



Tartalom management elemei

Nibada Kft
2020. október 30.

Kép: Online Stock Image

Weboldalunk tartalom fejlesztésével célunk, hogy

1. A felhasználók igényeire szabott tartalmunk legyen, ami válaszol a felhasználó kérdéseire.

2. A keresőben kapott találati oldalakon azt szeretnénk, hogy minél jobb pozícióban helyezkedjen el a weboldalunk tartalma.

Hogy ez maradéktalanul megvalósuljon kereső optimalizálásra van szükségünk.



SEO stratégia az ingyenes találatokért



A célunk: weboldal látogatásának javítása a keresők (mint pl Google) organikus (ingyenes) találatai között.

Azaz a keresőben kapott találati oldalakon, vagyis a SERP-en (Search Engine Ranking Page) azt szeretnénk, ha minél jobb láthatóságunk lenne és minél jobb pozícióban helyezkedjen el a weboldalunk tartalma.

- Ehhez biztosítanunk kell, hogy a weboldal egyáltalán megtalálható legyen a Google-ban.
- Ezen felül a betölteni kívánt oldal legyen gyors és a keresőmotorok minden egyes elemet gyorsan fel tudjanak ismerni.
- Valamint a tartalom legyen képes kielégíteni a felhasználói igényeket nyújtson jó felhasználói élményt (UX) az oldal

További részletek a SEO, valamint a A mi a jó felhasználói élmény c. tananyagban.

Hogyan tudjuk mérni a jó felhasználói élményt?

A Google Analytics (GA)-ben a felhasználói élményről 2 mutató ad tájékoztatást:

1. Visszafordulási arány

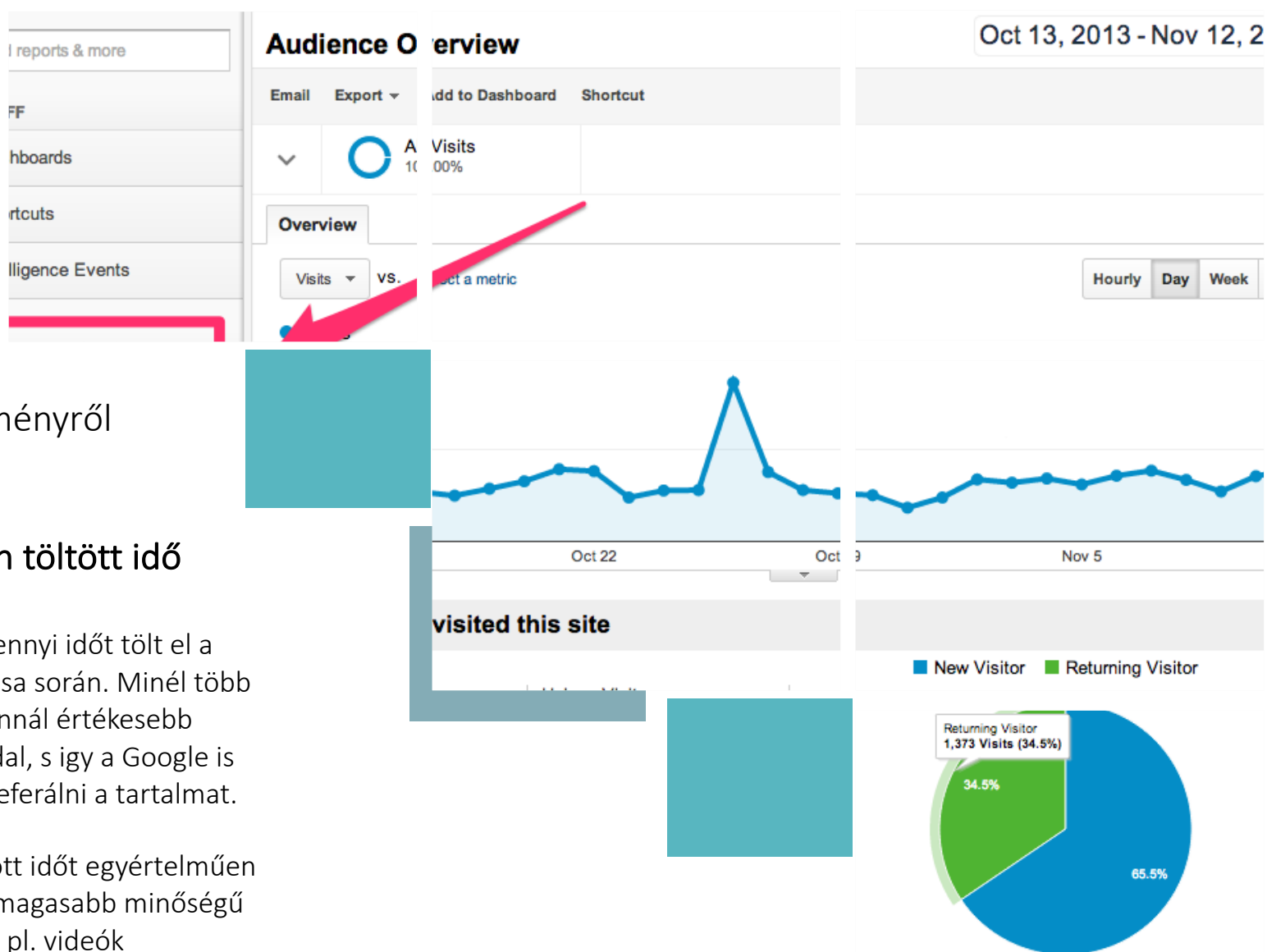
Azon látogatók százalékos arányát mutatja, akik a megérkezés után rögtön el is hagyják az oldalt vagy csupán egyetlen oldalt tekintenek meg távozás előtt.

