

Keresőmotor
optimalizálás és
keresőmarketing

SEO & SEM

SEO

Search Engine Optimization

01

DEFINÍCIÓ – MI A
KERESŐMOTOR
OPTIMALIZÁLÁS?

02

TÖRTÉNETE –
HONNAN ERED?

03

MŰKÖDÉSE –
HASZNÁLATA ÉS
HATÁSA A
KERESŐMOTOROKRA

SEO - DEFINÍCIÓ

- a SEO egy eljárás, amely során a weboldal láthatóságát szabályozzuk a keresőmotorok számára
- a cél az, hogy a weboldal minél előbb helyezkedjen el a keresőmotor találati oldalán (SERP)
- optimalizáció: ez egy folyamatos tevékenység, amit nem lehet csak egyszer elvégezni (a keresőmotorok és a trendek változnak)

SEO - TERÜLETEK

- SEO - nemzetközi és/vagy nem szolgáltatás jellegű keresések
- lokális SEO - a keresés folyamatát tekintve mindaz érvényes erre, mint az általános optimalizálásnál, de ehhez még hozzátesz további tényezőket és módszereket

WHICH HAT DOES YOUR FIRM WEAR?

BLACK

WHITE

SEO - TÖRTÉNETE

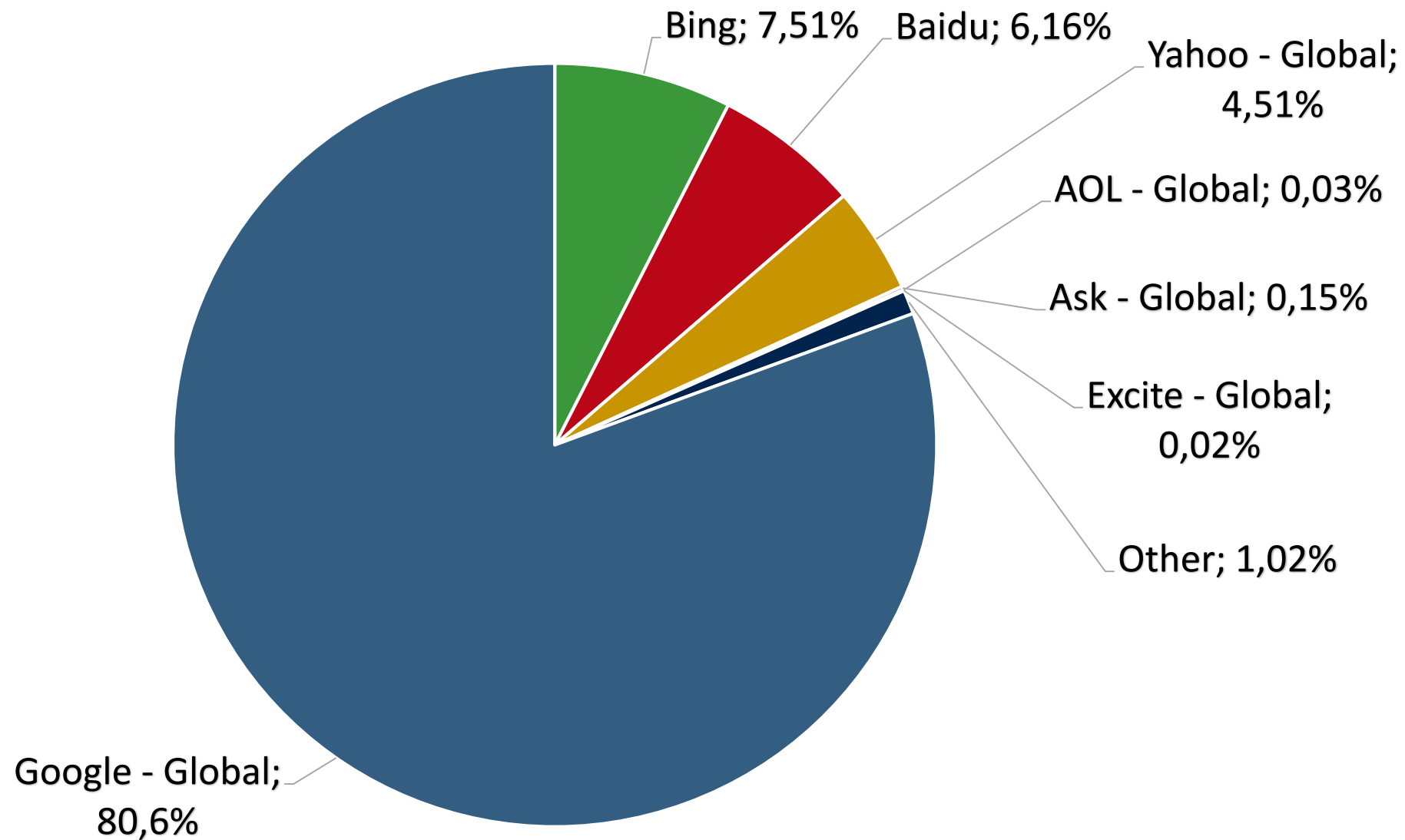
- 1993-ban a világháló már mindenki számára elérhető volt, ekkor jelent meg az Mosaic grafikus böngésző is
- a weboldalak számának robbanásszerű növekedésével felismerték, mennyire fontos a találati listában betöltött pozíció
- már a 90-es években kialakult az úgynevezett 'white hat' és 'black hat' keresőoptimalizálás fogalma



SEO – HOGYAN MŰKÖDIK?

- az egyes keresőmotorok eltérő rangsorolási tényezőket használnak, ami összetettebbé teheti az optimalizálást, ha több keresőmotort szeretnénk megcélozni
- a rangsoroló modul működését lényegesen befolyásolja, milyen kulcsszavakat ad meg a felhasználó (pl. lokális és nem lokális SEO)
 - a kereséseket három kategóriába lehet sorolni:
 - **információs:** a felhasználó egy adott információt keres
 - **navigációs:** a felhasználó egy adott weboldalt szeretne elérni
 - **tranzakciós:** a felhasználó szolgáltatást szeretne igénybe venni





<https://www.smartinsights.com/search-engine-marketing/search-engine-statistics/>

SEO – HOGYAN MŰKÖDIK?

- marketingstratégiaként a weboldal felépítését, a keresőmotor működését, a felhasználók kereséseit, és más weboldalak működését elemzi különböző szempontok szerint
- a gyakorlatban különböző eljárások, módszerek gyűjteményét jelenti, amivel javítható egy weboldal pozíciója a találati listában
- gyorsan fejlődő terület, egyes módszerek akár néhány év alatt is elavulhatnak részben a keresőmotor változása miatt, másrészt a változó trendek miatt

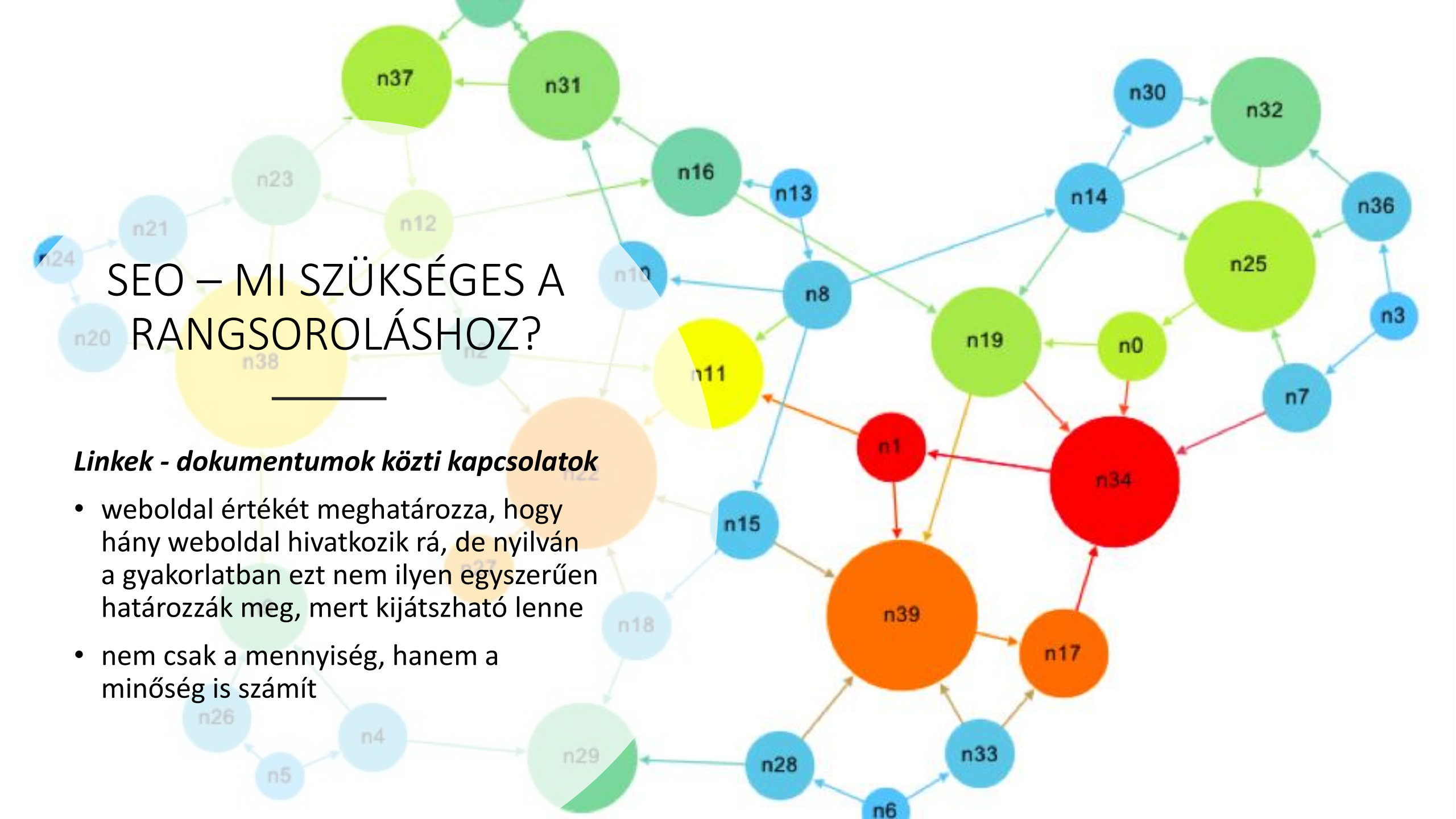




SEO – MI SZÜKSÉGES A RANGSOROLÁSHOZ?

