

Off-site optimizacija spletnih strani

May 2006, Avtor: mag. Radoš Skrt, rados@nasvet.com

Proces optimizacije spletnih strani je sestavljen iz dveh faz in sicer iz ti. »on-site« oziroma »on-page« optimizacije in iz »off-site« oziroma »off-page« optimizacije. Medtem ko se on-site optimizacija nanaša na optimizacijo elementov, ki so sestavni del spletne strani (naslovi, teksti, meta oznake, slike, povezave, itd.), pa se pri off-site optimizaciji, tako kot že ime pove, vsi procesi izvajajo izven spletne strani.

On-site optimizacija

Kot smo že omenili, se on-site optimizacija nanaša na vse procese, ki jih s ciljem doseganja boljših pozicij na iskalnikih izvedemo na spletni strani. Da pa bi se procesa optimizacije sploh lahko lotili, je potrebno najprej definirati tiste ključne besede, ki bodo pripeljale čim več potencialnih kupcev oziroma ciljnih obiskovalcev na spletno stran. Običajno se takšne besede nanašajo na dejavnost podjetja in na imena izdelkov ter storitev. Če želimo izvesti uspešno optimizacijo, je potrebo izbrane ključne besede vključiti v naslov strani (title oznaka), v meta oznake za opis strani in ključne besede, v imena slik in njihove opise (alt oznaka), v imena direktorijev (www.domena.com/ključna_beseda/) in datotek (ključna_beseda.php) kot tudi v naslove in podnaslove ("h1", "h2"), ki se pojavljajo v vsebinskem delu spletne strani. Izbrane ključne besede je potrebno smiselno umestiti tudi v vsebino, ki je objavljena na spletni strani. Pri tem opravilu pa seveda ne gre pretiravati, saj bi se naj delež ključnih besed v celotnem besedilu gibal med 5-7%. V nasprotnem primeru, bi vas lahko iskalniki zaradi pretiranega ponavljanja določene ključne besede kaznovali.

Ker se približno 80% klikov zgodi na prvi strani rezultatov iskanj, je optimizacija spletnih strani za potrebe iskalnikov eno ključnih opravil, če želimo zagotoviti uspešnost spletne strani.

Poleg omenjenih elementov, ki jih je potrebno optimizirati, moramo poskrbeti tudi za pravilnost programske kode in za odpravo vseh »motenj«, ki vplivajo na slabšo pozicijo na iskalnikih. Tako je npr. priporočljiva vzpostavitev tekstovne navigacije, saj iskalniki ne morejo prebrati grafičnih menijev pri katerih je tekst integriran v sliko. Ker imajo iskalniki podobno težavo tudi z vsebino, ki se nahaja v Flashu, jo je potrebno nujno pretvoriti v običajen tekstovni format. V nasprotnem primeru bo namreč vsebina spletne strani za iskalnike praktično nevidna, kar pomeni, da se lahko poslovite od visokih pozicij. Med večje slabosti spletnih strani prištevamo tudi java script menije, preko katerih se iskalniki ne morejo prebiti v notranjost spletne predstavitve in tako poindeksirati tudi ostale podstrani spletne predstavitve. Večji posegi v programsko kodo spletne strani se priporočajo še v primeru, ko je spletna stran narejena z uporabo okvirjev (ang. Frames).

Kljub uspešno izvedenih procesih, ki jih zahteva on-site optimizacija, pa se je potrebno zavedati, da lahko z optimizacijo spletne strani dosežemo dobre rezultate na iskalnikih le pri manj popularnih ključnih besedah in na majhnih trgih, kjer je optimizacija spletnih strani šele v povojih (med tovrstne trge se uvršča tudi Slovenija). Skratka manjša kot je konkurenca pri določeni ključni besedi, večji uspeh lahko dosežemo z on-site optimizacijo. Pri besedah, ki jih v svojem pogovoru uporablja na milijone internetnih uporabnikov, pa predstavlja on-site optimizacija kvečjemu tretjinski delež v celotnem procesu optimizacije.

