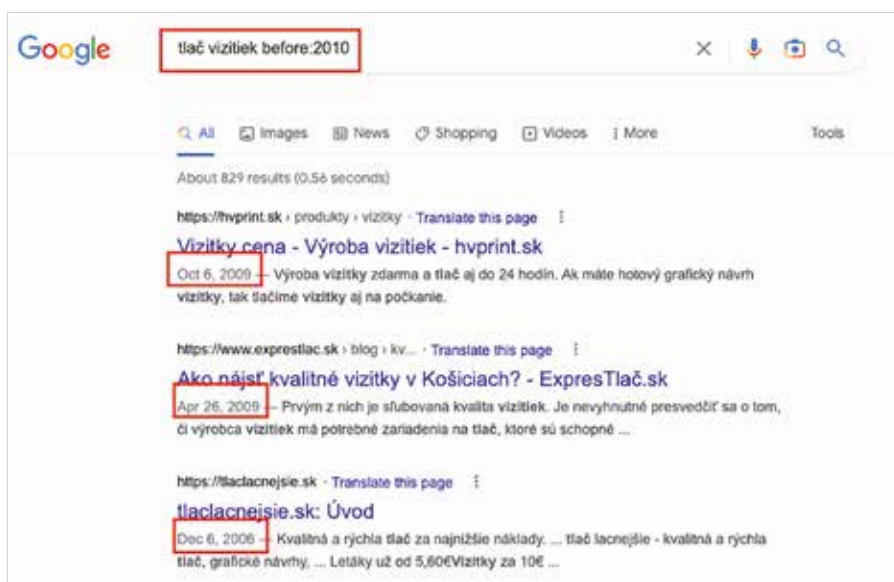
Ako nakupovať spätné odkazy?

Spätné odkazy si môžete kúpiť viacerými spôsobmi. **Môžete osloviť konkrétnu webstránku**, kde si vyhľadáte v niektorom článku svoje kľúčové slovo. (Samozrejme, takáto webstránka by mala spĺňať určité kritériá, ktoré spomínáme vyššie.) Daná webstránka môže, ale nemusí takéto odkazy predávať. **Inou možnosťou je osloviť agentúru**, ktorá disponuje veľkým množstvom webov, kde si takýto odkaz umiestniť môžete. Je veľmi pravdepodobné, že reklamná agentúra vám poskytne odkaz v článku ešte aj za nižšiu cenu, ako keby ste oslovovali konkrétnu webstránku vy. Je tomu tak preto, lebo agentúra má oveľa viac dopytov na dané médiá a tým pádom má aj výhodnejšie ceny. Agentúra vám odkaz vyhľadá a umiestni. Vy nemusíte mať žiadne špeciálne znalosti. Ak ale nejaké vedomosti máte, tak **najlepšou voľbou je prepojiť obe možnosti**. A to cez rôzne portály, kde je veľká databáza rôznych médií. Najväčší portál na nákup spätných odkazov na Slovensku a v Čechách je www.jellyfish.marketing. Systém je intuitívny a s týmto návodom sa môžete stať SEO špecialistom pre akýkoľvek svoj vlastný projekt.

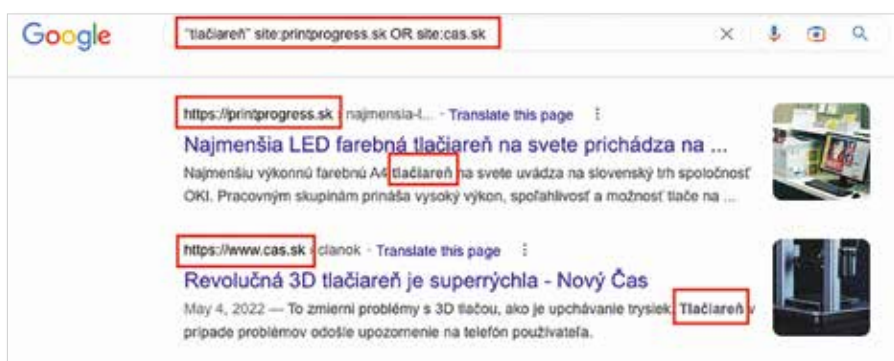
Viac informácií o projekte nájdete na: www.jellyfish.marketing, www.weblauncher.sk



Obrázok 6



Obrázok 7



Obrázok 8



- ▶ pogumovanie valcov
- ▶ tlačová chémia
- ▶ ofsetové potahy



www.bottcher.sk
www.bottcher.cz