Rangsoroló algoritmus - dokumentumok kiértékelése

- Google esetében az úgynevezett PageRank végzi a rangsorolást
- üzleti titoknak számít, ezért a kiértékelés módja nem ismert teljes mértékben



SEO – MI SZÜKSÉGES A RANGSOROLÁSHOZ?

Linkek - dokumentumok közti kapcsolatok

- weboldal értékét meghatározza, hogy hány weboldal hivatkozik rá, de nyilván a gyakorlatban ezt nem ilyen egyszerűen határozzák meg, mert kijátszható lenne
- nem csak a mennyiség, hanem a minőség is számít

SEO – MI SZÜKSÉGES A RANGSOROLÁSHOZ?

Relevancia - az oldal tartalma

- nem csak a használt kulcsszavak, de az oldal tartalma is számít
- számíthat az oldal felépítése, a tartalom formázása és az, hogy a megadott kulcsszavak mennyire térnek el a tényleges tartalomtól



On-Page SEO

- az egyik legfontosabb szempont az oldal tartalma: az oldal nem lesz sikeres, ha a feltöltött tartalom nem “eladható”
- vállalkozások esetében az a cél, hogy a kínált szolgáltatás valós problémára jelentsen megoldást, így ez a terület közgazdaságtani szempontból is sokszínű

On-Page SEO

seo

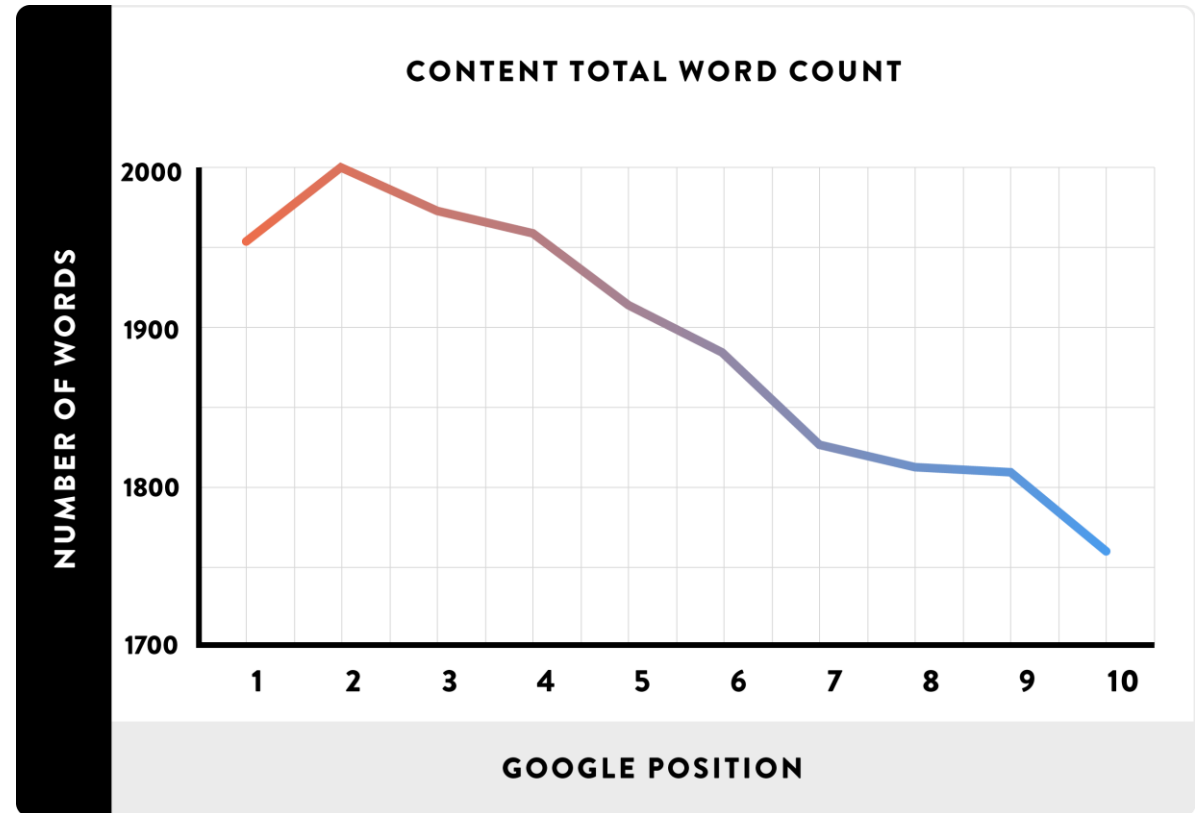
- Terjedelem
- Tartalom
- URL
- Cím tag és meta tag
- Belső linkek – Link Building



On-Page SEO terjedelem

A rövidebb jobb? (nem mindig)

- a backlinko.com tanulmánya szerint a találati lista elején szereplő találatok átlagosan 1890 szót tartalmaznak
- a tanulmány során egymillió keresési találatot vizsgáltak



On-Page SEO tartalom

- Milyen kulcsszavakat tartalmaz a dokumentum?
- A dokumentum mely részében található a kulcsszavak?
- Milyen a kulcsszósűrűség?



On-Page SEO

URL

- URL: Uniform Resource Locator - ezzel lehet beazonosítani a szerver helyzetét a hálózatban, emellett az ember számára olvashatóvá teszi, mivel nem IP címeket tartalmaz

URL Structure for SEO

SEO Best Practices for URL Structure

 <http://www.>



On-Page SEO

URL

- Biztosít HTTPS protokollt az oldal?
- Tartalmaz kulcsszavakat domain név?
- Mennyire alkalmas a weboldal címe horgonyszöveggént?

URL Structure for SEO

SEO Best Practices for URL Structure



Lehetséges módszerek az URL optimalizálásra

- összesen egy fő domain használata, illetve az ehhez tartozó aldomain-ek
- az oldalon található tartalmak URL címei legyenek minél olvashatóbbak a felhasználó számára
- korábbi tartalmakra vonatkozó linkek átirányítása
- megnyerő URL cím - “domain bias” jelenség
- dinamikus paraméterek mellőzése
- URL cím hossza: az olvashatóság itt is előnyt jelent
- stoplista alkalmazása

URL Structure for SEO

SEO Best Practices for URL Structure

Összes

Képek

Térkép

Videók

Hírek

Egyebek

Beállítások

Eszközök

Nagyjából 524 000 találat (0,55 másodperc)

Kamerás drón ár »→ ÁrGép

www.argep.hu › Trend › KA › KAME ▼

Aktuális Kamerás drón ár ajánlatok az ÁrGép-en. Hasonlítsa össze az árakat!

Drónok és kiegészítők - eMAG.hu

<https://www.emag.hu/dronok-es-kiegeszitok/c> ▼

Parrot, DJI és Walkera akciós drón árak és kiegészítők akár ingyenes házhozszállítással az ... SKD20

Stunt King quadcopter Wifi-s HD kamerás drón, Fekete.

[ACME X8100 Drón](#) · [Drónok és kiegészítők](#) · [Drónok](#) · [Újdonságok](#) · [500.000 felett](#)

Drónok | Alza.hu

<https://www.alza.hu> › SMART › Smart játékok ▼

Drónok játékra és munkához raktáron ✓ Segítünk választani ✓ A drón 24 órán belül ... A saját beépített kamerával rendelkező drónok többnyire jóval drágábbak.

Vásárlás: Távirányítós játék, RC jármű - Árak összehasonlítása ...

<https://www.arukereso.hu/taviranyitos-jatek-rc-jarmu-c4041/> ▼

Vásárlás: Távirányítós játék, RC jármű árak, eladó Távirányítós játékok, RC járművek. ... Syma X54HW- az X5HW Syma drón nagytestvére FPV kamerával + ...

[Drón](#) · [Syma X11C Kamerás](#) · [SYMA X5C](#) · [DJI Spark](#)

Az 5 legjobb kamerás drón 25 000 Ft alatt - Drónok kezdőknek ...

dronokkozti.hu/5-legjobb-kameras-dron-25000-alatt/ ▼

2015. febr. 24. - A drónok manapság egyre jobban elterjedtek. A kamerás drónok pedig mindig kiváltságot élveztek a reptetni vágyók között. A jó minőségű ...

Keres-Kínál Hirdetések - Magyarország : drón - Jófogás

<https://www.jofogas.hu> › Összes ▼

Magyarország, kínál-kiadó: 560 hirdetés - drón. ... DJI Phantom, 3 Standard drón eladó! 100 000 Ft.

Modell-makett. nov 15., 22:22. Budapest, XIV. kerület. Céges.

Drónok - hobbycity.hu

<https://www.hobbycity.hu/rc-modellek-182> ▼

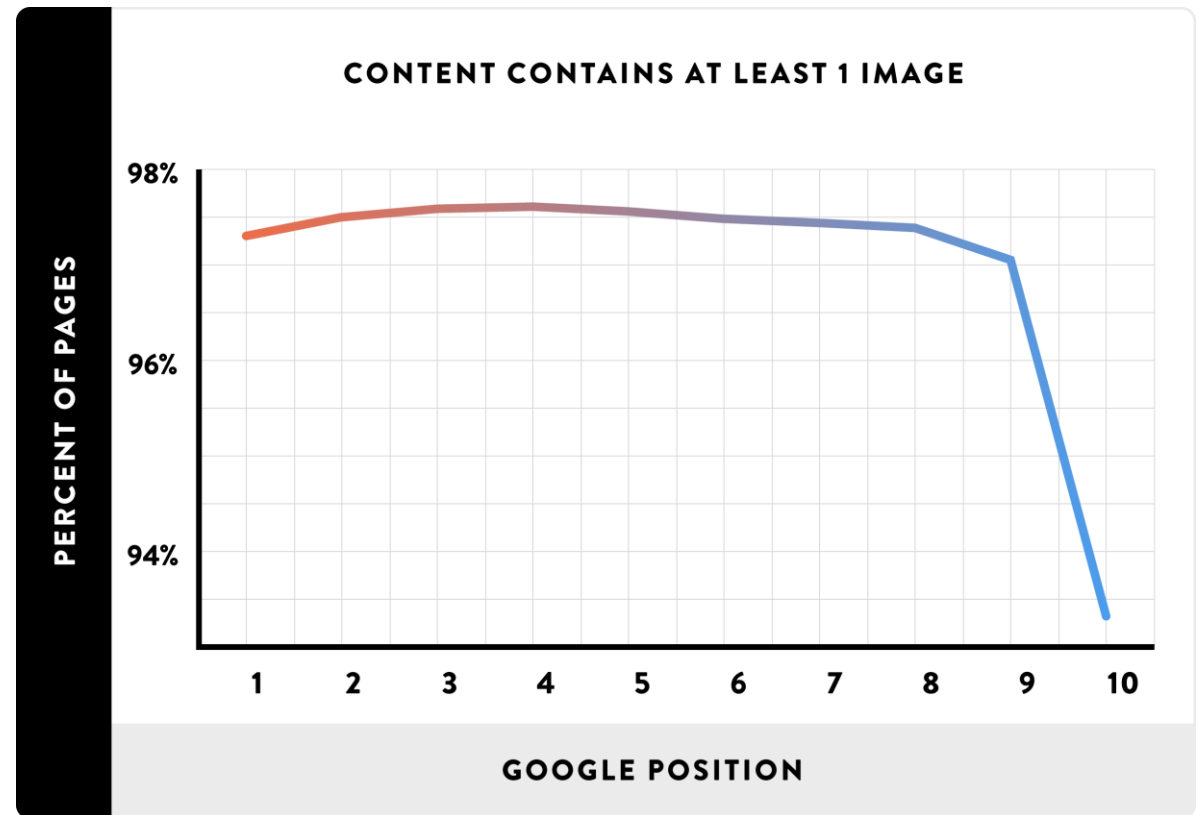
Drónok kategória. ... Drónok. Drónok 50.000 Ft-ig · Drónok 100.000 Ft-ig · Drónok 100.000 Ft felett ·