Off-site optimizacija

Ker je za najbolj popularne ključne besede (še posebej če imamo v mislih angleške besede) skorajda nemogoče umestiti spletno stran na vrhnje pozicije na iskalnikih samo z on-site optimizacijo spletne strani, je poleg optimizacije osnovnih elementov na spletni strani (meta oznake, teksti, naslovi, povezave, slike, ...) tako nujno potrebna uporaba ostalih tehnik, ki bistveno pripomorejo k boljši poziciji na iskalnikih. V mislih imamo predvsem metode off-site optimizacije, s pomočjo katerih

gradimo mrežo zunanjih povezav (vpisovanje v imenike, izmenjava povezav, kupovanje povezav, pridobivanje socialnih bookmarkov, vpisovanje komentarjev na forume in bloge, itd.). Na pozicijo spletne strani na iskalnikih najbolj vplivajo naslednji dejavniki off site optimizacije:

1. Število zunanjih povezav do spletnega mesta, ki ga želimo optimizirati.
2. Kvaliteta zunanjih povezav. Večji PageRank (več o tem nekoliko kasneje) kot imajo strani s katerih prihajajo zunanje povezave, večjo težo imajo takšne povezave na Googlu.
3. Besedilo, ki se nahaja na zunanji povezavi (ang. anchor tekst). Primer: to je primer anchor teksta.
4. Položaj zunanje povezave na spletni strani. Povezave pri vrhu strani so bolj pomembne kot tiste, ki se nahajajo pri dnu strani.
5. Število objavljenih zunanjih povezav na spletni strani. Večje kot je število objavljenih zunanjih povezav na določeni strani, manjšo težo ima vsaka posamezna povezava. Povezave znotraj besedila ima npr. veliko večjo težo od povezav, ki prihajajo s strani, kjer se nahaja veliko število zunanjih povezav (v mislih imamo predvsem spletne imenike).
6. Hitrost pridobivanja zunanjih povezav. Glede na to, da obravnavajo nekateri iskalniki hitro nabiranje zunanjih povezav kot nekakšen napad na iskalnik (ang. search engine spam), ki seveda ne ostane brez posledic (običajno je »nagrada« slabša pozicija), se veliko bolj priporoča sistematično, premišljeno in počasno grajenje zunanjih povezav. V zadnjem času se tako vedno bolj odpriporoča uporaba programske opreme (npr. Web Position Gold) za samodejno vpisovanje spletne strani v nekaj sto imenikov in iskalnikov naenkrat. Še posebej je iskalnikom sumljivo hitro pridobivanje zunanjih povezav s FFA strani (ang. Free For All link page). Pozor - povezave s FFA strani lahko vplivajo celo na poslabšanje pozicije.
7. Povezave, ki prihajajo s spletnih strani, ki nimajo logične vsebinske povezave s spletno stranjo, ki jo optimiziramo, nimajo velike teže.
8. Starost povezave. Google bi naj pri ocenjevanju kvalitete povezav upošteval tudi njihovo starost in zgodovino sprememb na povezavah. Starejše povezave bi naj imele večjo težo, saj je večja verjetnost da so bolj merodajne.
9. Popularnost in starost domene od koder prihaja zunanja povezava. Povezave, ki prihajajo s spletnih strani, ki se nahajajo na starejših domen, imajo večjo težo.

Izmenjava povezav

Ker si verjetno ne želite, da bi vaša spletna stran predstavljala samotni otoček v medmrežju, do katerega nihče ne more priti, je potrebno poskrbeti za njeno vidnost in čim lažjo dostopnost. Spletna stran potrebuje čimveč zunanjih povezav in čimboljše pozicije na iskalnikih. Vse skupaj se sliši precej enostavno, vendar je resnica ta, da je grajenje mreže kakovostnih referenčnih povezav zahteven in dolgotrajen proces off-site optimizacije. Obenem se je potrebno zavedati, da je pozicija spletne strani bolj kot od števila zunanjih povezav odvisna od kvalitete strani od koder prihajajo povezave in od besedila, ki se nahaja na teh povezavah. Zaradi tega je še kako pomembno, da povezave, ki kažejo na vašo stran, vsebujejo ključne besede, ki so za vas pomembne.

