



12

Miejsca promowania witryny

**Zbudowałeś wspaniałą witrynę
— pora pokazać ją innym! Istnieje
wiele miejsc, w których możesz
bezpłatnie promować swoją witrynę.**

Chociaż zależy Ci na jak największej liczbie odwiedzin Twojej witryny, możesz czuć się niezręcznie w roli specjalisty od marketingu, który musi zachwalać produkty swojej firmy. Promowanie własnej witryny jest w rzeczywistości łatwym zadaniem i nie wymaga umiejętności marketingowych. Potrzebne jest tylko **kreatywne myślenie i trochę cierpliwości.**

W tym rozdziale skupimy się przede wszystkim na tym, w jaki sposób możesz rozpropagować swój adres URL w celu uzyskania wysokiego rankingu w wyszukiwarkach. Im więcej linków przychodzących otrzyma Twoja witryna na witrynach renomowanych, tym wyższą pozycję uzyskasz w wynikach wyszukiwania dla wybranych słów kluczowych.

Aby promowanie witryny przyniosło oczekiwane rezultaty, powinno być realizowane według wstępnie opracowanego planu. Po uruchomieniu nowej witryny dobrze jest wywołać wokół niej nieco szumu reklamowego. W miarę upływu czasu Twoim celem będzie stopniowe poszerzanie audytorium. Najważniejsze, by wykorzystać wszelkie okazje do promowania witryny.

Gdy pracujesz nad promowaniem swojej witryny, nigdy nie wymieniaj się linkami ze spamerami. Umieszczanie nonsensownych wpisów lub krzykliwych reklam na blogach, forach dyskusyjnych lub innych platformach otwartych irytuje wszystkich i prowadzi najkrótszą drogą do zniszczenia reputacji witryny. Metody spammerskie przynoszą więcej szkody niż pożytku, więc trzymaj się od nich z daleka.

W tym rozdziale skupimy się na trzech podstawowych celach:

1. Jak zachęcić wyszukiwarki do zindeksowania Twojej witryny?
2. Jak zbudować linki przychodzące w celu zwiększenia rankingu witryny w wyszukiwarkach i uzyskania większej liczby odwiedzin?
3. Jak przyciągnąć ruch lokalny na swoją witrynę?

Rejestracja witryny w wyszukiwarkach

W rozdziale 10., w sekcji „Utworzenie i zgłoszenie pliku *sitemap.xml*” nadmieniliśmy, że niektóre główne wyszukiwarki interpretują standard mapy witryny ułatwiający bardziej wydajną i opisową rejestrację stron URL. Jest to korzystne zarówno dla właścicieli witryn, jak również dla samych wyszukiwarek, gdyż roboty wyszukiwarek mogą dokładniej spenetrować strony należące do witryny. W rezultacie treść będzie znacznie dokładniej zindeksowana.

Niestety, protokół *sitemap.xml* nie może całkowicie zaspokoić potrzeby zgłoszenia adresów URL stron do wyszukiwarek, gdyż nie wszystkie obsługują ten standard, szczególnie dotyczy to niektórych mniejszych wyszukiwarek.

Jak wykazaliśmy w rozdziale 10., powinieneś postarać się, by Twój plik *robots.txt* zawierał informację dla wszystkich robotów wyszukiwarek o położeniu pliku *sitemap.xml*. Wyszukiwarki, które obsługują ten standard — Yahoo!, Google, Ask i MSN Live Search — wczytają Twój plik *sitemap.xml* i odpowiednio zindeksują Twoją witrynę.

Aby przekazać najpopularniejszym wyszukiwarkom adres URL swojej witryny, skorzystaj z poniższych linków zgłoszeniowych:

- **Yahoo!:** <https://siteexplorer.search.yahoo.com/submit>
- **Google:** <http://www.google.com/addurl?continue=/addurl>
- **MSN Live:** <http://search.msn.com/docs/submit.aspx>
- **Ask:** brak strony zgłoszeniowej, pozostaje jedynie mapa witryny *sitemap.xml* oraz informacja o niej w pliku *robots.txt*.
- **AOL:** listingi pochodzą od Google, więc nie ma potrzeby zgłaszania witryny w tej wyszukiwarce.
- **Altavista:** listingi pochodzą od Yahoo!.