[DJI Drónok](#) · [FPV Race drónok](#) · [Yuneec drónok](#) · [Speciális ...](#)

On-Page SEO

Képek

- általánosan igaz, hogy azok a tartalmak, amelyek legalább egy képet tartalmaznak, jobb eredményt érnek el a rangsoroláskor
- a crawler itt is figyelembe veszi a fájlnevekben található kulcsszavakat
- adott esetben számít, hogy milyen méretben lett feltöltve a kép



```
<!DOCTYPE html>
<html>
<body>



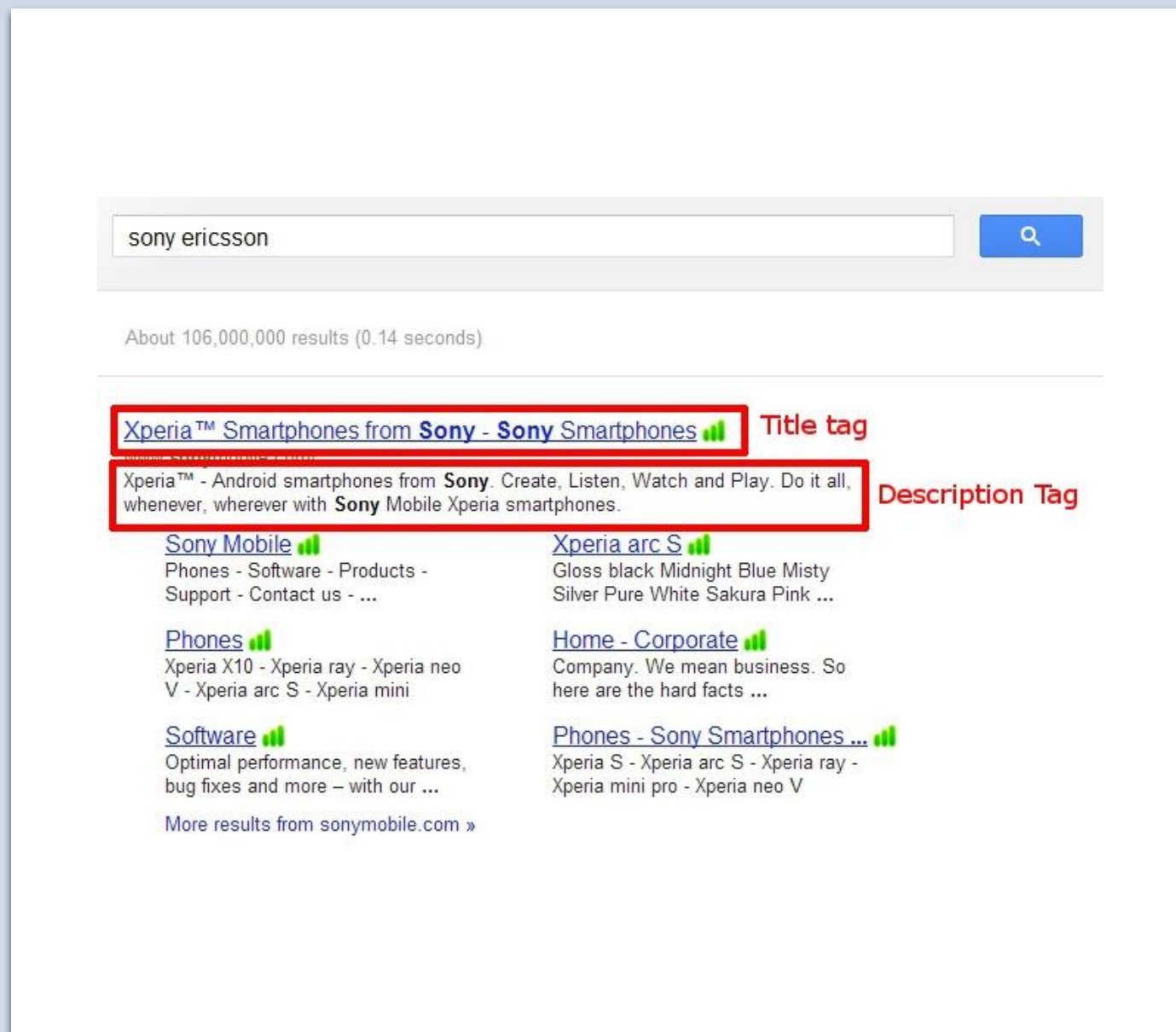
</body>
</html>
|
```

SEO - *On-Page SEO* Képek

a HTML kódban minden beillesztett képhez egy-egy leírás is tehető azt 'alt' tag segítségével

On-Page SEO Cím tag és meta tag

- cím tag: a böngésző fejlécében és a keresőmotor találati listájában megjelenő szöveg
- meta tag: alapvető információkat biztosít a felhasználó és a crawler számára
 - típusai: keywords, description, revised, refresh, cookies, author, charset



```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <meta charset="UTF-8">
  <meta name="description" content="Free Web tutorials">
  <meta name="keywords" content="HTML,CSS,XML,JavaScript">
  <meta name="author" content="John Doe">
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
</head>
<body>

<p>All meta information goes in the head section...</p>

</body>
</html>
```

On-Page SEO – Belső linkek

- a belső link egy olyan link, amely ugyanarra domain-re mutat, mint amin a link van

Miért hasznosak a belső linkek?

- segítenek eligazítani a felhasználót az oldalon
- hierarchikus struktúrát valósítanak meg a weboldalon
- javítják az oldal tartalmának rangsorolását

Search engine optimization

From Wikipedia, the free encyclopedia

"SEO" redirects here. For other uses, see [SEO \(disambiguation\)](#).

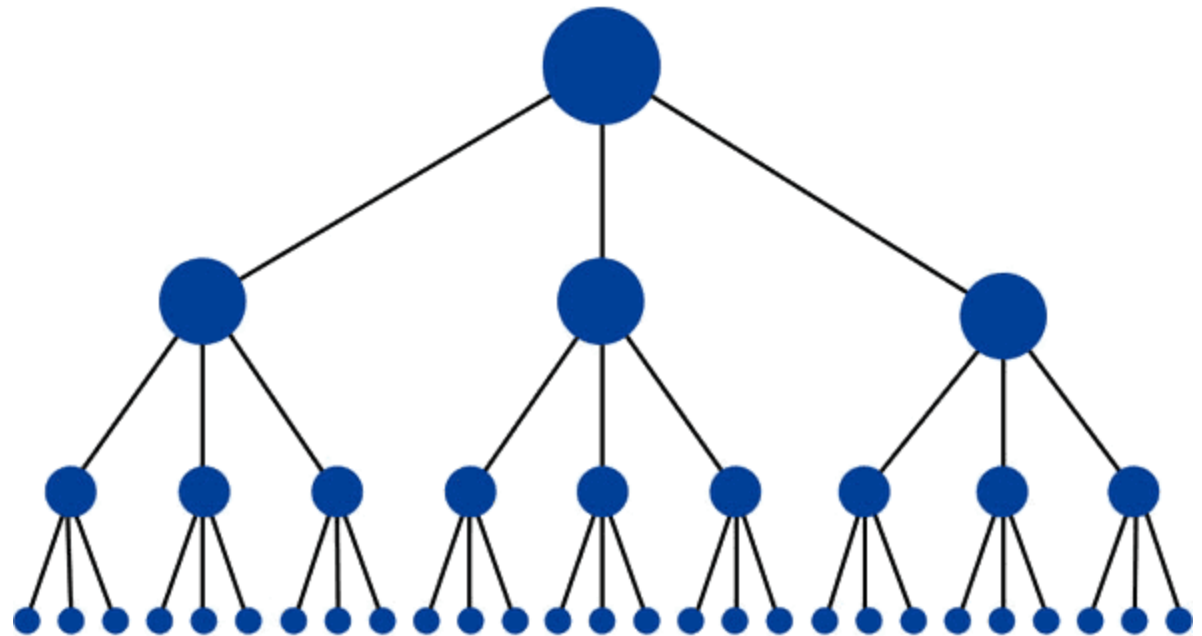
Search engine optimization (SEO) is the process of improving the visibility of a [website](#) or a [web page](#) in a [search engine](#)'s "natural" or un-paid ("organic" or "algorithmic") [search results](#). In general, the earlier (or higher ranked on the search results page), and more frequently a site appears in the search results list, the more visitors it will receive from the search engine's users. SEO may target different kinds of search, including [image search](#), [local search](#), [video search](#), [academic search](#),^[1] news search and industry-specific [vertical search](#) engines.

internal links



On-Page SEO – Belső linkek

- Hogyan befolyásolják az oldal rangsorolását?
- crawlerek működése: amikor a keresőrobot indexeli a tartalmakat, szüksége van egy belső infrastruktúrára, linkekre az adott oldalon, hogy a weboldal teljes tartalmát feltérképezzék
- ha a belső linkek száma kiegyenlített, akkor a rangsorolás a weboldal minden dokumentumára egyenletes lesz (“link juice - ranking power”)



Off-Page SEO

- Külső linkek
- Közösségi média
- Hírlevelek, e-mail



Off-Page SEO – Külső linkek

Hogyan lehet külső linket szerezni?

