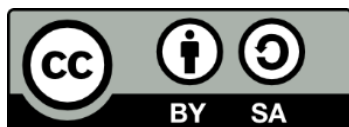


ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ενότητα 8: Search Engine Marketing

Βλαχοπούλου Μάρω
Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Search Engine Marketing (1)

1. Λειτουργία SEO
2. Εργαλεία βελτιστοποίησης για μηχανές αναζήτησης

Search Engine Marketing (2)

Βασικά στοιχεία λειτουργίας των μηχανών αναζήτησης & ιστορική αναδρομή της εξέλιξης τους

SEO – Τι ακριβώς είναι; Που βοηθάει;

Σύμφωνα με κάποιους γενικούς ορισμούς η διαδικασία με την οποία μπορεί ένα site να ανέβει στα rankings (σειρές κατάταξης) των μηχανών αναζήτησης μέσα από τον απλήρωτο ή αλλιώς «οργανικό» ή «αλγοριθμικό» τρόπο

Γενικά, όσο πιο νωρίς και πιο συχνά εμφανίζεται ένας ιστοχώρος στα αποτελέσματα, τόσο πιο πολλούς επισκέπτες τείνει να έχει

Ο καθένας μπορεί να δαισθανθεί τη σημασία της παραπάνω πρότασης για μία επιχείρηση

Search Engine Marketing (3)

SEO – Στρατηγική Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο

Έχει σημασία:

- Ο τρόπος λειτουργίας των μηχανών αναζήτησης
- Τι περίπου ψάχνουν οι άνθρωποι (σχετικά με το περιεχόμενο που ενδιαφέρει την επιχείρηση)
- Τις λέξεις τις οποίες χρησιμοποιούν για εύρεση και την συχνότητά τους (για πράγματα σχετικά με τον κλάδο της επιχείρησης)
- Ποιές μηχανές αναζήτησης προτιμούν οι υποψήφιοι πελάτες της επιχείρησης

Search Engine Marketing (4)

SEO – Ανάπτυξη

Οι υπηρεσίες SEO μπορεί να είναι αποκλειστικές από κάποια σχετική εταιρία για τον ιστοχώρο κάποιας άλλης στα πλαίσια κάποιας στρατηγικής μάρκετινγκ

Τις περισσότερες φορές, αυτό που συνηθίζεται είναι οι υπηρεσίες SEO να εντάσσονται στο πακέτο του σχεδιασμού και της ανάπτυξης κάποιου ιστοχώρου, επειδή το αποτελεσματικό SEO απαιτεί αλλαγές στον HTML κώδικα του site

Ο όρος “search engine friendly” – «φιλικό στις μηχανές αναζήτησης» είναι αυτός που χρησιμοποιείται για να δηλώσει τη βελτιστοποίηση του ιστοχώρου ως προς αυτές

Search Engine Marketing (5)

SEO – Ιστορική Αναδρομή

Η βελτιστοποίηση των διαδικτυακών τόπων ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 90, όταν οι πρώτες μηχανές αναζήτησης ευρετηρίαζαν το πρώιμο διαδίκτυο

Τότε αρκούσε ο υπεύθυνος του διαδικτυακού τόπου να στείλει τη διεύθυνση της σελίδας για να μπει στους καταλόγους της μηχανής αναζήτησης

Οι μηχανές αναζήτησης όταν ευρετηρίαζαν τις σελίδες, αποσπούσαν διάφορες πληροφορίες από αυτές και τις αποθήκευαν σε διακομιστές τους

Search Engine Marketing (6)

SEO – Ιστορική Αναδρομή

Από τότε οι υπεύθυνοι των διαδικτυακών τόπων αναγνώρισαν την αξία της ύπαρξης των ιστοχώρων τους σε υψηλή θέση και ορατή στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης

Αυτό οδήγησε σε ευκαιρία για “black hat” (αθέμιτο & παράνομο), καθώς και “white hat” (θεμιτό & νόμιμο) SEO

Καθώς οι πρώτες μηχανές αναζήτησης αξιολογούσαν τις σελίδες βάσει στοιχείων που εισήγαγε ο διαχειριστής (πχ meta tag), ήταν εύκολα διαχειρίσιμες και παρατηρήθηκε έντονη κατάχρηση από τους διαχειριστές.