Pewna liczba witryn oferuje darmowe usługi rejestracji w wyszukiwarkach. Wykonaj szybkie wyszukiwanie dla wyrażenia rejestracja w wyszukiwarkach, a odkryjesz wiele ciekawych propozycji.

Jeden z takich serwisów o nazwie AddMe (<http://addme.com>) wysyła bezpłatnie zgłoszenia do 20 wyszukiwarek jednocześnie, w tym do focusLook, Burf, Subjex, Alexa, Scrub The Web, Google, LookSeek, Jayde, Infotiger, Nerd World, Aeiwi, Walhello, LifeTips, ExactSeek i EntireWeb.

Bądź świadom, że wyszukiwarki mogą nie zindeksować Twojej witryny natychmiast po jej zgłoszeniu. Musisz ustawić się w kolejce i minie kilka tygodni, zanim robot wyszukiwarki pojawi się po raz pierwszy. Jest to uzależnione od liczby witryn zgłoszonych wcześniej.

Obserwuj statystyki swojej witryny dotyczące wizyt takich robotów, jak Googlebot, Yahoo! Slurp i msnbot. Są to roboty wyszukiwarek Google, Yahoo! i MSN Live Search. Kiedy informacje na ich temat pojawiają się w statystykach, będzie to dowodem, że Twoja witryna została zindeksowana.

Rejestracja witryny w katalogach internetowych

Kolejnym sposobem zwiększenia liczby odwiedzin witryny jest jej zarejestrowanie w katalogu internetowym. Katalogi stanowią skategoryzowane wykazy treści internetowych i są bardzo podobne do książki telefonicznej. Ludzie zarządzający witrynami poświęconymi katalogom tworzą uogólnioną, intuicyjną taksonomię, która umożliwia użytkownikom przeglądanie zawartości w celu wyszukiwania interesujących ich witryn. Funkcja wyszukiwania ułatwia nawigację po kategoriach.

Katalogi internetowe czerpią swoją treść w całości ze zgłoszeń użytkowników i nie korzystają z robotów do zdobywania informacji. Ponieważ ludzie oceniają każde zgłoszenie pod względem jakości treści i trafności wybranej kategorii, może minąć pewien czas, zanim Twoja witryna pojawi się w wykazie. Katalogi internetowe nie opierają swoich indeksów na treści pojedynczych stron, jak to robią wyszukiwarki. Rozpatrują witryny w całości i nie zwracają żadnej uwagi na techniki SEO.

Otwarty Katalog (ODP)

Otwarty Katalog (ang. *Open Directory Project* — ODP: <http://dmoz.org>, wersja polska: <http://dmoz.org/World/Polska>) jest wspaniałym miejscem, gdzie możesz za darmo umieścić informacje o swojej witrynie (rysunek 12.1). Jest to największy katalog internetowy prowadzony przez ludzi. Tysiące zainteresowanych umieszcza linki do witryn w różnych kategoriach tematycznych. Z zasobów tego katalogu korzysta wyszukiwarka Google przy budowaniu indeksu, a treść jest wykorzystywana do usług katalogowych wielu wyszukiwarek.



RSYUNEK 12.1. *Otwarty Katalog jest największym katalogiem internetowym obsługiwany przez ludzi. Rejestrując za darmo adres URL swojej witryny, możesz spowodować wzrost liczby odwiedzin*

Ponieważ katalog Google (<http://directory.google.com>) gromadzi dane w oparciu o Otwarty Katalog, dołączając swoją witrynę do ODP, zapewnisz sobie również miejsce w katalogu Google.