- **white hat SEO:** természetes módon - anélkül, hogy a webmesternek bármilyen befolyása lenne rá
- **black hat SEO:** megegyezés alapján - a rangsoroláskor fontos az oldal linkstruktúrája, ezért ez manipulálható ilyen technikákkal



Off-Page SEO – Külső linkek

“Link schemes” - a Google iránymutatása a tiltott linkekről

- “**paid link**”- az oldal üzemeltetőjétől linket lehet vásárolni, ez azonban tiltott gyakorlat a legtöbb keresőmotorban, komoly szankciókat von maga után (a keresőmotornak az a célja, hogy az internetes tartalom minél objektívebb legyen)
- “**link exchange**”, “link trading” - két weboldal üzemeltetője megegyezik, hogy egymás oldalára mutató linket tesznek az oldalukra (“reciprocal link”)
- “**link spamming**”



A Google iránymutatása

- *“Buying or selling links that pass PageRank can dilute the quality of search results. Participating in link schemes violates the Googles Webmaster Guidelines and can negatively impact a site's ranking in search results.”*



Off-Page SEO – Külső linkek

Egy legális módja a fizetett linknek: no-follow tag

- a HTML kódban be lehet állítani az úgynevezett ‘nofollow’ kapcsolót, ami jelzi a keresőmotornak, hogy az adott link nem “természetes” módon jött létre
- ilyenkor a keresőmotor nem fogja beszámítani az adott linket az oldal értékelésébe

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<body>

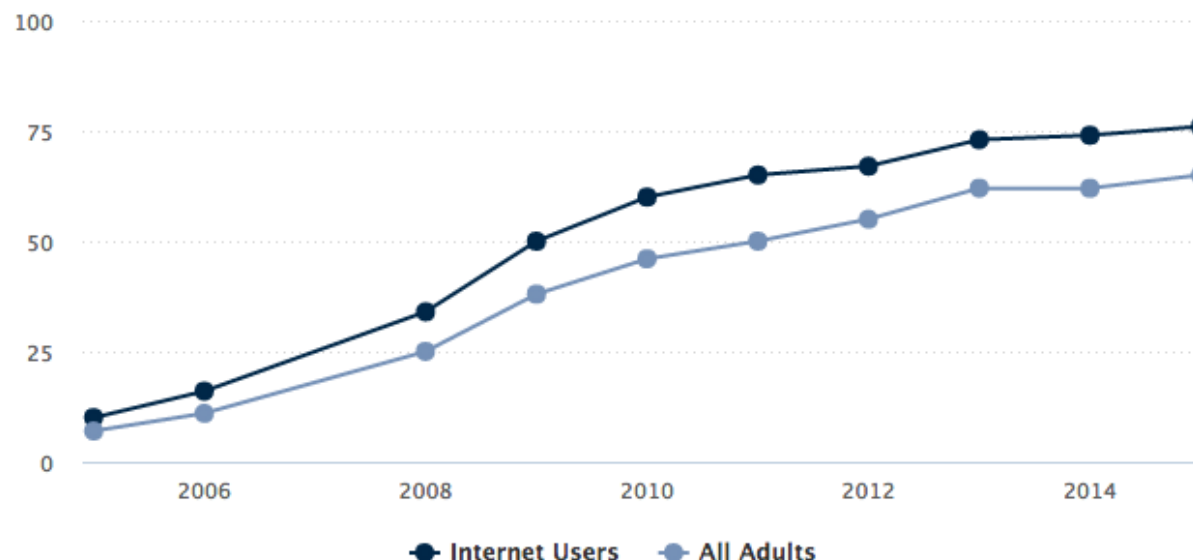
<p>
<a rel="nofollow" href="http://www.functravel.com/">Cheap Flights</a>
</p>

