

Kicsi tú a nagy szénakazalban... Avagy az internetes keresőgép marketing néhány kérdése

Some Remarks on Search Engine Optimization

Search engine optimization is the practice of guiding the development of a web site so that it will naturally attract visitors by winning top ranking on the major search engines for selected keyword phrases. It is a sad fact that most often search engine optimization consultants are not invited to participate in a project until after the web site is completed and launched. Therefore these consultants are called upon to rehabilitate an existing web site, usually after it is determined that a competitor is ranking higher in search engine results.

The papers contains a short description of different kinds of search engines, presenting the secrets how a web site should be structured according the expectations of the search engine machines. The paper is summarizing the most important findings of a research determining the web presence of the Budapest Business School and its faculties. The output is poor; these web sites are lost in the crowd.

Kezdetben volt a honlap, azért küzdöttünk, hogy megtervezzük, s utána feltegyük a webre. Az első gondunk a *design* volt (jól néz ki?), utána a *használhatóságra* koncentráltunk (hogyan működik?), ma a *láthatóság* a legnagyobb gondunk (Megtalálják az emberek?).

1. Internet – a weblapok temetője

Az interneten lévő weblapok száma napjainkra egyes becslések szerint meghaladta a kettő milliárdot, naponta 3 millió új weblapot helyeznek fel a netre. Ugyanakkor még a legjobb keresőgépek is csupán a weblapok 1/5-ét nézik át, és a 11 legnagyobb keresőgép együtt is csupán a teljes webállomány 42%-át monitorozza. Ebben a rengetegben hamar eltűnhet a honlapunk, ha már a webhely megtervezésénél és később az üzemeltetésénél nem fordítunk gondot arra, hogy a látogatók számára könnyen megtalálhatóak legyünk. A keresés ma az egyes számú tevékenység a weben. A keresés nem azonos a vásárlással. A Jupiter Research 2004. tavaszi felmérése szerint az internet-felhasználók tevékenységének jelentős része (48%) keresésre irányul. Keresünk embereket, címeket, termékeket, helyeket stb.

Felmérések szerint a web-felhasználóknak csupán 10%-a lapoz tovább a második oldalra is a keresőgépek által kiadott találatoknál. Ez azt jelenti, hogy ha a weblapunkat a gép nem sorolja be az első 20 találat közé, akkor kicsi az esélye annak, hogy megtalálják az oldalunkat. A *keresőgép-marketing* – a webhelyek láttatásának a tudománya és a művészete.

* BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Nemzetközi marketing tanszék, főiskolai tanár, PhD., tudományos rektor-helyettes.



1. ábra
Fontosabb keresőgépek

Tekintsük úgy a keresőgépeket, mint az üzleti címlistákat, katalógusokat. Ha megfelelő helyen elhelyeztük a rólunk szóló információkat, akkor a terület iránt érdeklődők nagy valószínűséggel ránk találnak. Ugyanakkor tudjuk, hogy látogatóink nem csupán ezen katalógus alapján fognak hozzánk eltalálni. Tudnunk kell azt is, hogy a keresőgépek állandóan frissítik az adataikat, a weboldalak állandó harcban vannak egymással, hogy ki kerül a lista elejére.

2. A keresőgépek típusai

Noha a köznyelv az internetes keresőeszközöket egységesen keresőgépeknek nevezi, gyakorlatilag két különböző típusát kell megkülönböztetnünk:

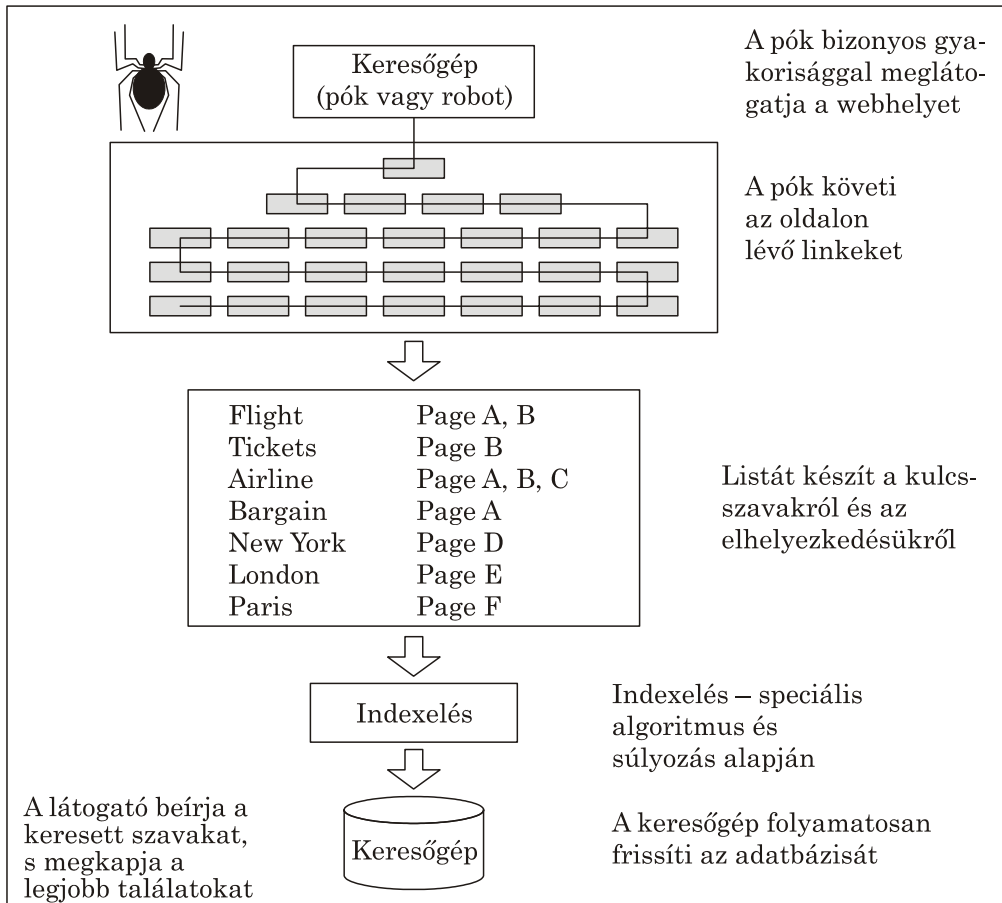
a) keresőgépek

Google, Inktomi, Altavista, Teoma, AllTheWeb, MSN, Altavizsla és mások.

b) katalógusok

Open Directory, Yahoo, LookSmart

A keresőgépek automatizált rendszerek, melyek speciális programokat küldenek ki a weblapok tartalmának átvizsgálására, ezek alapján kategorizálják a lapokat. Ezeket a programokat különböző nevekkkel illetik: „pók”, „rák”, „küldőnc”, másodpercenként több száz lapot tekintenek át.



2. ábra
A keresőgépek működési modellje

A katalógus alapú rendszereket emberek szerkesztik, akik megvizsgálják minden bejelentett új weblapot, s ha megfelelőnek ítélik, besorolják a megfelelő kategóriába. Így kiküszöbölhetők azok az egyszerű trükkök is, melyekkel az automatizált rendszerekben egy weblap magasabb helyezést tud elérni. A katalógusokban, ha bekerül egy honlap, akkor már kevesebb versenytárral kell számolni, s a felhasználók is megbízhatóbbnak tekintik ezeket az eredményeket.

Hogyan értékelik ezek a rendszerek a weblapokat?

- **Kulcsszavak**
Amikor a keresőrobotok meglátogatnak egy honlapot, olyan szavakat és kifejezéseket keresnek, melyekkel jól leírható és indexelhető az adott lap. Az egyes rendszerek eltérő módszereket alkalmaznak. Többnyire meghatározott számú kulcsszót használnak egy honlap leírásához. Ha jó helyezést akarunk elérni egy keresőgép listáján, akkor fontos megismerni, hogy milyen tárgyszavakat használjunk és hol helyezzük el a weblapon.
- **Struktúra**
A honlap felépítése segítheti vagy nehezítheti a helyzetünket. A legtöbb keresőgép nem tud kiigazodni a különböző kereteket alkalmazó honlapok és adatbázisból generált oldalak között, ezért esetleg kizár a további keresések-ből.
- **Linkelemzés**
Néhány program, pl. a Google rangsorolja a webhelyeket a rájuk mutató linkek száma és minősége alapján. Ezzel próbálják az egyes helyek népszerűségét jellemezni.
- **Rangsorolási algoritmusok**
A legtöbb rendszer a fenti kritériumokat keveri a webhelyek értékelésénél. Eltérő lehet az egyes szempontok súlyozása, ezeket bonyolult matematikai algoritmusokkal végzik, az egyes cégek titokban tartják ezeket az algoritmusokat, hiszen ezek adják meg az adott keresőgép értékét és használhatóságát.

