

Cum gasim cuvintele cheie potrivite

Ca om de marketing de multe ori inainte de a te apuca sa realizezi un articol probabil ca te gandesti care sunt cele mai bune cuvinte cheie si subiecte pe care trebuie sa le incluzi in articolul tau. Astfel este important sa investesti timp in research-ul de cuvinte cheie si de subiecte care sa iti aduca mai mult trafic pe site si sa te pozitioneze ca expert in domeniul tau.

Astfel, partea de keyword research implica gasirea acelor cuvinte cheie sau expresii care sa reprezinte site-ul tau si afacerea ta.

De indata ce ai inceput partea de research de cuvinte cheie, poti sa iti optimizezi site-ul si continutul pentru acele cuvinte sau expresii cheie care aduc mult trafic pe site.

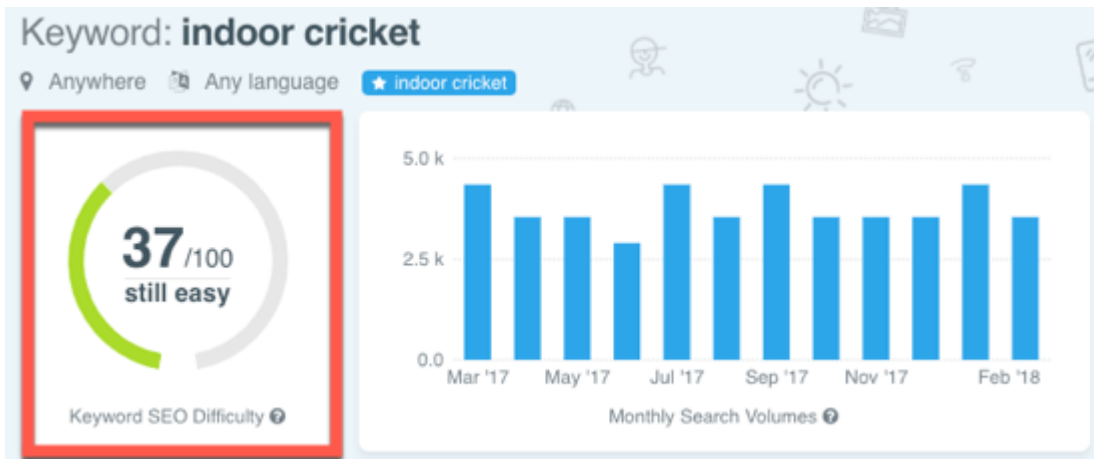
Inainte de a ne arunca in partea de research de cuvinte cheie in detaliu, hai sa vedem ce sunt mai exact aceste cuvinte cheie, care sunt tipurile lor si care este diferenta dintre short si long tail keywords.

CAPITOLUL 1 – CE SUNT CUVINTELE CHEIE?

Cuvintele cheie sunt doar niste cuvinte care descriu cel mai

bine despre ce este vorba in continutul de pe o pagina.

In lumea SEO poti sa te gandesti la cuvintele cheie ca la o legatura dintre ceea ce cauta clientii potentiali si continutul tau de pe site.



Imediat vom vedea care sunt tipurile de cuvinte cheie, dar mai intai sa vedem ce sunt search queries.

Ele sunt cuvinte cheie sau fraze pe care oamenii le scriu in bara de cautare Google si sunt mai multe tipuri de search queries printre care gasim:

- cele navigationale
- informationale
- tranzactionale

Cautarile navigationale sunt realizate cand oamenii vor sa gaseasca anumite pagini sau site-uri. De exemplu, poate ai auzit o conversatie in care se preciza expresia – Optimizarea ratei de conversie – iar tu mergi pe Google si cauti aceasta expresie.

Cautarile informationale sunt acele cautari care sunt bazate pe subiecte cheie si pe gasirea de raspunsuri.

Spre exemplu: – Cum optimizez site-ul on page?

- Cum cresc rata de conversie?

Cautarile tranzactionale sunt acele cautari in urma carora oamenii sunt pregatiti sa cumpere ceva. Ele sunt focusate pe actiuni concrete.