Rejestracja witryny w ODP jest bezpłatna. Wystarczy wybrać najlepiej pasującą kategorię i kliknąć link *Zaproponuj URL* znajdujący się u góry strony. Wypełnij formularz zgłoszeniowy i cierpliwie czekaj, aż redaktorzy rozpatrzą Twój wniosek.

Dopisanie witryny do katalogu może zająć kilka miesięcy, ale warto poczekać. Nie tylko zwiększysz ilość odwiedzin swojej witryny, ale zyskasz także na rankingu w wyszukiwarkach, gdyż witryna ODP posiada bardzo wysoki ranking.

Katalog Yahoo!

Yahoo! ma własny katalog internetowy (<http://dir.yahoo.com>) utrzymywany przez pracowników tej firmy. To również jest znakomite miejsce na link do Twojej witryny, jednak nie za darmo. Katalog Yahoo! domaga się opłaty 299 dolarów za dołączenie witryny i 299 dolarów rocznie za utrzymanie tego wpisu. Yahoo! obiecuje sprawdzić Twoją witrynę w ciągu siedmiu dni roboczych. Wysłanie zgłoszenia do katalogu Yahoo! nie gwarantuje pozytywnego rozpatrzenia wniosku.

Chociaż oferta katalogu Yahoo! nie jest zbyt atrakcyjna dla małych firm i witryn niezależnych, warto rozważyć rejestrację w katalogu Yahoo! witryny dużego przedsiębiorstwa — zwłaszcza dotyczy to nowych witryn.

Budowanie linków przychodzących

Linki przychodzące mają szczególną wartość dla Twojej witryny. Przypuszcza się, że stanowią one najistotniejszy czynnik w algorytmie obliczania rankingu Google PageRank, który decyduje o miejscu witryny na liście wyników wyszukiwania. Postaraj się, aby renomowane witryny zawierały linki do Twojej witryny, a jej pozycja rankingowa natychmiast znacznie się podniesie. Oczywiście, linki przychodzące powodują także w sposób bezpośredni wzrost liczby odwiedzin internautów.

Uzyskanie jakościowych linków przychodzących jest czasochłonne. Techniki pracy nad treścią opisane w rozdziale 4. pomogą Ci zdobyć dodatkowe linki przychodzące, które są szczególnie cenne, gdyż pochodzą zazwyczaj z witryn powiązanych tematycznie z Twoją witryną, a tym samym mają szczególne znaczenie dla użytkowników.

Możesz także zaangażować się czynnie w budowanie linków przychodzących. Przedstawiamy kilka miejsc, od których możesz rozpocząć budowanie linków przychodzących.

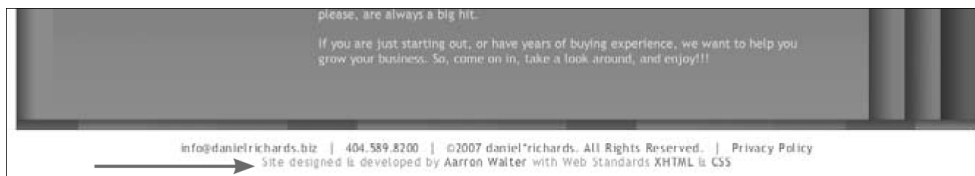


Możesz sprawdzić, na których stronach znajdują się Twoje linki przychodzące, wpisując w polu wyszukiwarki `link:`, a po dwukropku adres swojej domeny, na przykład `link:przyklad.pl`.

Linki od klientów i współpracowników

Jeżeli Twoja firma projektuje strony internetowe lub prowadzisz samodzielną działalność gospodarczą, prawdopodobnie regularnie budujesz nowe witryny. Każda nowa witryna stanowi okazję do utworzenia linka przychodzącego. W dolnej części każdej strony obok klauzuli dotyczącej praw autorskich dodaj informację, kto utworzył tę witrynę oraz link powrotny do swojej witryny. Przykład takiej informacji znajduje się na rysunku 12.2.