A kereső ezt úgy értelmezi, hogy az oldal rossz minőségű, nem releváns. Minél alacsonyabb ez a %-os érték, annál jobban teljesít a website abban, hogy felkeltse a látogatók érdeklődését, azaz jobb a felhasználói élmény.

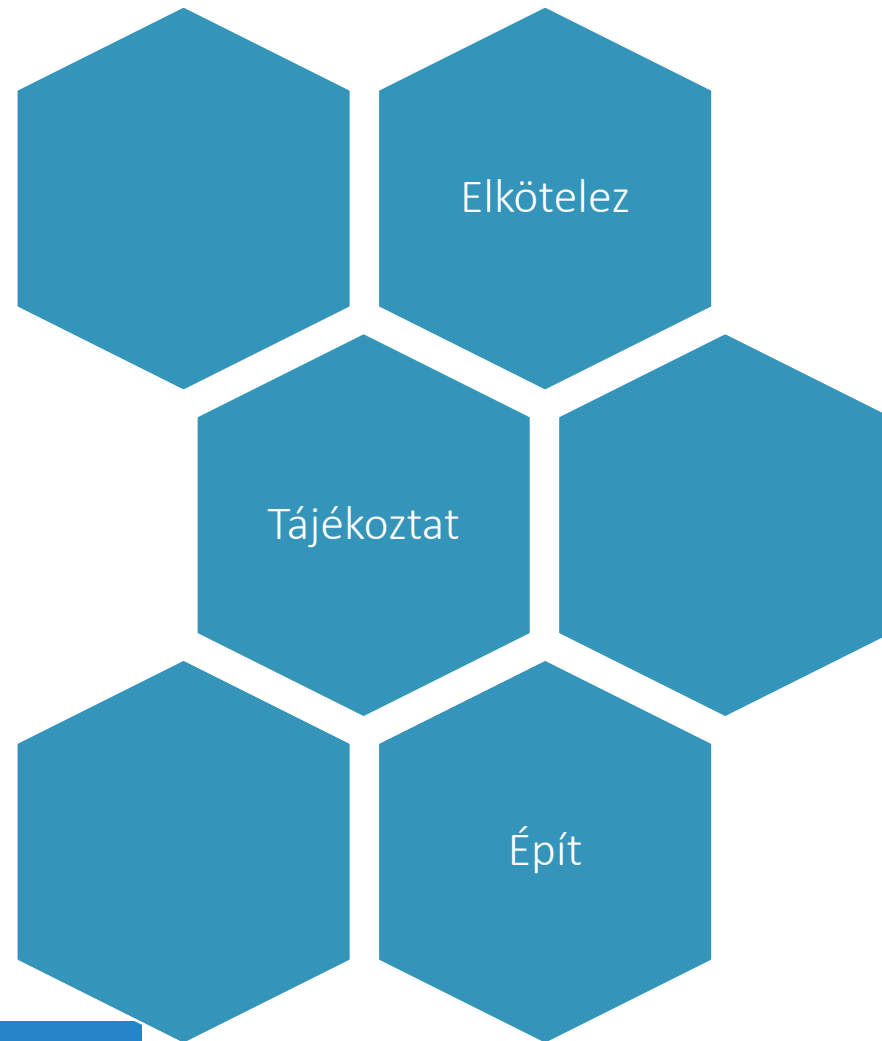
2. Az oldalon töltött idő

Egy látogató mennyi időt tölt el a honlap látogatása során. Minél több időt töltenek, annál értékesebb számukra az oldal, s így a Google is jobban fogja preferálni a tartalmat.