Spre exemplu:

- pret servicii seo
- pret incaltaminte nike

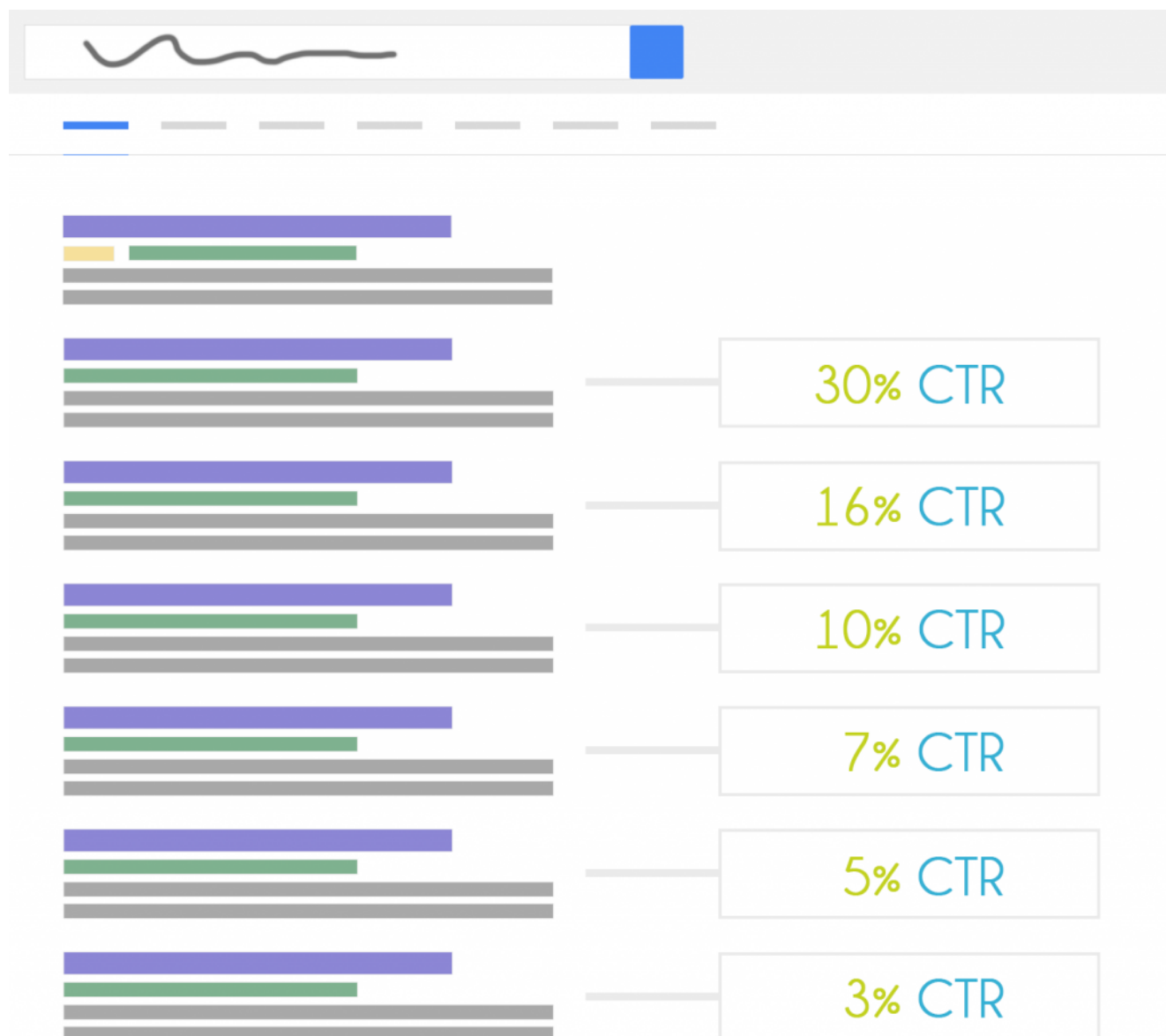
CUVINTELE CHEIE DE TIP SHORT SAU LONG TAIL

Acestea reprezinta tipurile de cuvinte cheie care se afla intr-o cautare. Cuvintele cheie de tip short tail sunt concepute din maxim 2 cuvinte – exemplu – servicii SEO. Ele sunt generice si ambigue, avand volum mare de cautare si rata mica de conversie.

Middle tail keywords sunt acele cuvinte cheie cu maxim 4 cuvinte in componenta – exemplu – Tema WordPress pentru Blogging. Ele sunt mult mai specifice si au volum de cautare

mai mic.

Long tail keywords – consista in mai mult de 4 cuvinte cheie si au caracteristica importanta ca sunt specifice.