Zadbaj, by zapis dotyczący takiej informacji znalazł się w umowie z klientem, aby nie był on zaskoczony, gdy zobaczy swoją witrynę po raz pierwszy. Z różnych powodów niektórzy klienci mogą nie wyrazić zgody na zapis o autorze i link do jego witryny. Jeżeli zawczasu zgłoszisz im ten problem, łatwiej przyjdzie Ci przekonać ich, aby zmienili zdanie.



RYСУNEK 12.2. W dolnej części każdej strony na witrynie <http://danielrichards.biz> zamieściłem link do swojej osobistej witryny

Oprócz pozytywnego wpływu na ranking w wyszukiwarkach linki przychodzące na witrynach klientów są także mocnym narzędziem marketingowym, które może przysporzyć Ci nowych klientów. Te linki mogą znacznie zmniejszyć nakład czasu przeznaczony na działalność marketingową Twojej firmy.

Partnerzy i współpracownicy to kolejna okazja do budowania linków przychodzących. Mała firma projektująca strony internetowe może zlecić pewne zadania innej firmie, na przykład badania nad użytecznością. Jeżeli Twoja firma współpracuje z innymi partnerami oferującymi dodatkowe usługi, postaraj się, żeby firmy partnerskie utworzyły na swoich witrynach linki do Twojej witryny. Jeżeli zamieścisz na swojej witrynie linki do ich witryn, prawdopodobnie chętnie się zrewanżują tym samym.

Uaktywnij się na forach dyskusyjnych i blogach

Ty i Twoja organizacja dysponujecie wiedzą i doświadczeniem, co może być cenne dla niektórych internautów. Biorąc udział w dyskusjach na forach internetowych i blogach, możesz zbudować swój autorytet, pomóc innym i zbudować wartościowe linki przychodzące dla swojej witryny.

Znajdź kilka witryn zajmujących się wymianą wiedzy pomiędzy internautami i stań się aktywnym uczestnikiem toczących się dyskusji. Forum dyskusyjne często daje możliwość utworzenia własnego podpisu, który jest automatycznie dodawany na końcu każdego wpisu. Postaraj się o dodanie do podpisu linka do swojej witryny i krótkiej informacji o niej.

Za każdym razem, gdy pomożesz komuś w rozwiązaniu jakiegoś problemu lub zabierzesz głos w dyskusji, dodaj do komentarza link do swojej witryny. To przyczyni się do zbudowania zaufania do Ciebie i szacunku dla Twoich działań, a także przysporzy Twojej witrynie dodatkowych wizyt.

Podobnie możesz postępować w przypadku komentarzy do wpisów na blogach. Większość blogów daje możliwość dodania adresu URL w komentarzu. Jak już wspominaliśmy w rozdziale 4., trackbacki mogą

być również źródłem linków przychodzących. Trackback to automatycznie dołączany fragment wpisu na Twoim blogu jako komentarz do artykułu na blogu kogoś innego. Dzięki temu zdobędziesz następne linki przychodzące.

Zadbaj o wysoką jakość komentarzy, nie dodawaj linków do własnej witryny bez uzasadnienia, gdyż możesz w ten sposób bardzo zaszkodzić swojej reputacji.

Dobłą strategią dla firmy jest wygospodarowanie jednej lub dwóch godzin w tygodniu, w czasie których wszyscy pracownicy stają się aktywnymi uczestnikami wymiany zdań na blogach i forach dyskusyjnych. Gdy cały zespół pomaga ludziom raz w tygodniu, można szybko zbudować renomę organizacji i zdobyć linki przychodzące.

Napisz do innych witryn

Innym sposobem dzielenia się swoim doświadczeniem z innymi i zdobywania linków do swojej witryny jest publikowanie artykułów na innych witrynach. Niezależnie od Twojej specjalności, zawsze znajdzie się kilka renomowanych witryn publikujących artykuły z tej dziedziny.

Poświęć nieco czasu, by napisać artykuł na unikalny temat i wyślij go do opublikowania. Jeżeli wybór odpowiedniego tematu stanowi dla Ciebie problem, odwiedź kilka forów dyskusyjnych i zobacz, jakie są najczęściej zadawane pytania.