</body>
</html>
```

Off-Page SEO – Közösségi média

- a közösségi média jelentősen növekedett az elmúlt egy évtizedben
- bár a keresőmotorok nem veszik figyelembe a közösségi oldalakat mint rangosorolási tényezőket, a közösségi média - még ha közvetve is - nagyon sokat számít az oldalak rangsorolásánál
- a közösségi médiában való jelenlét javíthat egy oldal látogatottságán (lajk, megosztás stb.)

% of all American adults and internet-using adults who use at least one social networking site



Source: Pew Research Center surveys, 2005-2006, 2008-2015. No data are available for 2007.

Kulcsszavak

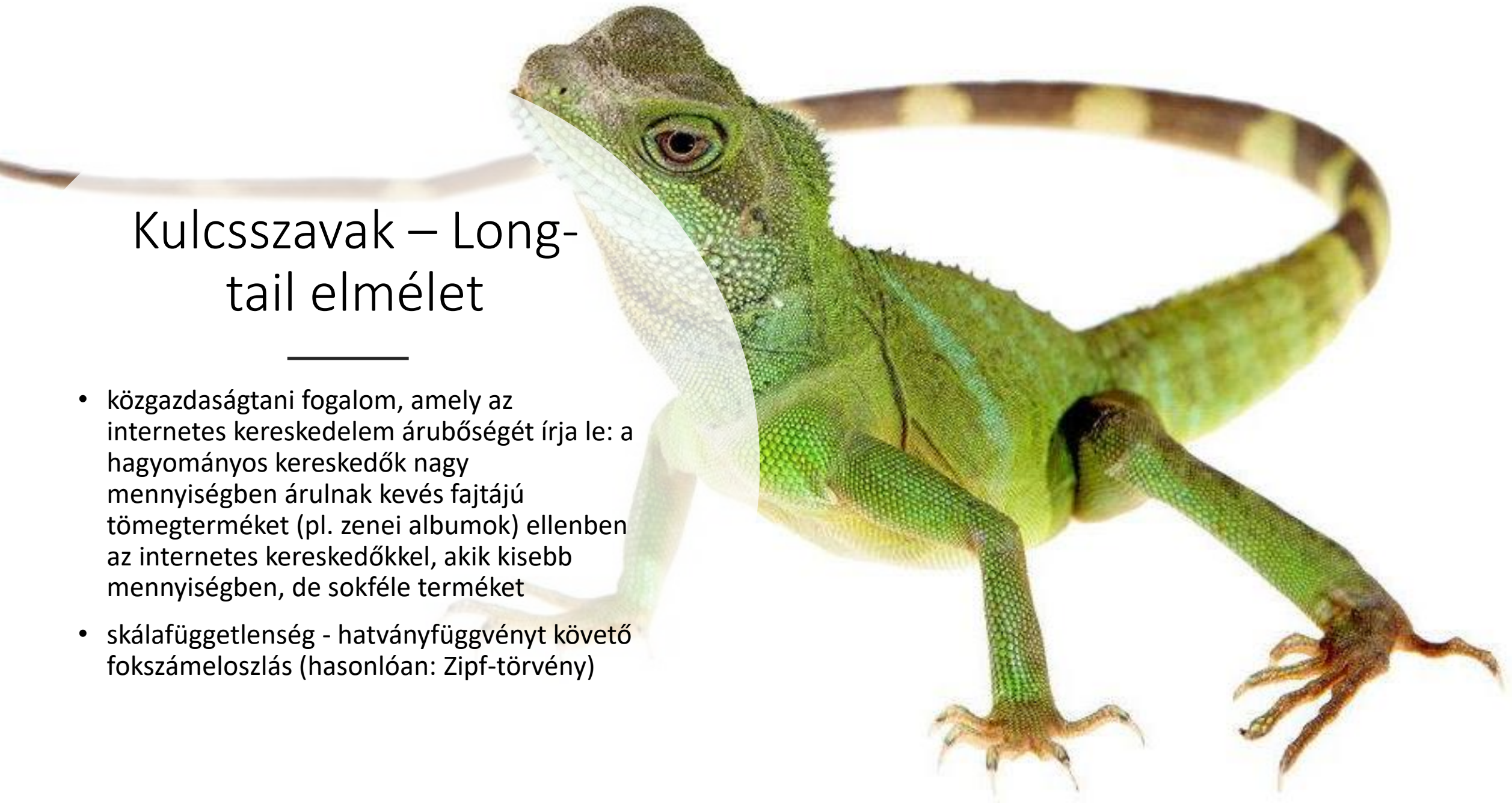
seo

- Long-tail elmélet
- Klaszterezés
- Kulcsszavak keresése
- HTML tartalom kinyerése



Kulcsszavak – Long-tail elmélet

- közgazdaságtani fogalom, amely az internetes kereskedelem árubőségét írja le: a hagyományos kereskedők nagy mennyiségben árulnak kevés fajtájú tömegterméket (pl. zenei albumok) ellenben az internetes kereskedőkkel, akik kisebb mennyiségben, de sokféle terméket
- skálafüggetlenség - hatványfüggvényt követő fokszámeloszlás (hasonlóan: Zipf-törvény)



ANATOMY OF THE LONG TAIL

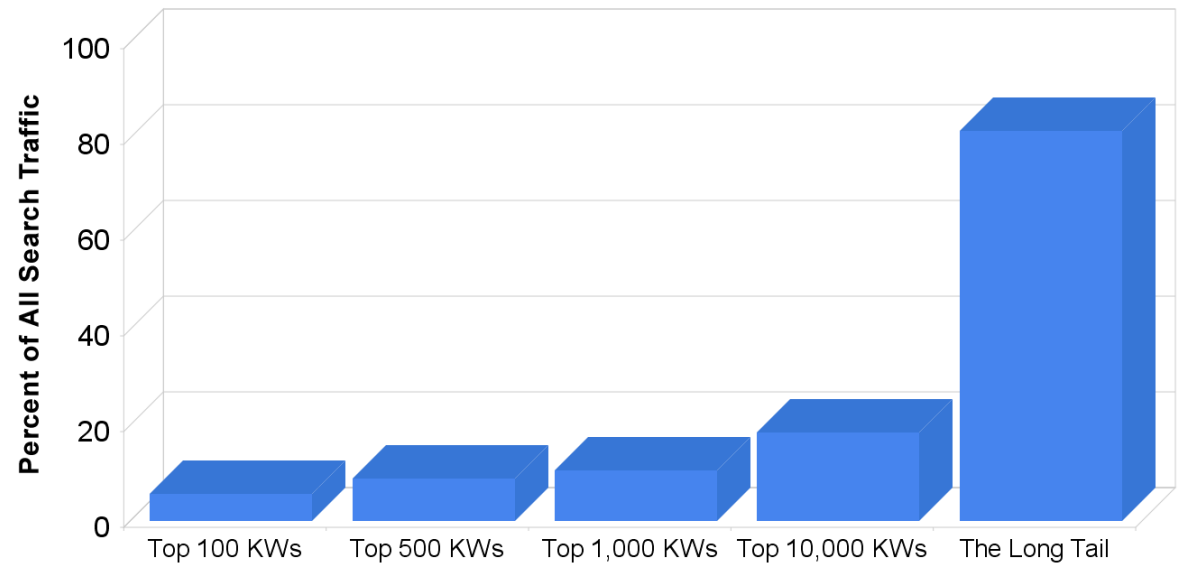
Online services carry far more inventory than traditional retailers. Rhapsody, for example, offers 19 times as many songs as Wal-Mart's stock of 39,000 tunes. The appetite for Rhapsody's more obscure tunes (charted below in yellow) makes up the so-called Long Tail. Meanwhile, even as consumers flock to mainstream books, music, and films (right), there is real demand for niche fare found only online.



Kulcsszavak – Long-tail elmélet

- egy 2016-os statisztika alapján a keresőkifejezések több mint 50%-a négy szónál hosszabb
- ha nem kellően hosszú, akkor nagyobb a konkurencia; az általános kulcsszavak használata gyakoribb
- a cél az, hogy a kulcsszó minél jobban reprezentálja az oldal tartalmát, és ezáltal legyen specifikus

Popular Keywords vs. Long Tail Search Traffic

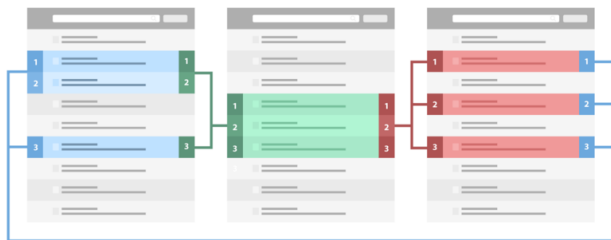


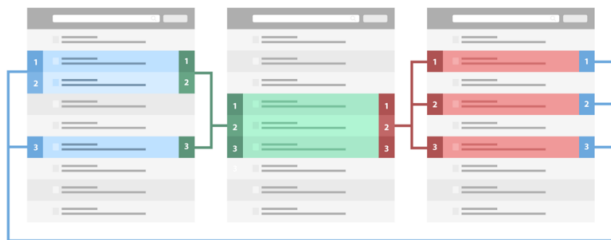
Data Source:



Kulcsszavak – Klaszterezés

- a Long-tail elmélet egy gyakorlati alkalmazása
- az egyszavas kulcsszavak kevésbé hatékonyak
- a módszert Alexey Chekushin orosz keresőoptimalizálási szakértő fejlesztette ki 2015-ben (“SERP-based keyword clustering”)





Kulcsszavak – Klaszterezés

1. a szoftver minden betáplált kulcsszóra lekérdezi az adott keresőmotor első tíz találatát
 2. a szoftver összehasonlítja a kulcsszavakat aszerint, hogy hány találat van (adott esetben azt is megvizsgálja, hogy vannak-e azonos URL címek a találatok között)
 3. attól függően, hogy hány találat van, a kulcsszavakat úgynevezett klaszterekre bontjuk, melyekben az egyes kulcsszavakra azonos számú találat van (adott esetben az URL cím is egyezik)
 4. az egy-egy klaszterben található kulcsszavakat összevonjuk, és ezek most már egy kulcsszót alkotnak
- az algoritmus tovább finomítható: akár külön feltételként azt is meg lehet adni, hogy mindenképpen legyen azonos URL cím a találatok között

Kulcsszavak – Kulcsszavak keresése

- eszközök: Google Analytics, Google AdWords, Google Instant
- a weboldalak rengeteg tartalommal rendelkezhetnek, a manuális kulcsszókeresés nem hatékony megoldás; viszont egy automatizált kulcsszókeresőnél egyéb problémák is felmerülhetnek
- egy automatizált megoldás a tartalom azonosítására?



Pázmány

pázmány **péter** katolikus egyetem
pázmány **péter**
pázmány **neptun**
pázmány **péter** sétány
pázmány **péter** katolikus egyetem ják
pázmány **péter** sétány 1/a
pázmány **kártya**
pázmány **btk**
pázmány **péter** sétány 1/c
pázmány **itk**

Google-keresés Jó napom van

Kifogásolható tartalmú várható kifejezések jelzése

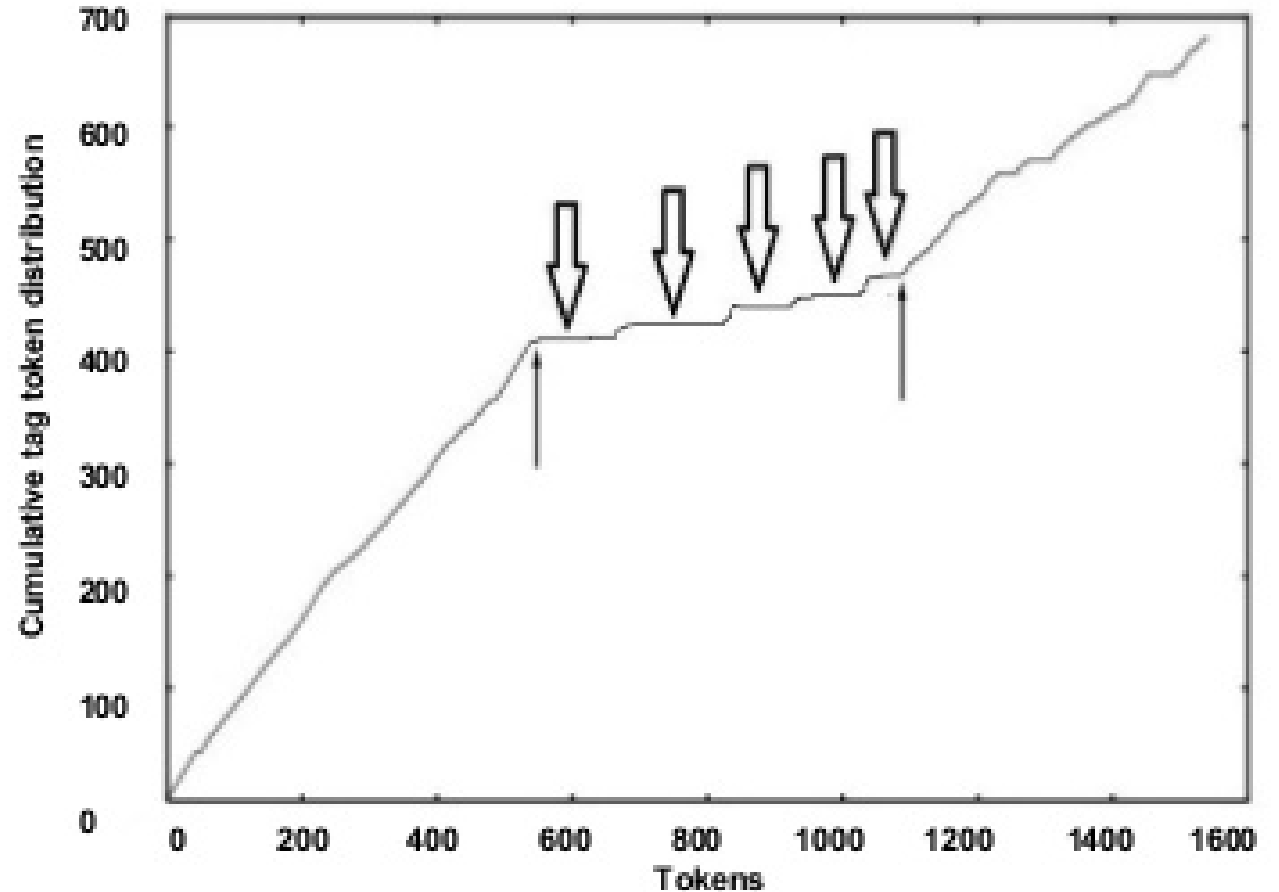
Kulcsszavak – HTML tartalom kinyerése

- Aidan Finn-Nicholas
Kushmerick-Barry Smyth. Fact
or fiction: Content classification
for digital libraries. Smart
Media Institute. 2001
- a módszer arra a megfigyelésre
alapul, hogy egy szokványos
weboldalnál kevesebb HTML
címke (tag) található a lényeges
tartalomban, mint máshol
- ezt a **dokumentum-
meredekségi görbével** lehet
jellemezni