Verjeli ali ne, na iskalnikih lahko dosežete vrhnje pozicije tudi za takšne ključne besede, ki se sploh ne pojavijo na vaši spletni strani. Kako je to mogoče? Če imate dovolj kvalitetno zgrajeno mrežo zunanjih povezav in če te povezave vsebujejo določeno ključno besedo, bodo iskalniki smatrali, da je vaša stran relevantna za ključno besedo, ki se nahaja na številnih povezavah, ki kažejo na vašo stran. Za lažje razumevanje navedenega, vam bomo podali najlepši možni primer. Spletne strani Bele hiše (www.whitehouse.gov/president/gwbbio.html), kjer je objavljena biografija Georga W. Busha seveda ne vsebuje besedne zveze »miserable failure«, vendar če boste na Googlu v iskalno polje odtipkali ti dve besedi, boste na prvem mestu med rezultati iskanja dobili omenjeno biografijo. Zaradi globalne »priljubljenosti« ameriškega predsednika namreč veliko spletnih strani vsebuje povezavo do njegove biografije, vendar namesto da bi na povezavi pisalo George Bush ali nekaj v tem kontekstu, so lastniki spletnih strani na povezave napisali »miserable failure«. Omenjeni primer več kot dobro ponazori pomen zunanjih povezav in pomembnost ključnih besed, ki se nahajajo na teh povezavah.



Ključne besede na povezavah so zelo pomembne. Zelo posplošeno bi lahko dejali, da predstavlja vsaka zunanja povezava en glas za spletno stran na katero kaže povezava. Več kot je takšnih povezav, več glasov in boljše pozicijo na iskalnikih dobi spletna stran. Toda pri tem je potrebno vedeti, da prinašajo povezave, ki prihajajo s popularnih in dobro obiskanih strani, veliko več glasov. Google tako npr. uporablja PageRank sistem, ki vsaki indeksirani strani dodeli številko, ki odraža njeno pomembnost. Povezave s spletnih strani, ki imajo višji PR (maksimalni PR je 10 najnižji pa 0), imajo večjo težo od tistih z nižjim PR. Zaradi tega seveda ni vseeno s katerih strani kažejo povezave na vašo stran. Če želite za vsako spletno stran, ki jo obiščete, sproti preverjati njen PageRank, je najbolje, da si z naslova <http://toolbar.google.com/> prenesete na vaš računalnik Googlovo orodno vrstico.

Orodje, ki ga boste našli na naslovu www.seoachat.com/seo-tools/pagerank-search/, pa vam bo na podlagi iskalne poizvedbe izpisalo Googlove rezultate iskanj, ki bodo dopolnjeni z grafičnim prikazom PageRanka vsake izpisane strani. Poleg tega se bosta pod vsakim izpisanim rezultatom med drugim pojavili še povezavi »View META Data«, preko katere boste lahko preverili meta oznake, ki jih stran uporablja ter povezava »View Inbound Links«, ki vam bo posredovala informacije o zunanjih povezavah do določene strani.

PageRank Results

Order by (relevance):

Showing search results in order of **relevance** 88,500 results found

Optimizacija spletnih strani - Nasvet.com
 5/10
 Pozicioniranje in optimizacija spletnih strani. Kako do prvih pozicij na iskalnikih?
http://www.nasvet.com/pozicioniranje_optimizacija.php
[View META Data](#) - [View Inbound Links](#) - [Analyze Links](#)
[Cached Version](#) - [Similar Web Sites](#)

Optimizacija spletnih strani, internet marketing, svetovanje ...
 5/10
 Svetovanje, izdelava strategij, analiza in optimizacija spletnih strani, izvedba oglaševalskih akcij, pozicioniranje spletnih strani na iskalnikih.
<http://www.nasvet.com/>
[View META Data](#) - [View Inbound Links](#) - [Analyze Links](#)
[Cached Version](#) - [Similar Web Sites](#)

Kako do povezav?