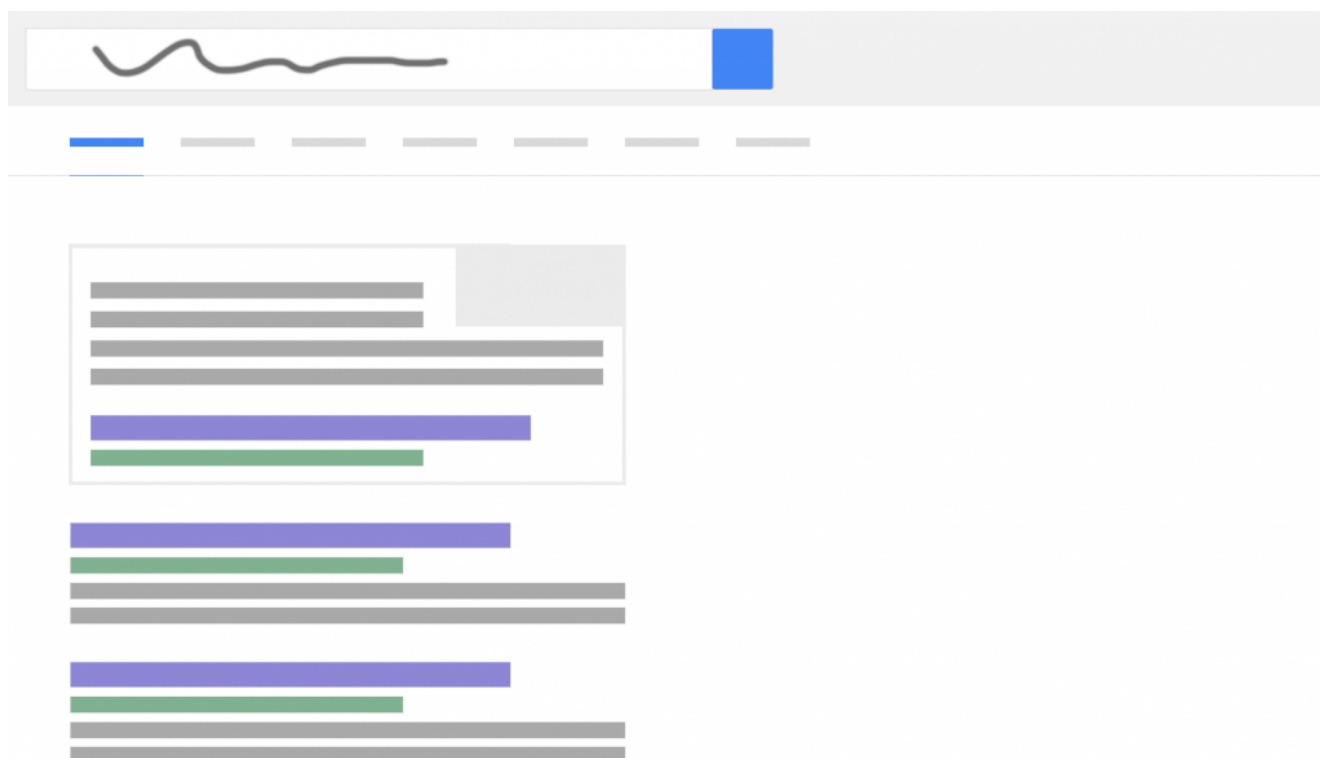
Cu cat aceste expresii cheie sunt mai specifice cu atat rata de conversie creste. Asta pentru ca acele cuvinte cheie de tip long tail sunt mai specifice.

Este usor sa pici in capcana cuvintelor cheie cu volum mare de cautare dar ele sunt foarte competitive si te va costa o avere sa iti clasezi site-ul pentru ele.

Incepe cel mai bine sa iti optimizezi contentul pentru cuvintele cheie care au volum mic de cautare si sunt specifice.

CAPTITOLUL 2 – CUM GASIM CELE MAI POTRIVITE CUVINTE CHEIE

Acum ca am aflat mai multe despre tipurile de cuvinte cheie si ce sunt search queries – este timpul sa aflam cum putem gasi cele mai potrivite cuvinte cheie pentru site-ul nostru.



Sunt 4 parti de care sa tinem cont cand facem keyword

research:

1. Fundatia buna
2. Cautarile pentru cuvintele cheie
3. Volum de cautare si competitie
4. Subiectele cheie

Iti recomandam sa folosesti in Excel pentru a tine evidenta cuvintelor cheie in faza urmatoare.