```
<!-- include stylesheets -->
<?php require_once ("includes/stylesheets_fonts_js.php"); ?>
<title>AMR | Arcade Music Repository</title>
<!-- include menu -->
<?php require_once ("includes/vertical_menu.php"); ?>
<div id="wrapper">
  <!-- main contents (genres-moods) -->
  <div id="main-container">
    <div id="heading-subheading">
      <h1 class="homepage-heading">Browse</h1>
      <h2 class="homepage-heading-subtle">Genres-Moods</h2>
      <ul id="all-genres-moods">
        <li style="padding-left: 15px; padding-top: 15px;">
          <a href="#" class="acoustic-click"></a>
        </li>
      </ul>
    </div>
  </div>
</div>
```

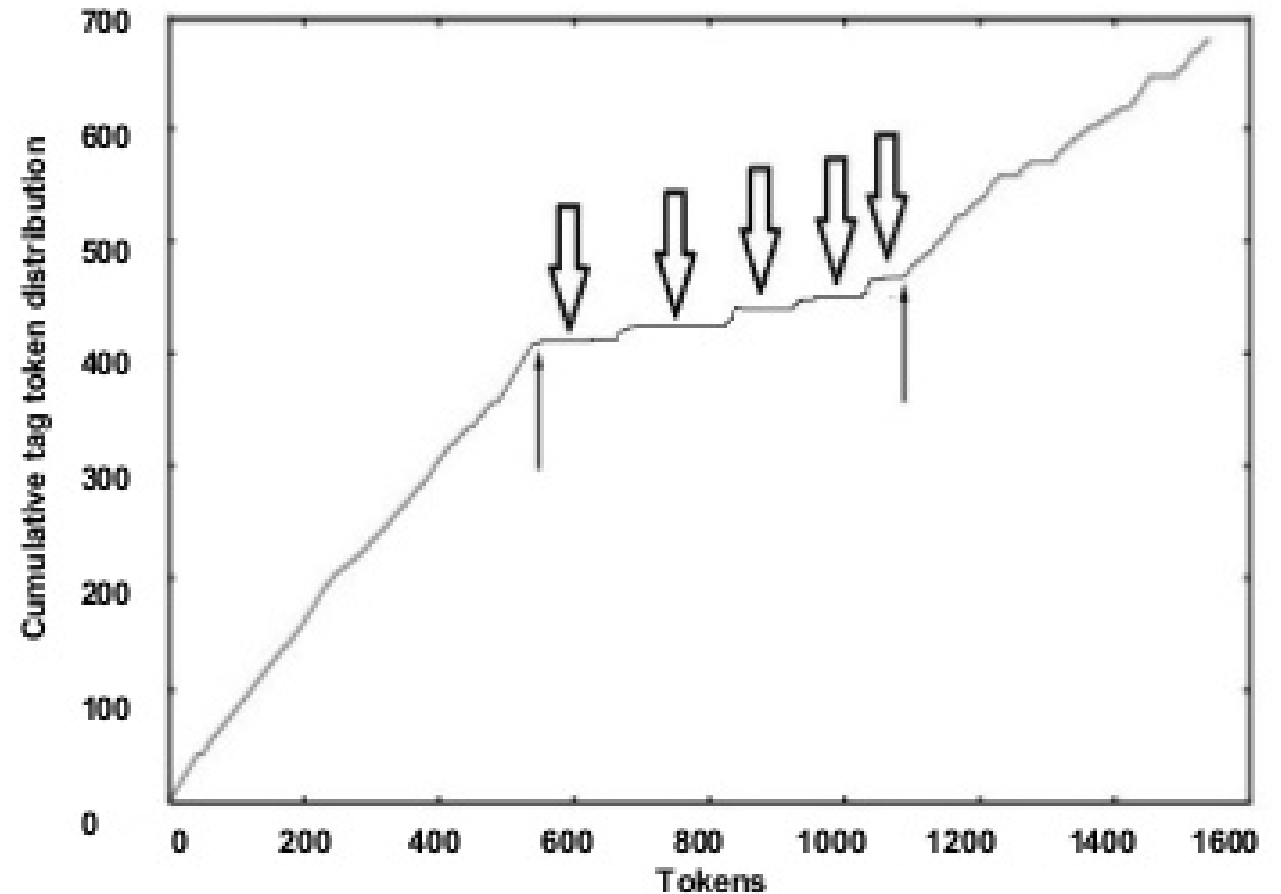
Kulcsszavak – HTML tartalom kinyerése

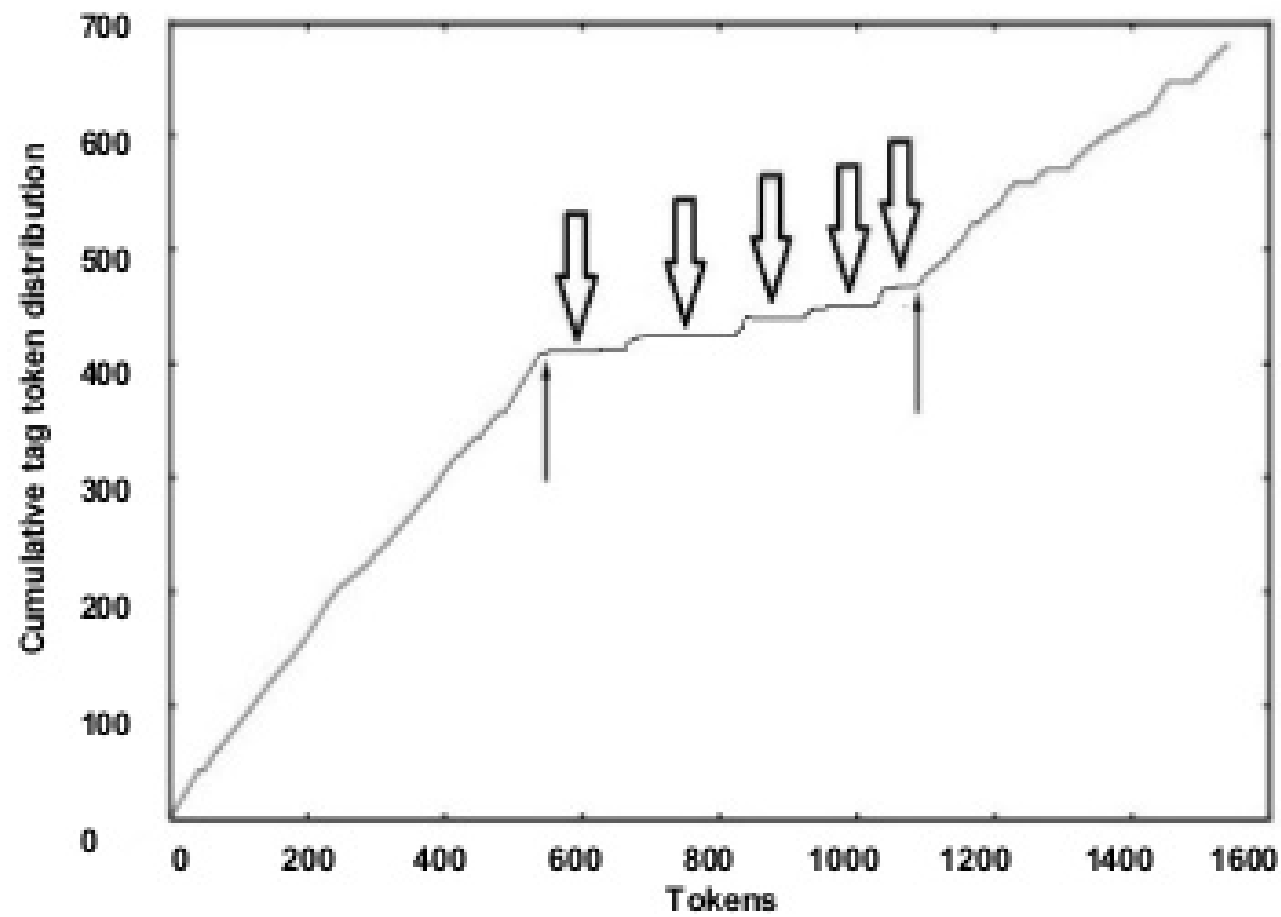
- a görbe a HTML tag-ek összesített eloszlását ábrázolja az összes kifejezés függvényében; ezek alapján a lényeges tartalomnál a függvény értéke nem növekedik
- a cél tehát az, hogy megtaláljuk a legnagyobb nulla meredekségű részt a dokumentum-meredekségi görbében
- legyen a weboldal tartalma bitek sorozata, ahol $b_n=1$, ha az n . kifejezés egy címke (tag), és $b_n=0$ egyébként



Kulcsszavak – HTML tartalom kinyerése

- bizonyos címkék, amelyek a szöveg formázására vonatkoznak (címsorok, szövegtípusok), szintén nulla értéket vesznek fel
- ekkor a feladatra optimalizálási problémaként is lehet tekinteni, ahol meg kell találni azokat az i, j értékeket, melyekre az alábbi függvény értéke maximális





$$T_{ij} = \sum_{n=0}^{i-1} b_n + \sum_{n=i}^j (1 - b_n) + \sum_{n=j+1}^{N-1} b_n$$

Adatok gyűjtése és elemzése

- Google PageSpeed Insights
- GTmetrix
- Übersuggest



Adatok gyűjtése és elemzése – Google PageSpeed Insights

- kizárólag a forráskód alapján megállapítja a felhasználói élményt
- figyelembe veszi a mobilos illetve az asztali gépen “mért” teljesítményt

PageSpeed Tools > Insights

ÚTMUTATÓK REFERENCIÁK MINTÁK TÁMOGATÁS

PageSpeed Insights

<https://www.yandex.com/> [ELEMZÉS](#)

 Mobil  Asztali

Good
99 / 100

Nagyszerű munka! Ez az oldal alkalmazza a legtöbb bevált módszert a teljesítmény növelésére, ezért jó felhasználói élményt biztosít.

Optimalizációs lehetőségek

Használja ki a böngésző gyorsítótárázását

Lejáratí idő vagy maximális kor beállítása a statikus erőforrásokhoz a HTTP-fejékekben arra utasítja a böngészőt, hogy a korábban letöltött forrásokat a helyi lemeztől töltsse be, ne a hálózaton keresztül.

Hasznosítsa a böngésző gyorsítótárázását a következő gyorsítótárazható források esetében:

<https://mc.yandex.ru/metrika/watch.js> (60 perc)

[Részletek elrejtése](#)

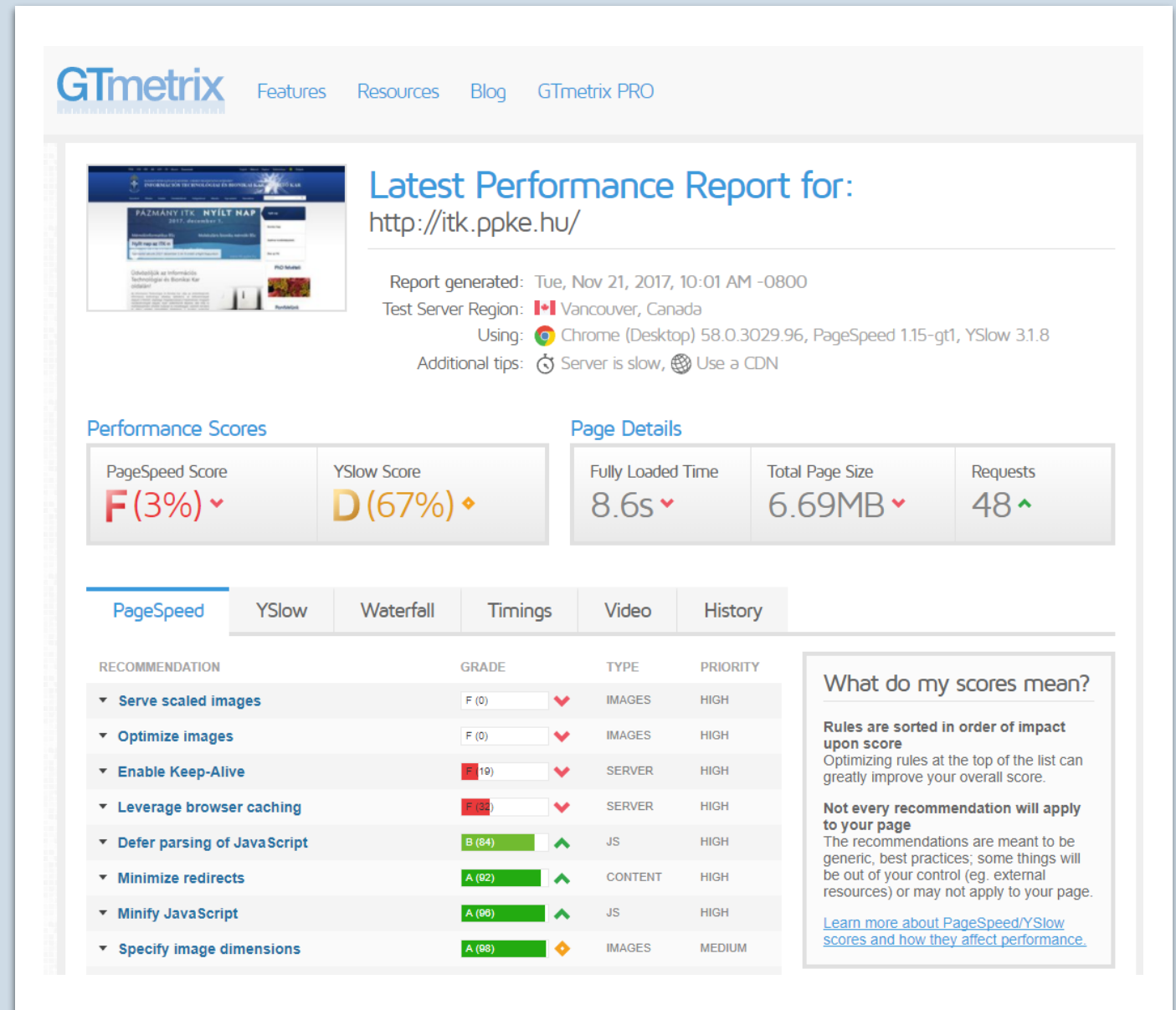
Alkalmazott optimalizációk

[Részletek megjelenítése](#)



Adatok gyűjtése és elemzése – GTmetrix

- itt már ténylegesen mért teljesítményt kapunk eredményül
- letöltési teljesítmény részletezése a weboldalon található összes fájlra



Adatok gyűjtése és elemzése – Übersuggest

- adott kulcsszóra,
domainnévre további
lehetőségeket ad
- adott régióra lehet szűrni

The screenshot displays the Übersuggest web application interface. At the top, there is a search bar containing the text 'Pázmány Péter' and a red 'suggest' button. Below the search bar are two dropdown menus: 'Web' and 'Hungarian / Hungary'. A red progress bar indicates 100% completion. The main content area shows 'Keywords found: 212' and 'Keywords selected: 0'. A filter bar with a funnel icon and the text 'Filter...' is present. To the right of the filter bar are three buttons: 'View as text', 'Download all', and 'Reset'. Below these buttons is a large text box containing the text 'Pázmány Péter | _ | a | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m | n | o | p | r | s | t | u | v | w | z | 2 | 7'. Below this text box is a table with a 'Keyword' column and a list of suggestions, each preceded by a dropdown arrow. The suggestions are: 'pázmány péter katolikus egyetem', 'pázmány péter', 'pázmány péter sétány', 'pázmány péter katolikus egyetem ják', 'pázmány péter sétány 1/a', 'pázmány péter katolikus egyetem btk', 'pázmány péter sétány 1/c', 'pázmány péter utca', 'pázmány péter gimnázium', and 'pázmány péter catholic university'.

Keywords found: 212 Word Cloud Keywords selected: 0

Filter...