Link do Twojej witryny z publikacji internetowej jest wyjątkowo cenny, ponieważ witryny z artykułami mają zazwyczaj bardzo wysoki ranking w wyszukiwarkach. Kiedy popularna i wiarygodna witryna posiada link do Twojej witryny, Twój ranking staje się znacznie większy. Ten rodzaj linka przychodzącego prawdopodobnie zaowocuje zwiększeniem liczby wizyt na Twojej witrynie, gdyż ludzie będą czytać Twój artykuł przez kilka najbliższych lat.

Dlatego warto podjąć się wysiłku związanego z napisaniem i opublikowaniem artykułu.

Galerie projektów i treści

Jeżeli Twoja witryna lub witryny, które promujesz, zawierają świetny projekt graficzny i są zbudowane w oparciu o standardy WWW, zadbaj o wysłanie adresów URL do popularnych galerii projektów CSS. Listę

najpopularniejszych galerii znajdziesz pod adresem <http://www.listible.com/list/full-list-of-css-galleries>.

Witryny z galerii projektowej CSS osiągają tysiące odwiedzin dziennie. Jeśli Twoja witryna zostanie przyjęta do jednej z takich galerii, zauważysz znaczny wzrost natężenia ruchu internautów.

Należy podkreślić, że większość tych wizyt jest związana z poszukiwaniem inspiracji przez projektantów witryn, którzy mogą nie być zainteresowani realizacją celów biznesowych Twojej witryny — dokonaniem zakupu jakiegoś produktu lub zapisaniem się na listę wysyłkową. Jednak mają oni najprawdopodobniej własne witryny, na których prowadzą swoje blogi lub mogą utworzyć link na swoim blogrollu — liście rekomendowanych linków obok okna z blogiem.

Ponieważ witryny z galeriami projektów CSS są tak popularne, mają często bardzo wysoki ranking Google PageRank. Link przychodzący z takiej witryny przysporzy Ci wielu dodatkowych punktów rankingowych.

Nie obawiaj się współzawodnictwa z innymi projektami. Wygrana, a nawet sam udział w konkursie projektowym może przysporzyć rozgłosu i szacunku dla Twojej pracy. Chociaż wygrana w konkursie jest trudna do osiągnięcia, stanowi prawdopodobnie najlepszy sposób promowania Twojej witryny. Otrzymasz wówczas linki przychodzące nie tylko z witryny, na której konkurs został ogłoszony, lecz również od wielu autorów wpisów na blogach.

Niezlą listę witryn ogłaszających konkursy projektów internetowych znajdziesz pod adresem <http://www.bestwebawards.com>. Dzięki wyszukiwarce Google możesz znaleźć inne witryny ogłaszające tego rodzaju konkursy. Gdy znajdziesz ogłoszenia o konkursach, zapisz ich terminy w kalendarzu i nie zapomnij wystać swojej pracy.

Witryny społecznościowe

Ponieważ witryny społecznościowe dowolnego rodzaju są tak wszechobecne w internecie i często mają setki lub tysiące zarejestrowanych użytkowników, możesz je uznać za doskonałe miejsce do promowania witryny. Jeśli nie masz konta na żadnym popularnym portalu społecznościowym, rozważ zarejestrowanie się na kilku z nich, aby lepiej wyeksponować swoją witrynę.

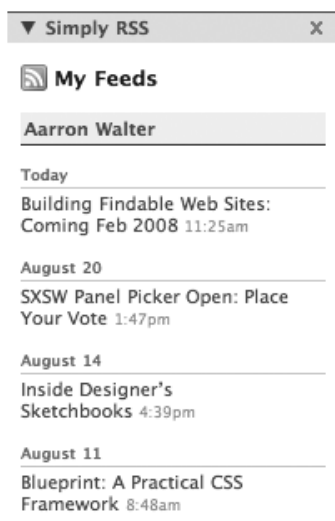
Wszystkie witryny społecznościowe, na których masz utworzony profil, stanowią okazję do zdobycia linków przychodzących. Pisząc treść swojego profilu, pamiętaj o istotnych słowach kluczowych, zgodnie z uwagami

zamieszczonymi w rozdziale 4. Poniżej wybrałem kilka najpopularniejszych witryn społecznościowych. Być może masz już swój profil na jednej z nich, ale powinieneś dodać swój adres URL i słowa kluczowe.