Search Engine Marketing (7)

SEO – Ιστορική Αναδρομή

Για να είναι λοιπόν τα αποτελέσματα μιας αναζήτησης έγκυρα, έπρεπε να αναπτυχθεί μία διαφορετική μέθοδος αξιολόγησης ιστοσελίδων

Η μεγάλη αλλαγή και στροφή έγινε από δύο πτυχιούχους του Stanford, τον Larry Page και τον Sergey Brin (Ιδρυτές της Google)

Οι δύο τελευταίοι ανέπτυξαν μία μηχανή αναζήτησης που βασίζονταν σε έναν μαθηματικό αλγόριθμο για να αξιολογήσει την διάκριση μιας ιστοσελίδας

ονομάστηκε PageRank και είναι μία συνάρτηση της ποσότητας και ποιότητας των links που δείχνουν σε αυτή τη σελίδα.

Η πατέντα του αλγορίθμου PageRank ανήκει στο πανεπιστήμιο του Stanford και πουλήθηκε η άδεια χρήσης στη Google για \$336 million

Search Engine Marketing (8)

SEO – Ιστορική Αναδρομή

Ο αλγόριθμος PageRank μπορεί να ήταν πιο δύσκολο να προβλεφθεί και να διαχειριστεί αθέμιτα, παρόλα αυτά ακόμα υπάρχουν τρόποι και θα συνεχίσουν να υπάρχουν παρά τη συνεχή βελτίωση των μηχανών αναζήτησης

Ένας δημοφιλής “black-hat” τρόπος προκειμένου να ανέβει η αξιολόγηση ενός site είναι τα linkfarms, τα οποία είναι sites γεμάτα links που ουσιαστικά οδηγούν ατέρμονα το ένα στο άλλο και με αυτό τον τρόπο ανεβαίνει η αξία του link και επομένως του site που θα δείξει τελικά το link

Πολλές εταιρίες που προσφέρουν υπηρεσίες SEO έχουν χρησιμοποιήσει αυτήν την τεχνική και είχαν απαγορευθεί / αποκλειστεί από τη Google αυτές και κάποιοι πελάτες τους

Search Engine Marketing (9)

SEO – Black-Hat / White-Hat

Black-Hat στην ορολογία της πληροφορικής γενικά σημαίνει αθέμιτο και μη νόμιμο, ή οριακά νόμιμο

White-Hat σημαίνει θεμιτό και νόμιμο αντίστοιχα

Γενικά το White-Hat SEO επιτυγχάνεται με το σωστό σχεδιασμό του site, το έγκυρο περιεχόμενο και τις σωστές οδηγίες προς τα ρομπότ των μηχανών αναζήτησης που πρόκειται να ευρετηριάσουν το site. Οι εταιρίες μηχανών αναζήτησης γενικά παρέχουν κάποιες γενικές οδηγίες και εργαλεία για να εξετάσει κάποιος αν το site του είναι “search engine friendly”

Search Engine Marketing (10)

SEO – Black-Hat / White-Hat

Μία έκφραση που συνοψίζει το white-hat SEO είναι να δημιουργείται υλικό και περιεχόμενο σε μία ιστοσελίδα που προορίζεται για τους χρήστες και όχι για τις μηχανές αναζήτησης

Ως στρατηγική Μάρκετινγκ, το white-hat SEO είναι αυτό που καταλήγει σε αποτελέσματα που είναι ανθεκτικά στο χρόνο

Ένας παραπάνω λόγος για αυτό είναι ότι οι εταιρίες μηχανών αναζήτησης συχνά αλλάζουν ή βελτιώνουν τους αλγορίθμους τους, με αποτέλεσμα μία εταιρία που επενδύει σε «επιθετικό» SEO να χάνει τελικά χρήματα

Search Engine Marketing (11)

SEO – Black-Hat / White-Hat

Από την άλλη μεριά, εταιρίες που «ποντάρουν» σε Black-Hat SEO, στοχεύουν σε γρήγορα αποτελέσματα που όμως ξέρουν ότι σίγουρα το site τους θα διαγραφεί από τις βάσεις δεδομένων των μηχανών αναζήτησης, όταν αυτές διαπιστώσουν το γεγονός

Γνωστό παράδειγμα υπήρξε το Φεβρουάριο του 2006 η BMW Germany, που διαγράφηκε από τις βάσεις δεδομένων της Google. Παρόλα αυτά η εταιρία απολογήθηκε και ξαναμπήκε στη λίστα της Google

Search Engine Marketing (12)

PPC – Pay Per Click

Εκτός από τα οργανικά αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης, υπάρχουν και αυτά που προσφέρουν διαφήμιση με κόστος ανά «κλικ».