Do enosmernih povezav se najlažje in najhitreje pridete z vpisom strani v spletne imenike. To je tudi najboljši način za začetno promocijo spletne strani in za zagotovitev vidnosti na iskalnikih, saj jo bodo pajki iskalnikov hitreje našli. Ko boste prisotni na enem izmed imenikov bodo pajki iskalnikov hitro našli vašo spletno stran in poindeksirali vse strani vaše spletne predstavitve. Poleg vpisa v naše največje imenike (glej okvir), vam pri izgradnji pozicije na Googlu lahko zelo veliko točk prinese, vpis spletne strani v največji brezplačni spletni imenik DMOZ (www.dmoz.org), ki ga upravljajo neplačani uredniki. Žal pa boste morali imeti do objave vpisa veliko potrpljenja, saj je

potrebno zaradi nekomercialne naravnosti imenika za objavo vpisane strani čakati tudi nekaj tednov ali celo mesecev. Vendar se zaradi razloga, ki smo ga že omenili, splača nekoliko potrpeti. Glede na to, da omenjeni spletni imenik kopira še veliko drugih spletnih strani, boste z vpisom v DMOZ-ev imenik dobili še nekaj dodatnih referenčnih povezav, ki pa žal ne bodo imele velike vrednosti. Z vpisovanjem strani v marginalne in neobiskane imenike ni potrebno zgubljeni časa, saj nimajo velikega vpliva na pozicijo spletne strani na Googlu.

V Sloveniji je priporočljivo vpisati spletno stran na naslednje naslove: www.najdi.si, www.matkurja.com in www.slowwwenia.com. Zelo obsežen in pregleden seznam tujih spletnih imenikov pa boste našli na naslovu www.best-web-directories.com/directory-list.htm. Poleg url naslova vsakega imenika je naveden njegov PageRank ter podatki o tem ali gre za plačljiv oz. brezplačen imenik.

Enosmerne povezave

Toplo vam priporočamo, da si poskušate pridobiti enosmerne povezave s spletnih strani, ki se nanašajo na sorodno tematiko (v mislih nimamo spletnih strani vaše konkurence). Če boste uspeli dobiti s takšne strani povezavo na vašo stran, ki bo povrh vsega objavljena tako, da bo vsebovala vašo najpomembnejšo ključno besedo, bo zadovoljstvo še toliko večje. Za lažjo ponazoritev opisanega navajamo naslednji primer. Podjetje Inetia.com, ki se ukvarja z izdelavo spletnih strani, je na strani Nasvet.com, ki objavlja članke na temo internetnega marketinga, pridobilo naslednjo povezavo: Izdelava spletnih strani – Inetia.com. Povezave s strani s sorodno tematiko pa niso pomembne zgolj z vidika pozicioniranja na iskalnikih ampak tudi zaradi tega, ker te strani obiskuje ciljna populacija tarčne strani. To pa seveda pomeni, da ima podjetje z objavo povezave na takšni strani, veliko možnost da si bo poleg pozicije na iskalnikih izboljšalo tudi obisk spletne strani.

S kvalitetno vsebino do povezav

Do zunanjih povezav pa lahko pridete tudi z objavljanjem kvalitetne in zanimive vsebine na vaši strani. Za kaj takšnega so npr. zelo primerni članki ali izsledki raziskav, na katere bodo želele druge spletne strani opozoriti svoje obiskovalce s pomočjo povezav ali pa celo tako, da bodo vaše prispevke vključno z vašimi kontaktnimi podatki in povezavo do vaše spletne strani objavile na svoji strani. Glede na to, da veliko spletnih strani išče aktualne članke s katerimi bi lahko obogatili svojo vsebino in na ta način povečali krog potencialnih obiskovalcev, je v primeru, da nimate časa ali pa znanja za pisanje člankov, smiselno razmisliti o tem, da bi pisce člankov najeli. Ponudb za pisanje člankov kar mrgoli. Za začetek si lahko pomagate z naslovoma www.articlesupply.com in <http://forums.digitalpoint.com/forumdisplay.php?f=76>.