1. Stabilirea unei fundatii bune

Pentru a incepe faza de keyword research iti trebuie o fundatie buna si niste idei. Scopul aici este sa gasesti cuvintele cheie si frazele pe care audienta ta le foloseste si sunt interesati de ele. Astfel trebuie sa intri pe forumuri, bloguri si sa vezi ce cuvinte cheie foloseste audienta ta tinta.

Poti foarte usor sa afli ce cuvinte cheie foloseste audienta ta daca intri pe Quora, Reddit, bloguri din nisa ta.

Putem de asemenea sa gasim foarte usor cuvintele cheie sau frazele folosite de clientii potentiali daca folosim Wikipedia.

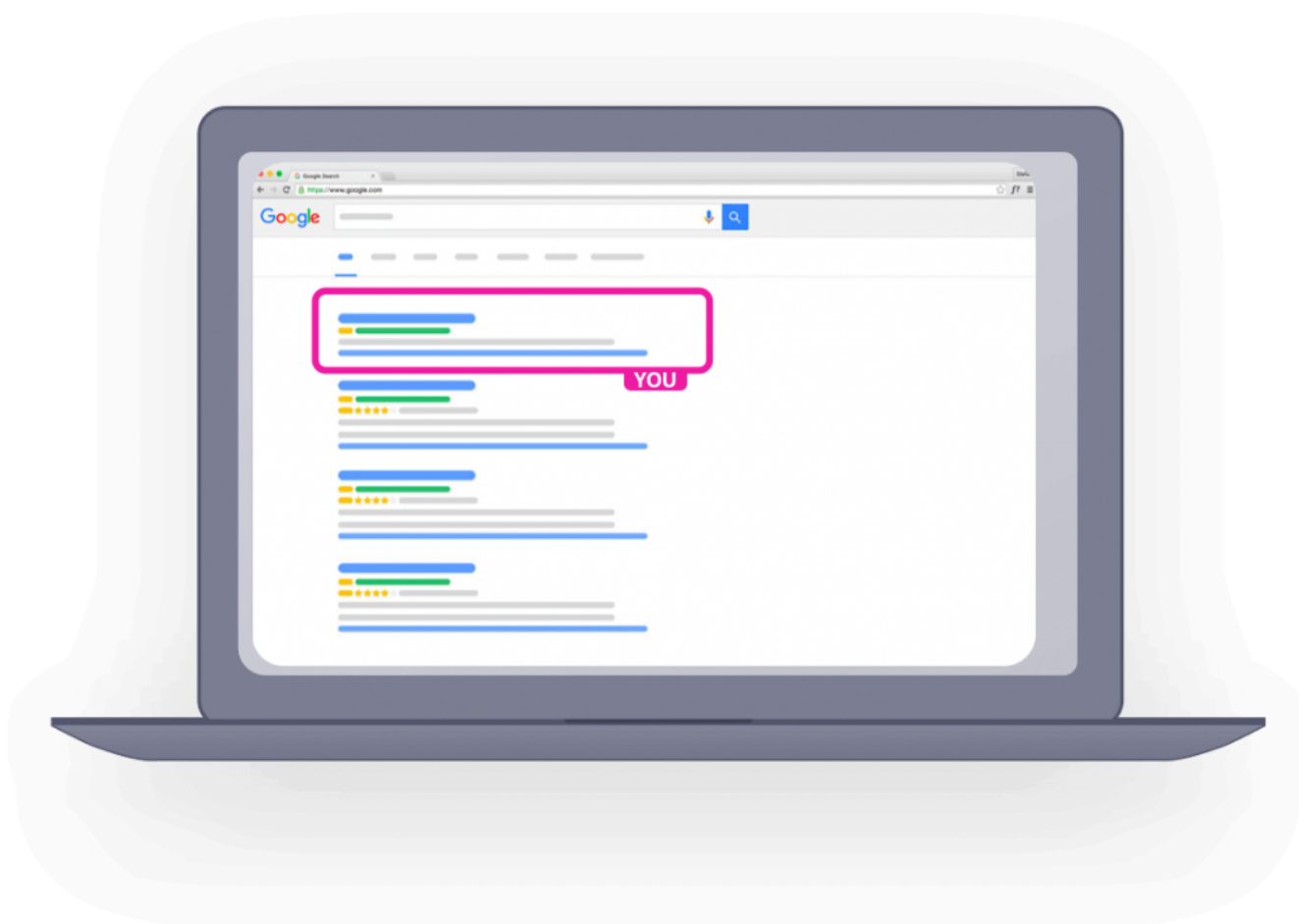
Mai putem intra pe grupuri de Facebook si sa vedem ce expresii cheie si ce subiecte abordeaza clientii nostri potentiali. Aici putem si interactiona usor cu ei.