A példa kedvéért megnéztem a Budapesti Gazdasági Főiskola és karai jelenlétét a weben. A Marketleap rendszer segítségével azt vizsgáltam, hogy mennyire érezhető az egyes intézmények jelenléte, az egyes keresőgépekről hány link mutat az egyes kari honlapokra. Az eredmény? Több mint lesújtó. A felmérés szerint a KVIFK és a PSZFK a weben gyakorlatilag alig létezik, kevesebb, mint 1000 link mutat rájuk. A KKFK már túlesik a belépési küszöbön, egyedül a BGF eredménye elfogadható, ide több mint 10 000 link mutat, ami már az átlagos értéknek felel meg.

*1. táblázat
A BGF és karainak jelenléte a weben (forrás: saját kutatás)*

Keresőgépek	PSZFK	KVIFK	KKFK	BGF
AlltheWeb	150	139	195	2 590
AltaVista	192	175	236	3 640
Google / AOL	45	33	56	226
HotBot	148	240	254	154
MSN	135	235	240	141
Yahoo	182	176	256	3 710

Összesen	852	998	1 237	10 461
----------	-----	-----	-------	--------

LOGIN | SERVICES | TOOLS | UNIVERSITY | ABOUT | CONTACT [HOME]

MARKETLEAP
A DIGITAL IMPACT COMPANY

Marketleap Search Engine Marketing Tools
-Link Popularity Check

LINK POPULARITY CHECK
SEARCH ENGINE SATURATION
KEYWORD VERIFICATION

INDUSTRY BENCHMARK REPORT
TREND/HISTORY REPORT NEW!

Limited Presence - 0 to 1,000 references
 Contender - 20,001 to 100,000

Average Presence - 1,001 to 5,000
 Player - 100,001 to 500,000

Above Avg. Presence - 5,001 to 20,000
 900 lb Gorilla - 500,001 and up

Current Benchmark: **Education**

Education → GENERATE NEW REPORT

NEW! Click here for your trend/history report.

URL List	Total	Alltheweb	AltaVista	Google/AOL	HotBot	MSN	Yahoo!
www.wordsmith.com	102	19	21	0	20	19	23
www.pszfb.hu ★	852	150	192	45	148	135	182
www.kvif.hu ★	998	139	175	33	240	235	176
www.kkf.hu ★	1,237	195	236	56	254	240	256
www.gradebook.org	1,378	153	249	80	328	328	240
www.howtostudy.com	1,495	271	367	53	212	207	385
online.uophx.edu	2,071	320	491	0	365	343	552
www.homeschoolcentral.com	2,502	402	482	225	456	457	480
www.nobelchannel.com	4,461	569	836	184	834	828	1,210
www.bgf.hu ★	10,461	2,590	3,640	226	154	141	3,710
www.nafsa.org	36,865	9,530	9,610	675	3,250	3,300	10,500
www.vocabulary.com	50,348	13,800	14,000	527	3,629	3,592	14,800
www.researchpaper.com	57,921	14,900	15,600	26	4,447	4,348	18,600
www.historyplace.com	76,038	16,000	16,300	602	12,855	12,681	17,600
www.collegeboard.org	131,081	32,900	33,500	4,760	12,245	12,576	35,100
www.iste.org	137,897	38,300	38,800	2,400	10,054	9,743	38,600

3. ábra
A Marketleap vizsgálat eredményei

A keresőgép optimalizálása két okból is fontos. Először is a keresőgépek generálják a primer forgalmat a webhelyekre. Másodsor, a webhelyek nagy részét úgy tervezik és fejlesztik, hogy közben abszolút nem gondolnak arra, hogyan generálnak majd forgalmat az adott webhelyre. A kreatív ügynökségek a szép csicsás webhely elkészítésével befejezettnek tekintik a tevékenységüket. Médiaként jól ismerik a tévét, a rádiót és a nyomtatott sajtót, nem ismerik a webhely, mint a globális internet-közösség sajátos vonásait.