Celotna »finta« člankov je v tem, da vsebujejo eno ali več povezav do naše spletne strani in blok kontaktnih podatkov o avtorju. Pravila uporabe servisov za posredovanje člankov dopuščajo vsem uporabnikom, da lahko skopirajo in objavijo članek na svoji strani, vendar pod pogojem, da ga ne spreminjajo in da objavijo tudi vse kontaktne podatke o avtorju. O tem kolikokrat bo članek objavljen in na katerih spletnih straneh je odvisno predvsem od kvalitete članka in področja, ki ga tematika članka pokriva. Želja vsake spletne strani, ki posreduje članek je, da se objavi na dobro obiskanih straneh s sorodno tematiko. Tudi če članka ne bo objavila nobena druga stran, pa je tistemu, ki je članek posredoval, v tolažbo vsaj to, da nekaj šteje tudi povezava s strani na katero smo članek posredovali. Takšen način pridobivanja povezav ima obojestransko korist. Stran, ki bo dovolila objavo prispevka si bo pridobila zunanjo povezavo, stran, ki bo prispevek objavila pa si bo popestrila in obogatila svojo spletno predstavitev zaradi česar si lahko pridobi dodatne obiskovalce ali pa poveča frekvenco obiskovanja že obstoječih obiskovalcev. Ko že omenjamo članke, naj omenimo še eno možnost pridobivanja dodatnih povezav. Članke lahko namreč posredujete na specializirane spletne strani (e-zines), ki dopuščajo objavo člankov vsem registriranim uporabnikom. Nekaj podobnega velja tudi za objavo sporočil za javnost, ki jih vključno z vašimi kontaktnimi podatki in povezavo do vaše spletne strani, pravtako lahko posredujete na spletne servise, ki so popolnoma odprti za objavljanje PR sporočil.

Gradnja povezav s pomočjo člankov Naslovi spletnih strani na katere lahko posredujete članke: www.articlecity.com, www.ezinearticles.com, www.goarticles.com, www.webmasterslibrary.com, www.ideamarketers.com

Socialni bookmarki in partnerski programi

Kvalitetna vsebina je pogoj za še eno metodo pridobivanja zunanjih povezav in sicer prek socialnih bookmarkov, ki se lahko razvijejo tudi kot zelo učinkovita taktika virusnega marketinga. Glavni namen spletni servisov namenjenih socialnim bookmarkom (kot npr. www.digg.com in del.icio.us), je, da lahko uporabniki dostopajo do svojih priljubljenih zaznamkov, ki jih imajo shranjene na svojem računalniku, tudi prek spletne strani. Ker so ti zaznamki na voljo tudi ostalim uporabnikom spletnega servisa, so dobili pripono »socialni«. Uporabniki omenjenih spletnih servisov lahko namreč iščejo spletne strani zgolj v bazi zaznamkov, ki jih posredujejo uporabniki servisa. Ker so med zaznamke v večini primerov dodane najbolj relevantne strani z določenega področja, lahko na ta način uporabniki veliko hitreje kot prek iskalnikov pridejo do spletnih strani s kvalitetno vsebino. Kvaliteta tovrstnih servisov se gradi tudi na tem, da imajo uporabniki možnost ocenjevanja vseh zaznamkov, ki jih obišejo. Bolj relevantni kot so zaznamki, višjo oceno dobijo in višje so na lestvici popularnosti. To pa seveda pomeni, da privabljajo večje število klikov, kar se odraža v večjem pritoku obiskovalcev na spletno stran. Vse pa ni tako rožnato kot izgleda na prvi pogled, saj je največji problem omenjenih servisov ta, da so kot že rečeno omejeni z vpisi, ki jih posredujejo uporabniki (z istim problemom se soočajo tudi imeniki).