View as text Download all Reset

Pázmány Péter | _ | a | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m | n | o | p | r | s | t | u | v | w | z | 2 | 7

☐	Keyword
☐	▼ pázmány péter katolikus egyetem
☐	▼ pázmány péter
☐	▼ pázmány péter sétány
☐	▼ pázmány péter katolikus egyetem ják
☐	▼ pázmány péter sétány 1/a
☐	▼ pázmány péter katolikus egyetem btk
☐	▼ pázmány péter sétány 1/c
☐	▼ pázmány péter utca
☐	▼ pázmány péter gimnázium
☐	▼ pázmány péter catholic university



Lokális SEO

- *“An important point, the local and organic search algorithms are still highly interconnected. If you are winning in local organic search, you are most likely winning in local pack searches also.”*

Lokális SEO

- helyi vállalkozások számára érdekelt
- nem csak szöveg alapú: a találatok közt megjelennek térképes adatok, képek
- itt már szóba jöhetnek a **fizetett találatok is**, ezért ez a terület összefügg a SEM (Search Engine Marketing) területével is



Lokális SEO

- magába foglalja a “megszerzett” másnéven **“természetes” találatokat** (crawlerok által), és azokat a találatokat, amelyek **partnermegállapodások** által jöttek létre - ‘local pack’
- a *localseoguide.com* egy 2017-es tanulmánya alapján a kétféle találat bizonyos értelemben összefüggő



Local SEO – Google My Business

- példa - Google: a Google esetében a vállalkozások feliratkozhatnak az úgynevezett **“Google My Business”** (GMB) programba, amely lehetővé teszi a lokális kereséseknél, hogy vállalkozások szolgáltatásai megjelenhessenek (‘Local 3 pack’ és térképes találatok)
- Local 3 pack: szolgáltatások megjelenítésénél a Google mindig a három legrelevánsabb találatot fogja adni

The screenshot shows a Google search for 'Pizzéria'. The top navigation bar includes the Google logo, the search term 'Pizzéria', and icons for voice search and image search. Below the navigation bar are tabs for 'Összes', 'Térkép', 'Képek', 'Hírek', 'Videók', 'Egyebek', 'Beállítások', and 'Eszközök'. The search results show 'Nagyjából 28 500 000 találat (0,66 másodperc)'. A map view shows several pizza locations in Budapest, including 'Tutti Pizza', 'Memento Park', 'Dunaparti Pizzéria Csepel', and 'Don Pepe'. Below the map is a list of three businesses:

- Don Pepe**
3.4 ★★★★★ (19) - PIZZA
Budapest
Nyitás: 11:00
- Tutti Pizza**
4.4 ★★★★★ (7) - PIZZA
Budapest
Nyitás: 10:00
- Dunaparti Pizzéria Csepel**
3.4 ★★★★★ (21) - Étterem
Budapest
Nyitás: 11:00

Below the list is a link to 'További helyek'. At the bottom, there is a section for 'Don Corleone Étterem és Pizzéria | Don-Corleone Budapest' with the website 'www.don-corleone.hu/' and a brief description: 'Don Corleone Étterem és Pizzéria. Több éve áll, húséges és éhes vendégei rendelkezésére. Nyitva tartás mindennap. Don Corleone Budapest. Látogasson el ...'.

On the right side, there is a detailed view of a pizza. It shows a large pizza with toppings and a smaller image of the restaurant interior. Below the images is the title 'Pizza' and the category 'Etel'. A description follows: 'A pizza olasz eredetű étel, ami mára az egész világon elterjedt. Alapja egy kelt tésztából készült vékony lepénykenyér, melyet paradicsom vagy tejföl alapú szósszal borítanak, és erre különféle feltétek kerülnek, a tésztát végül reszelt sajttal ... Wikipédia'. Below the description is a section for 'Tápértékek' (Nutrition facts) for 'Pizza':

Mennyiség / 100 g
Kalória (kcal) 266
Lipidek 10 g
Transz-zsírsavak 0,2 g
Koleszterin 17 mg
Nátrium 598 mg
Kálium 172 mg
Szénhidrát 33 g
Rost 2,3 g
Cukor 3,6 g

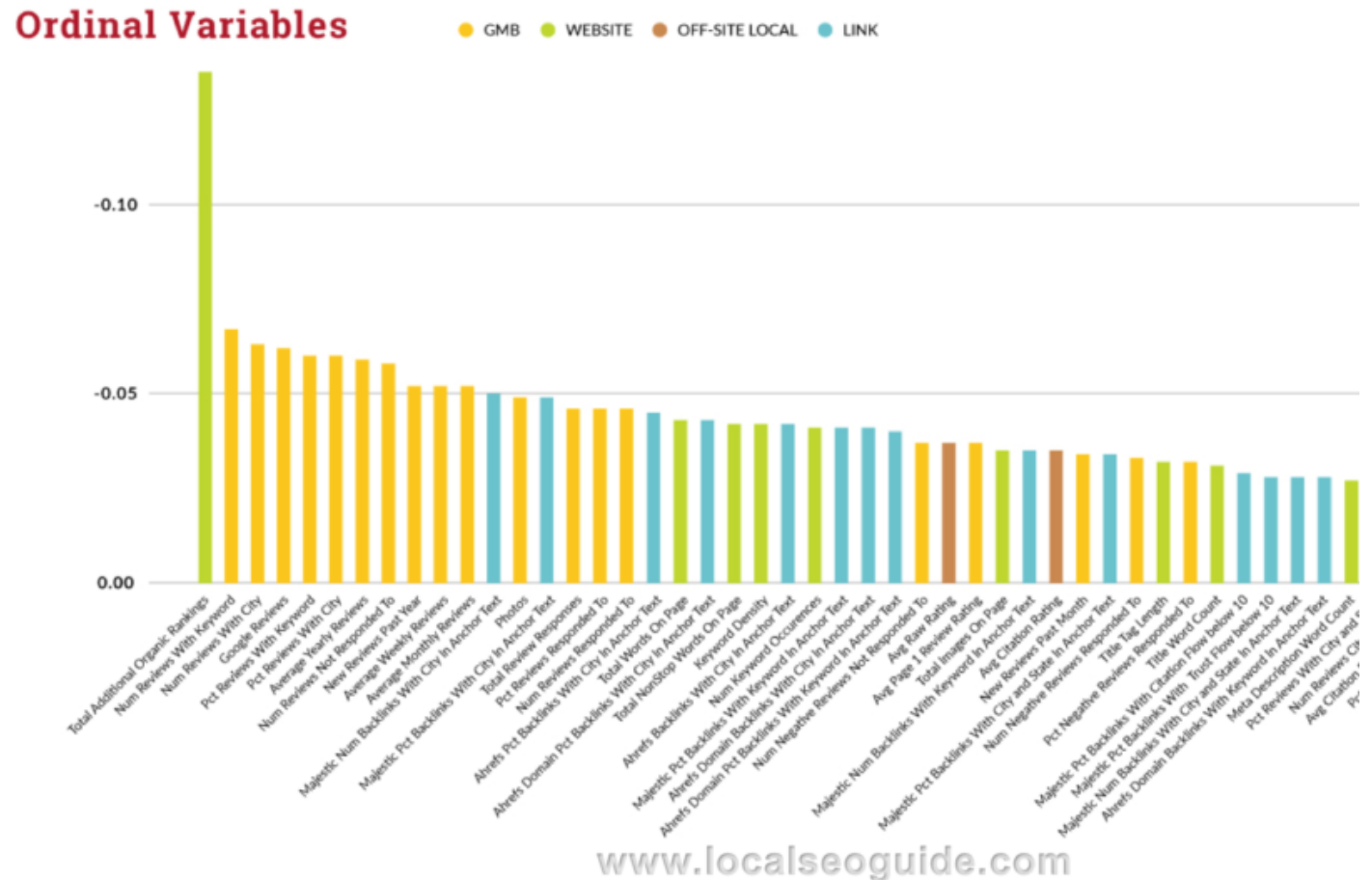
Lokális SEO – numerikus és kategorikus tényezők

- egy **2016-os tanulmány** (“Reverse Engineering Google’s Local Search Algorithm”) 100 rangsorlási tényező, 30.000 vállalkozás és 3000 lokális keresés figyelembe vételével vizsgálta a Google kereső algoritmusát
- az eredmények azt mutatták, hogy a lokális SEO sikeressége nagy mértékben függ a nem lokális SEO stratégiától



Lokális SEO – numerikus tényezők

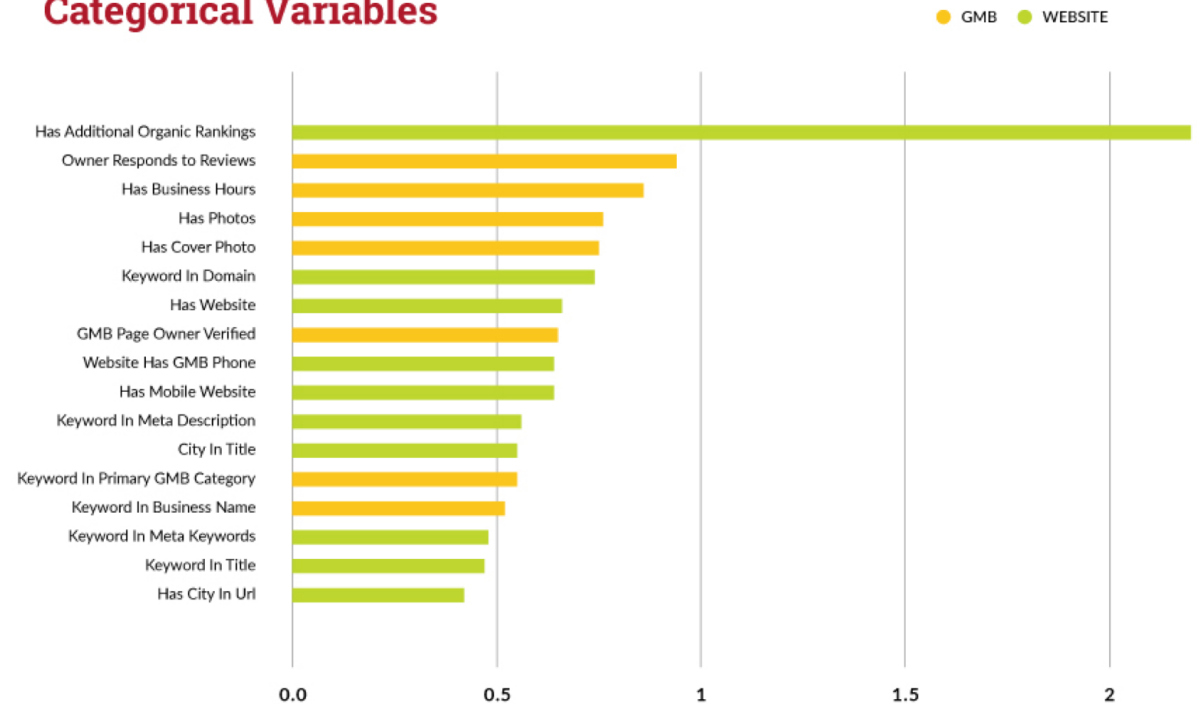
- **numerikus tényezőkre** néhány példa - számban kifejezhető tényezők (specifikusan lokális SEO stratégiára szűrve):
 - adott kulcsszót tartalmazó értékelések száma
 - adott városnevet tartalmazó értékelések száma