PARTEA 2 – CAUTAREA CUVINTELOR CHEIE CU AJUTORUL TOOL-URILOR

Este foarte important sa folosim tool-urile cele mai bune pentru a gasi cuvintele cheie importante care sa fie incluse in contentul de pe site. Printre aceste tool-uri putem sa gasim – KWfinder si Ubersuggest tool. KWfinder tool este unul care este gratuit dar are si o optiune de plan platit prin care sa facem abonament lunar.

Cand ne vom loga in acest tool putem sa adaugam cuvantul sau expresia cheie in bara de cautare si sa gasim volumul de cautare dar si competitia pe acel cuvant sau expresie cheie.

El ne va sugera si alte cuvinte cheie de care sa ne folosim si ne va oferi date concrete despre volum de cautare, tendinte si dificultatea de clasare.



Foarte tare la acest tool este ca ne ofera si subiecte de content dupa care sa dezvoltam continut pe site pe baza query-urilor oamenilor pe care acestia le scriu in cautarile Google.

PARTEA 3 – VERIFICARE VOLUM SI COMPETITIA CUVINTELOR CHEIE

Pana acum ar trebui sa ai deja o lista de cuvinte cheie dupa care sa iti dezvolti strategia de SEO, dar mai este un pas crucial peste care sa trecem – acesta este faza de evaluare.

Degeaba avem multe cuvinte cheie daca ele nu sunt cautare si daca ele nu au content bine clasat in Google.

In mare in acest pas vom vedea volumul de cautare a cuvintelor cheie si competitia lor.

Volumul de cautare este o valoarea aproximata si daca folosim un tool free sau unul premium precum SEMRush – vor fi diferente destul de mici a volumului de cautare. Multe tool-uri isi iau datele din Google Keyword Planner fie direct fie indirect.

Motivul pentru care gasim atat de multe discrepante intre volumele de cautare este pentru ca Google Keyword Planner ofera valori rotunjite ceea ce inseamna ca ele se recalculeaza in fiecare luna. Poate ca ai cuvinte cheie care au variatii sezoniere iar tool-urile folosite de catre tine nu le recalculeaza valoarea.

ATENTIE! – Volumul de cautare nu este egal cu traficul de pe site. Asta inseamna ca degeaba facem SEO in jurul unor cuvinte cheie cu multe cautari daca ele nu ajung sa aduca trafic pe site. Adica site-ul nostru in rezultatele de cautare nu are o rata de click mare.

Astfel noi trebuie sa alegem cuvintele cheie care au volum de cautare destul de ridicat si care sa aduca trafic pe site.

Acum trecand la punctul 2 – ne vom focusa pe partea de Competitivitate.

Este important sa intelegem cat de competitiv este un cuvint

sau expresie cheie pentru ca noi sa stim in cat timp se vad rezultatele SEO. KWfinder are o lista de metrice pentru cuvintele cheie iar printre aceste metrice gasim partea de competitie sau dificultate.

Ea arata cate site-uri se "bat" pentru acel cuvint cheie.

Foarte important la inceputul campaniei de SEO este sa alegem cuvintele cheie care au competitie mica pentru a ne indexa mult mai usor.

PASUL 4 – Creare de content bazat pe subiecte

Acum ca avem o lista completa, clara si bine analizata de cuvinte cheie este important sa dezvoltam continut pentru a integra aceste cuvinte cheie si pentru a clasa mai bine pagina in rezultatele de cautare Google.

Intreaga parte de research de cuvinte cheie este sa creem content care sa includa aceste cuvinte cheie. Degeaba avem un content bine scris daca el nu se va clasa bine si nu va atrage trafic pe site.

Este important sa avem un content pe pagina de minim 300 de cuvinte in care sa adauga cuvintul sau expresia cheie principala si sa adaugam cuvintele cheie semantice.

Prin contentul de pe site trebuie sa informam, educam si adaugam valoare useriilor.

CONCLUZIA ACESTUI ARTICOL

Acum ca ai aflat cum sa gasesti cele mai bune cuvinte cheie pentru site-ul tau poti sa te apuci sa dezvolti continut care sa atraga useri pe site si sa fie bine clasat in Google. Succes.