Eden izmed pogostih načinov pridobivanja zunanjih povezav so tudi partnerski programi (ang. Affiliate marketing), s pomočjo katerih podjetja prek svojih partnerjev prodajajo izdelke ali storitve. Partnerji v omrežju poskrbijo na svojih straneh za pospeševanje prodaje s pomočjo tekstovnih in slikovnih oglasov s katerimi lahko podjetju, ki izvaja partnerski program, zagotovijo ogromno število zunanjih enosmernih povezav.

Komentarji in podpisi

Do enosmernih povezav lahko pridete tudi z objavljanjem vsebinsko relevantnih komentarjev v forumih in blogih, ki na koncu sporočila vsebujejo tudi podpis s povezavo do vaše strani. S pošiljanjem komentarjev, ki vsebujejo eno ali več povezav do vaše spletne strani, pa morate biti previdni. Nikar ne objavljajte komentarjev ali pa kar je še huje - oglasnih sporočil na forumih ali blogih, ki niso vsebinsko povezani s tematiko vašega sporočila. Če boste spamali forume ali bloge, vam bodo kaj hitro izbrisali sporočila in onemogočili nadaljnjo uporabo, lahko pa se vam zgodi tudi to, da se boste znašli na spam listah, kar vam bodo otežilo sodelovanje na drugih forumih in blogih.



Primer podpisa na forumu

Recipročne povezave

Do sedaj opisane metode so usmerjene večinoma v pridobivanje enosmernih povezav. Poleg teh pa poznamo tudi recipročne povezave o katerih govorimo takrat, ko ima stran A ima povezavo do strani B in obratno. Najenostavnejši način za izgradnjo kvalitetnih recipročnih povezav je ta, da se poskušate dogovoriti za medsebojno izmenjavo povezav s spletnimi stranmi, ki so sorodne tematike. Če se npr. ukvarjate s prodajo Fiatovih avtomobilov, potem poskušajte izmenjati povezave s spletnimi stranmi, ki so namenjene avtomobilizmu in prodaji avtomobilov. Ker imajo, kot smo že omenili, enosmerne povezave običajno večjo težo od recipročnih povezav, je koristneje

(seveda če so za to izpolnjeni pogoji) vzpostaviti ABC povezovanje (ang. ABC linking) med spletnimi stranmi. Skupaj še z dvema stranema ustvarite medsebojne povezave. Stran A naj da povezavo strani B, stran B da povezavo strani C, stran C pa da povezavo strani A. S tem je krog sklenjen z enosmernimi povezavami. Eden izmed primerov povezovanja, ki odvrča kakršnakoli sumničenja iskalnikov pa je naslednji: če ima nekdo strani A in B, nekdo drug pa strani C in D, se lahko naredi povezava s strani A na stran C, ter povezava s strani D na stran B. Pri pridobivanju tako enosmernih kot dvosmernih povezav pa nikar ne pretiravajte. Iskalniki lahko namreč hitro kopičenje povezav v kratkem časovnem obdobju kaj hitro vzamejo pod drobnogled in vas v skrajni fazi osumijo celo napada na iskalnik, kar seveda ne ostane brez posledic za vašo spletno stran. Še posebej morate biti previdni pri uporabi programov za medsebojno izmenjavo povezav (www.seolinkexchange.com, www.linkexchanged.com, ipd.), saj vam lahko povzročijo več škode kot koristi. Zaradi prehitrega pridobivanja medsebojnih povezav, ki povrh vsega povezujejo še strani, ki običajno nimajo nobene vsebinske povezave, vas lahko Google kaznuje s slabšo pozicijo.