Οι μεγαλύτερες εταιρίες στο χώρο είναι η Google AdWords, η Yahoo Search Marketing και η Microsoft adCenter.

Και οι τρεις έχουν αναπτύξει συστήματα προστασίας των καταναλωτών από κατάχρηση που μπορεί να προέρθει από προγράμματα ή αντίπαλες επιχειρήσεις

Search Engine Marketing (13)

SEO στην πράξη – εργαλεία

Conversion Rate: είναι ο δείκτης που δηλώνει πόσοι από του χρήστες που ήρθαν στη σελίδα μας έκαναν μια συγκεκριμένη ενέργεια (πχ αγορά, εγγραφή σε newsletter κτλ). Έτσι πχ λέμε ότι ένα κατάστημα με 50.000 επισκέπτες το μήνα και 750 πωλήσεις έχει ποσοστό μετατροπών 1,5%

Affiliate: Όρος που συνήθως αναφέρεται στο Affiliate Marketing

Πρόκειται για ένα σύστημα ανταμοιβών σε όσους προωθούν πελάτες σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ή μια online υπηρεσία

Transaction: Οι όποιες συναλλαγές στην ιστοσελίδα

Search Engine Marketing (14)

SEO στην πράξη – εργαλεία

Visits: ο αριθμός των επισκέψεων

Pages/Visit: ο μέσος όρος των σελίδων που βλέπει ένας επισκέπτης

Bounce Rate: το ποσοστό των επισκεπτών που ήρθαν στο website , είδαν μία σελίδα και στη συνέχεια έφυγαν

% New Visitors: το ποσοστό των επισκεπτών που έρχονται για πρώτη φορά στο website (ανάλογα με τη ρύθμιση της χρονικής διάρκειας των cookies)

Search Engine Marketing (15)

SEO – Εργαλεία μέτρησης

Παρουσίαση του Google Analytics

Πρόκειται για ένα εργαλείο της Google, που αναλύει την κατάσταση της εκάστοτε ιστοσελίδας σε ότι αφορά τη σωστή χρήση του SEO , την επισκεψιμότητά της και τις οικονομικές τις απολαβές σε σχέση με την δαπάνη για την ορθή κατασκευή της

Search Engine Marketing (16)

SEO – Εργαλεία μέτρησης

Παρουσίαση του Google Analytics

1. Ο χρήστης διαμορφώνοντας κατάλληλα το προφίλ του, μπορεί να εξάγει στοιχεία σε ότι αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες βρήκαν το site του , πως το χρησιμοποίησαν και πως τελικά έγιναν πελάτες του.
2. Να μάθει πως να διαμορφώσει τα σωστά key words, τι κόστος έχουν και πως θα μετρήσει τα pay per click.

Search Engine Marketing (17)

SEO – Εργαλεία μέτρησης

Παρουσίαση του Google Analytics

Επίσης μπορεί να δημιουργήσει γραφήματα με διάφορα κριτήρια (χρονική περίοδος, γεωγραφική περιοχή κ.α.) και να αποθηκεύσει τα αποτελέσματα στην μορφή που αυτός επιθυμεί.

Για περισσότερες πληροφορίες, μια γρήγορη ματιά στο site της Google analytics <http://www.google.com/analytics> θα οδηγούσε σε μια επαρκέστερη περιγραφή αυτού του εργαλείου

Search Engine Marketing (18)

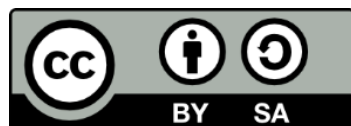
SEO – Εργαλεία μέτρησης

Παρουσίαση του Google Analytics

Επίσης μπορεί να δημιουργήσει γραφήματα με διάφορα κριτήρια (χρονική περίοδος, γεωγραφική περιοχή κ.α.) και να αποθηκεύσει τα αποτελέσματα στην μορφή που αυτός επιθυμεί.

Για περισσότερες πληροφορίες, μια γρήγορη ματιά στο site της Google analytics <http://www.google.com/analytics> θα οδηγούσε σε μια επαρκέστερη περιγραφή αυτού του εργαλείου

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