Ennek következtében a webhelyek nagy részét nem kellően építik fel, nincsenek tekintettel a keresőgépek törvényeire és ezért a keresőgépeken sem ta-

lálhatók meg. Két megoldás kínálkozik: a keresőgép-optimalizálás és a hirdetés.

3. Keresőgép-regisztráció és keresőgép-optimalizálás

Néha szinonimaként használjuk a két kifejezést, pedig eltérő tartalommal bírnak. A keresőgép-regisztráció azt jelenti, hogy a különböző helyeken regisztráltatjuk a honlapot, tudjanak róla, hogy létezik. A keresőgép-optimalizálás túllép ezen, azokra az aktuális változtatásokra utal, melyeket a honlapunkon hajtunk végre, hogy jobb helyezést érjünk el a keresőgépek találati listáin.

Kulcsszavak kiválasztása

Mielőtt bármit csinálnánk a weblap kódolásával, gondoljuk át, hogy mely szavak írják le megfelelően a honlap célját és tartalmát. Képzeljük magunkat a potenciális vásárló helyébe: Milyen szavak jutnak az eszébe, amikor a mi tevékenységünket keresi a weben? Ezeket a szavakat hívjuk cél-kulcsszavaknak. Ha ezek a szavak többször is előfordulnak a honlap különböző oldalain, nagyobb az esélye a magas találati helynek.

Minden oldal különböző kulcsszavakkal rendelkezzen, hogy tükrözze az adott oldal tartalmát. Ne válasszunk túl általános fogalmakat, mert abba több ezer honlap is beletartozhat. Például: cipő és női bőr divatcipő.

A kulcsszavak elhelyezése a honlapon

Mivel minden keresőgép eltérő feltételrendszert és eljárási algoritmust használ, bizonyos elemeket minden keresőgép-nél regisztráltatnunk kell. A kulcsszavakat a következő elemekben kell elhelyezni:

- *Az oldal címe* – A lap címe a böngészőben a menü fölött jelenik meg, ez az oldal legfontosabb helye, az itt megjelenő szavak fontosabbak az indexelésnél, mint a szövegtörzsben megjelenő kifejezések.
- *Kulcsszavak sűrűsége* – A szövegtörzsben megjelenő szavak milyen arányát képezik a kulcsszavak. A keresőgépek nézik ezt a kulcsszó sűrűséget. Ha például a gitár-húr kifejezés többször is előfordul a honlapon, nagyobb esélyt ad a megjelenésre, mintha csak egyszer szerepelne.
- *Meta-tagok* – Metatagnak azokat a HTML elemeket nevezzük, melyek az oldal tartalmát írják le a keresőgépek számára. Több kereső, pl. az Altavista, ezeket szerepelteti az eredmény mezőiben.
- *URL* – Az URL, azaz az oldal címe, nem csak abból a szempontból fontos, hogy könnyen megjegyezhető legyen az ügyfelek számára, hanem komolyan befolyásolja a hely szereplését a keresési folyamatban. Minél közelebb van a kulcsszó az URL elejéhez, annál magasabb helyezést kap. Például, ha a „virág” szóra keresünk rá, akkor a www.viraguzlet.hu meg fogja előzni a www.mezeiviragok.hu webhelyet.

Manuális bejegyzetés

A legtöbb keresőgép az első oldalról a linkek mentén kiindulva indexeli a többi oldal tartalmát is. Ettől függetlenül ajánlatos a legfontosabb 2-3 oldal tartalmát leíró kulcsszavak kézzel történő bejegyzése.

Mitől lesz jó egy kulcsszó?

A legtöbb webhasználató rájött arra, hogy minél jobban specifikálja a keresési fogalmat, annál nagyobb a valószínűsége, hogy megtalálja azt, amit keres. Ha az üzleti tevékenységünket jellemző kulcsszavakat és fogalmakat összefoglaljuk egy listába, nagyobb a valószínűsége, hogy a célpiacunkat elérjük. Kerüljük a semmitmondó, általános (olcsó, minőségi, értékarányos) fogalmak használatát.