Preverite koliko zunanjih povezav ima vaša stran Orodje, ki ga najdete na strani <http://tools.marketleap.com/publinkpop/>, omogoča poleg preverjanja števila povezav, ki jih ima izbrana stran na iskalnikih Google, HotBot, MSN in Yahoo tudi neposredno primerjavo s konkurenco, saj lahko število povezav neposredno primerjamo s tremi konkurenčnimi spletnimi stranmi. Na naslovu <http://www.seochat.com/seo-tools/link-popularity/> lahko preverite koliko zunanjih povezav ima spletna stran na iskalnikih Google, Yahoo, MSN, in Teoma. Podobno funkcijo opravlja tudi orodje na naslovu <http://www.webmaster-toolkit.com/link-popularity-checker.shtml>, ki pa vključuje še nekaj drugih iskalnikov. Koliko zunanjih povezav ima vaša stran lahko preverite tudi brez posebnega orodja in sicer tako, da na Googlu uporabite operator »link«, ki ga vpišete v iskalno polje (primer: link: www.mojmikro.si). Preverjanje števila zunanjih povezav na različnih iskalnikih

Plačljive povezave

Za podjetja, ki se za izbrane ključne besede soočajo z zares veliko konkurenco na iskalnikih, je dolgoročni zakup tekstovnih oglasov dobra investicija pri izgradnji zunanjih povezav, vendar le pod pogojem, da vsebujejo povezave »follow« atribut, kajti v nasprotnem primeru, bodo takšne povezave brez vrednosti. Podobno vlogo igrajo tudi nakupi zunanjih povezav, ki že vsebujejo ključne besede, ki nas zanimajo. Cene povezav, ki prihajajo s strani, ki imajo PageRank 4, se gibajo okoli 10 dolarjev in seveda s večanjem PageRanka tudi strmo naraščajo. Dobro izhodišče za preverjanje ponudbe zunanjih povezav, ki so na razpolago, predstavlja stran LinkAdage Auctions (www.linkadage.com), kjer lahko uporabniki prek sistema dražbe kupujejo ali prodajajo tekstovne povezave. Nekaj dodatnih točk pri razvrščanju na iskalnikih vam lahko prinesejo tudi povezave, ki prihajajo s plačljivih imenikov (Yahoo, LookSmart Directory, Inktomi). Za vpis v nekoč brezplačni Yahoojev imenik (<http://dir.yahoo.com>), boste morali odšteti 299 dolarjev na leto. Kljub temu, da se večina metod za pridobivanje povezav, ki smo jih omenili, zdi precej preprostih, pa se zavedajte, da je do kvalitetnih enosmernih povezav, ki kažejo na vašo stran, zelo težko priti.

Smetenje blogov in forumov

Povezave lahko gradimo tudi s številnimi drugimi a ne ravno etičnimi tehnikami. Ker bomo o nemoralnih in neetičnih vidikih optimizacije spletnih strani podrobneje spregovorili v enem izmed prihodnjih člankov, se bomo na tem mestu ustavili le pri načinu pridobivanja zunanjih povezav, ki je pri lastnikih forumov in blogov verjetno najbolj nezaželen. Poleg ročnega vpisovanja sporočil in komentarjev na forumih ter blogih, lahko veliko dela namesto človeka opravijo tudi programski roboti. Z uporabo programske opreme se tako lahko npr. lotimo gradnje velikega števila splogov (beseda izhaja iz besedne zveze »spamanje blogov«) ali pa recimo samodejnega razpošiljanja komercialnih sporočil, ki vsebujejo povezavo do tarčne spletne strani, na številne forume. Pri splogih gre za lažne članke, ki so velikokrat vsebinsko popolnoma nesmiselni, saj so napisani zgolj

z vidika spamanja iskalnikov z določenimi ključnimi besedami. Avtor splogov želi namreč s takšnimi objavami povečati število povezav s primernimi ključnimi besedami do svoje spletne strani. O etičnosti takšnega početja, seveda ne gre izgubljati besed.