Az oldalon töltött időt egyértelműen tudjuk növelni magasabb minőségű tartalmak, mint pl. videók közzétételével.



Tartalom marketing 3 ismérve



- 1. Elkötelez:**
Releváns tartalom, jól teljesítő oldal, ami felkelti a látogatók érdeklődését és így növeli az elkötelezettséget. (Alacsony visszafordulási arány)
- 2. Tájékoztat**
Az információ átadása érthetően, világosan és jól rendezett formában. Az oldalon töltött idő növekszik, magasabb mindőségű felhasználói élmény.
- 3. Épít**
Folyamatosan bővülő tartalom erősíti a SEO pozíciót és ebből adódóan az (ingyenes) organikus forgalmat.

Mozlov-féle piramis: mi motivál és miért?

A Mozlov-féle piramis az egymásra épülő emberi szükségletek hierarchiáját írja le, amit egy piramis formájában szokás ábrázolni. Lényegében arra keresi a választ, hogy mi motiválja az embereket a szükségleteik kielégítésének érdekében.

(forrás: Wikipédia)

A modell jól átültethető egy sikeres SEO stratégia szükséges elemeinek feltérképezéséhez amiben alap szerepet kap a meggyőző és a hatékony tartalom fejlesztése

Javítja a versenyképességet



Alapvető fontosságú a rangsoroláshoz



A tartalom management szintjei

Meggyőző tartalom,
amely válaszol a kereső/olvasó kérdésére

A felhasználók igényeire, szokásaira szabott tartalmunk releváns, izgalmas és hasznos információkat tartalmazzon és válaszoljon a felhasználó kérdéseire. Könnyen olvasható és jól tagolt legyen valamint

- Rövid, tömör bekezdések
- Egyszerű, lényegre törő mondatok
- Képek, videók elhelyezése
- Felsorolások pontokba szedése
- Rendszeres frissítés – a Google preferálja a naprakész, folyamatosan frissített tartalmakat.

Kulcsszóra optimalizált
a tartalom vonzó/hatékony az olvasók
és keresőmotorok számára

A kulcsszó optimalizált tartalom fontos jellemzője az, hogy a kiválasztott kulcsszó, amiről akarjuk, hogy szóljon, az konkrétan sokszor szerepel a szövegben.

A kulcsszóoptimalizált szövegben a domináns kulcsszó előfordulási aránya magas, a szövegnek az olvasóhoz is kell szólnia, tehát nem sorolhatjuk fel a kulcsszavainkat csak úgy egymás után, hanem hasznos tartalomba kell ágyazni ezeket.

Milyen típusú tartalmak léteznek

1

Infografikák

Illusztrációs megjelenési forma mely rajz, fénykép és szöveg együttes alkalmazása.

5

Kvízek

Kérdésekre adott válaszok. Az emberek a mai napig szeretik tesztelni tudásukat vagy új információt szerezni személyiségi jegyükkel kapcsolatosan.

2

Blogok

Webes napló rövidítése, ami egy internetes naplót vagy újságot jelent. Tartalma általában bejegyzés, amit szöveg, kép, videó és/vagy hanganyagok alkotják.

6

Chatbot

információkat a megszokott szövegfolym helyett beszélgetés-jelleggel lehet átadni.

3

E-könyvek

Részletesebb és hosszabb, mint egy blog bejegyzés és elemzéseket, magyarázatokat és kifejtéseket is tartalmazhat.

7

Esettanulmányok

A termék használatával kapcsolatos ügyfél-élmény, tapasztalat megosztása.

4

Podcastok

A podcastok olyan hangfelvételek illetve rádióadás-szerű műsorok, amelyeket a készítő hanganyagként az interneten tesznek közzé.

8

Videó

Egyre népszerűbb tartalmi elem, könnyen fogyasztható, hangulat és érzelem közvetítésére is alkalmas.



Köszönöm a figyelmet