Hirdetés – keresőgép-optimalizáció

A hirdetési szakma első reakciója az, hogy helyezzünk el offline és online hirdetéseket. Az ún. bannereket eredetileg termékek és szolgáltatások hirdetésére fejlesztették ki, ma szinte kizárólag webhelyek reklámozására használják. Noha az online hirdetés viszonylag olcsó, egy sikeres kampány megtervezése és kivitelezése viszonylag sok pénzt emészt fel és összehasonlíthatatlanul drágább, mint egy jól megszervezett keresőgép optimalizálás, mellyel forgalmat generálhatunk webhelyünkre.

The screenshot shows a Google search for the word "könyv". The search bar contains "könyv" and the search button is labeled "Keresés". Below the search bar, it indicates "Keresés: web magyar lapok lapok Magyarországról". The search results show approximately 1,710,000 results in 0.58 seconds. The first few results are:

- Bookline | Online könyvárúhá**: ... Múz., 2003 Részletes ismertető >>> Ár: 7 995 Ft Internetes kedvezmény: 1 599 Ft, (20%) Internetes ár: 6 396 Ft Szállító: Öt **Könyv** Kiadói Társulás ... www.konyvportal.hu/ - 89k - 21 Nov. 2004 - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)
- konyv.lap.hu**: LEGYEN EZ A STARTLAPOD! A legnagyobb magyar kategorizált linkgyűjtemény! konyv.lap.hu/ - 3k - 21 Nov. 2004 - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)
- Könyv Porta**: könyv porta www.irodaweb.hu/konyv/ - 2k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)
- @»Online Társkereső e könyv rendelés és letöltés ...**: Társkereső **könyv** ami segít ismerkedni lányokkal ... De ha már jó vagy a nőknél, akkor ez a **könyv** még jobbá tesz, ugyanis mindig van mit tanulni! ... www.ismerkedes.com/ - 16k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)
- Szcientológia: Referencia Könyv Bemutatja a Nemzetközi ...**: Enter A NEMZETKÖZI SZCIENTOLOGIA EGYHÁZ ÁLTAL ÖSSZEÁLLÍTOTT TÁJÉKOZTATÓ KÉZIKÖNYV. Scientology - Deutsch Scientologi ... hungarian.bonafidesciology.org/ - 7k - 21 Nov. 2004 - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)
- Könyv. Könyvtár. Könyvtáros**: Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, Országos Széchényi Könyvtár. Nemzeti Kulturális Alapprogram, Könyvtári Intézet. ... www.ki.oszk.hu/3k/ - 5k - 21 Nov. 2004 - [Tárolt változat](#) - [Hasonló lapok](#)

On the right side of the search results, there are sponsored links under the heading "Fizetett hivatkozások":

- Bookline**: Online könyvárúház és antikvárium 25 000 **könyv** 20% kedvezménnyel www.bookline.hu
- Número7.com Könyvesbolt**: 20 000 **könyv** online rendelés Szépirodalom, szakkönyv stb. www.numero7.com
- Számítástechnikai könyvek**: Egyedülálló választék magyar és angol nyelvű könyvekből. -5%-90%! www.kiskapu.hu
- A számvitel startlapja**: Ingyenes számviteli, könyvviteli anyagok és gyakorlati megoldások! www.kalkulator.hu

4. ábra
Találatok a Google keresőben

A forgalomnövelés egyik eszköze az is lehet, hogy bizonyos szavakat és fogalmakat egyszerűen megveszünk a keresőgépeknél, s ha valaki ezekre keres rá, akkor eredményként a mi honlapunkat dobja ki a gép. A keresőgépek hosszabb időn át, kvázi titokban operáltak ezzel a módszerrel, mely nemtetszést és elfordulást váltott ki a felhasználók körében, hiszen ezzel a keresőgépek neutralitása sérült. A *4. ábra* azt mutatja be, hogy a Google keresőgép a „könyv” szó beírására milyen spontán találatokat, illetve fizetett hirdetéseket dob ki.

Felhasznált irodalom

Top 10 Ways to Make Search Marketing Work for You. eMarketer White Paper, 2004

LARRY CHASE: Essential Search Engine Marketing Resource Guide. Chase Online Marketing Strategies Inc., 2004.

STEVE PHILIPS: Driving Site Traffic. www.marketingpower.com, 2004. 10. 25.

C. J. Newton: Guide to Search Engine Optimization. www.seologic.com, 2004. 08. 24.