V kontekstu blogov se uporablja še en izraz in sicer »spam in blogs«, ki se nanaša na primere, ko uporabniki izrabljajo bloge za vnašanje komercialnih sporočil, ki vsebujejo povezave do oglaševane strani. Podobno početje je moč zaslediti tudi na forumih, ki so v zadnjem času vedno bolj na udaru z oglasnimi sporočili (največkrat gre za oglaševanje porno strani, viager in tabletke za hujšanje), ki se seveda ne nanašajo na tematiko foruma. Sporočila, ki so znana tudi pod imenom »Comment spam« velikokrat vsebujejo tudi več deset zunanjih povezav.

Preventivni ukrepi

V borbi proti smetenju forumov in blogov si lahko pomagamo z nekaterimi preventivnimi ukrepi in nastavitvami, ki jih upravljamo prek nadzorne plošče:

1. Upravljanje registracij. Preden bo uporabnik hotel oddati sporočilo se bo moral registrirati. Registracijo boste lahko odobrili ali pa zavrnil.
2. Zaprt dostop za IP-je iz spam list.
3. Moderiranje komentarjev. Sicer ne ravno uporabniško prijazna naravnana nastavitve vam omogoča, da boste morali lastnoročno odobriti oziroma zavrniti vsak poslan komentar, predno se bo objavil. Lahko pa to opravilo postane precej zamudno v primeru da uporabniki vnesejo v povprečju več deset komentarjev na dan. Poleg tega, da boste porabili kar precej časa za urednikovanje, boste morali biti tudi precej ažurni, saj uporabniki pričakujejo, da se njihov komentar objavi kar se da hitro.
4. Eden izmed načinov obrambe pred nezaželenimi sporočili je implementacija »word verification« oz. CAPTCHA sistema na spletno stran (to so tiste slike z naključno generirano kodo, ki jo je potrebno vnesti ob registraciji). Na ta način namreč preprečimo samodejno vpisovanje komentarjev, ki ga izvajajo programski roboti. Če bo želel uporabnik dodati komentar na blog ali forum, bo moral najprej vpisati kodo za prijavo, ki se avtomatsko generira v obliki slike. Ker velika večina avtomatskih sistemov ne more prebrati omenjene kode, ne more oddati sporočila. Zavedati se morate, da tudi sistem CAPTCHA ni 100% zanesljiv, saj jih je veliko že moč pretentati. Kateri so zanesljivi in katere je moč pretentati si lahko ogledate na naslovu <http://sam.zoy.org/pwntcha/>.
5. Veliko spamarjev boste odgnali s foruma, če boste izklopili možnost uporabe html kode v sporočilih. Izključite lahko tudi možnost dodajanja podpisov v html obliki.
6. Morda boste deležni manjšega smetenja tudi zaradi tega, če se bodo spamarji zavedali, da jim objava povezav na vašem forumu ali blogu ne prinese nobenih dodatnih točk na iskalnikih. Če vam nadzorna plošča omogoča je tako priporočljivo, da vsem objavljenim povezavam dodate zaznamek `rel="nofollow"`. V primeru, da bi npr. uporabnik vnesel na forum naslednji komentar: (»Obiščite trgovino s preparati za hujšanje«, ki bi imela naslednjo programsko kodo »Obiščite trgovino s preparati za [hujšanje](#)«, se bo ta komentar spremenil v »Obiščite trgovino s preparati za [hujšanje](#)«. Če bo Google zaznal povezavo z omenjenim atributom (`rel="nofollow"`), potem ne bo takšna povezava dobila nobenih dodatnih točk pri rangiranju na iskalnikih.
7. Če se boste odločili da bo vaš forum oz. blog popolnoma odprt za vpisovanje komentarjev, se boste morali sprijazniti z dejstvom, da boste morali ročno odstranjevali vse neprimerne in nezaželene vpise. Seveda pa takšen način dela zahteva veliko časa in dnevno urednikovanje.

Objavljeno v reviji [Moj mikro](#), maj 2006