 - Google értékelések száma
 - azoknak a negatív értékeléseknek a száma, amikre nem válaszoltak
 - azoknak a link szövegeknek a száma, ami adott városnevet tartalmaz



Lokális SEO – kategorikus tényezők

- **kategorikus tényezőkre**
néhány példa - jellemzően
igennel vagy nemmel
megválaszolható kérdés
(specifikusan lokális SEO
stratégiára szűrve)
 - Van kulcsszó a
vállalkozás nevében?
 - Van nyitvatartási ideje?
 - Van városnév az URL
címben?
 - Van mobilos verziója a
weboldalnak?

Categorical Variables



www.localseoguide.com

Lokális SEO – Mit mond a Google?

A Google három fő tényezőt vesz figyelembe

Relevancia

- azt jelenti, hogy milyen mértékben egyeznek a cég adatai a kereséssel
- érdemes minél több adatot megadni

Távolság

- a keresésben megnevezett (akár IP cím alapján) hely és a keresési találatok távolsága

Ismertség

- a cég ismertségét írja le
- felhasználók értékelései (pl. Google értékelések)
- a hagyományos rangsorolási tényezők: hanyadik helyen szerepel a találati listában?



SEM

Search Engine Marketing

01

DEFINÍCIÓ

02

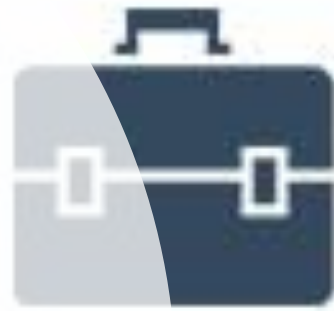
TÖRTÉNETE

03

MŰKÖDÉSE –
HASZNÁLATA ÉS
HATÁSA A
KERESŐMOTOROKRA



SEM - DEFINÍCIÓ



SEM



Engage

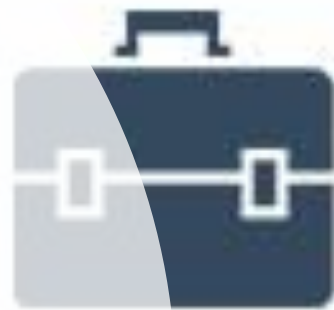
- a SEM egy marketingstratégia, amely a SEO-hoz hasonlóan egy weboldal láthatóságát szabályozza
- magába foglalja az SEO-nál vett stratégiákat is, illetve kiegészíti a fizete
- ez a terület gazdaságilag is meghatározó, így közgazdaságtan területével is rengeteg az átfedés

SEM - DEFINÍCIÓ



Optimize

- az elnevezés Danny Sullivan nevéhez köthető - egy 2001-es cikkben népszerűsítette ezt a fogalmat a SEO egy kiterjesztéseként



SEM



Engage

SEM - TÖRTÉNETE

- a fizetett találatok 1996-ban jelentek meg először az OpenText keresőmotorjában, ami akkoriban negatív visszhangot kapott, ezért le is kellett állítani egy időre
- 1998-ban jelentek meg újra a GoTo kereső felületén, mely PPC rendszert alkalmazott

SEM

search engine marketing

MARKETING

TARGET GROUP

LINKS

CONTENT

SEARCH

PERFORMANCE
MEASUREMENT

SEM - TÖRTÉNETE

- a Google a 2000-ben kezdte a fizetett hirdetések megjelenítését az AdWords programon keresztül
- egy 2007-es tanulmány (Bernard J. Jansen: The Comparative Effectiveness of Sponsored and Nonsponsored Links for Web E-commerce Queries) mutatta ki a PPC marketingstratégia hatékonyságát

SEM

search engine marketing

MARKETING

TARGET GROUP

LINKS

CONTENT

SEARCH

PERFORMANCE
MEASUREMENT



SEM – Pay-Per-Click Hogyan működik?

- ahogy az az elnevezésből is adódik, minden kattintásért a hirdetőnek bizonyos összeget kell fizetnie, jellemzően minden kattintásért fix összeget
- nincs előre megszabott ár, mindig az adott oldal üzemeltetője dönti el, mennyi pénzt kér egy kattintásért
 - ez függhet az oldal látogatottságától illetve más piaci tényezőktől
- a modell egyszerű:

$$PPC = \text{Hirdetési költség} / \text{Kattintások száma}$$

SEM – PPC: Flat-rate PPC (átlánydíjas költség)

- a hirdetési költség előre meg van szabva
- nagyobb szolgáltatók esetén a hirdetési költség függ az adott oldal tartalmától, népszerűségétől
- üzemeltetői oldalról jó példa a Google AdSense - ez a honlap üzemeltetőjének jelent bevételt
- hirdetői oldalról jó példa a Google AdWords, amely hirdetőknak biztosít hirdetési lehetőséget



SEM – PPC: Bid-based PPC (áránlat alapú)

- a hirdetőnek regisztrálnia kell egy felületre, ahol más hirdetőkkal “versenyezhet” például egy adott kulcsszóért
- automatizált rendszer: az “aukció” akkor történik meg, amikor egy keresés adott kulcsszót tartalmaz, és a keresés adott helyen történik
- a hirdető által definiált hirdetés minősége is befolyásoló tényező, a végleges rangsor a licittől és a hirdetés minőségétől függ
- a licitálás folyamata is lehet automatizált



SEM – Paid Inclusion & Pay for placement

Paid Inclusion

- nem biztosít garantáltan jó rangsort, viszont az oldal indexelése garantált a keresőmotor számára
- a végső rangsort a relevancia fogja meghatározni

Pay for placement

- a hirdető a keresőmotor által biztosított szolgáltatáson keresztül kulcsszavakért fizetnek
- itt már jellemző az ajánlat alapú fizetés: az a hirdető lesz előrébb rangsorolva, aki többet fizet



Köszönjük a figyelmet!