- **LinkedIn (<http://linkedin.com>):** profesjonalny networking, oferty pracy, budowanie kontaktów biznesowych.
- **Flickr (<http://flickr.com>):** udostępnianie zdjęć.
- **Digg (<http://digg.com>):** udostępnianie i wybieranie najlepszych historyjek.
- **YouTube (<http://youtube.com>):** udostępnianie i oglądanie sekwencji wideo.
- **Magnolia (<http://ma.gnolia.com>):** organizowanie i udostępnianie zakładek.
- **Delicious (<http://del.icio.us>):** organizowanie i udostępnianie zakładek.
- **Facebook (<http://facebook.com>):** utworzenie profilu, kontakty z przyjaciółmi.
- **MySpace (<http://myspace.com>):** utworzenie profilu, kontakty z przyjaciółmi.
- **Technorati (<http://technorati.com>):** śledzenie blogów i treści generowanych przez użytkowników.
- **Upcoming (<http://upcoming.org>):** informacje o wydarzeniach.
- **Eventful (<http://eventful.com>):** informacje o wydarzeniach.
- **Last.fm (<http://last.fm>):** tworzenie list przebojów i odkrywanie nowych artystów.

Pamiętaj, by oprócz wysłania adresu URL do tych witryn zamieścić także odpowiednie wpisy, o ile jest to możliwe. Dzięki temu zachęcisz nowych użytkowników do odwiedzenia swojej witryny.

Otwarta platforma Facebook zachęca setki programistów do tworzenia aplikacji, które mogą być dodane do Twojego profilu. Wykorzystując jeden z wielu czytników kanałów RSS, możesz wyświetlić nagłówki komunikatów RSS bezpośrednio na stronie własnego profilu — jak pokazano na rysunku 12.3. Niektóre aplikacje Facebook RSS znajdziesz na stronie <http://www.facebook.com/apps>.



RYSUNEK 12.3. Na stronie mojego profilu Facebook wyświetlam ostatnie wpisy ze swojego bloga, korzystając z aplikacji Simply RSS Facebook

Jeżeli na Twojej witrynie znajduje się kalendarium wydarzeń, wyślij te informacje do witryn Upcoming i Eventful. Użytkownicy tych witryn będą otrzymywali informacje o wydarzeniach, które mają się odbyć w ich regionie geograficznym. W ten sposób możesz rozszerzyć zakres informacji na temat witryny, firmy i organizowanych przez nią imprez.

Zostań członkiem społeczności

Jak na ironię, możesz także generować linki przychodzące i podnieść swój ranking poza internetem. Jeżeli Twoja firma ma odpowiednie warunki lokalowe, rozważ organizowanie imprez dla organizacji profesjonalnych, takich jak Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej (<http://stgu.pl>), lub jednej z grup użytkowników Adobe (<http://www.adobe.com/support/usergroup>).

Organizacje, które zaprosisz na swoją imprezę, prawdopodobnie utworzą linki do Twojej witryny, by ludzie mogli dowiedzieć się, jak dojechać do Twojej firmy i czym się ona zajmuje. Poszczególni uczestnicy imprezy również mogą utworzyć linki w swoich wpisach na blogach.

Impreza wcale nie musi być poświęcona projektowaniu stron internetowych. Chodzi o to, by ludzie dowiedzieli się, że Twoja firma istnieje. Kiedy staniesz się częścią społeczności lokalnej, nie tylko zbudujesz świadomość marki, ale również zdobędziesz zaufanie i szacunek.

Jeżeli w Twoim mieście nie ma okazji do organizowania takich imprez lub nie masz odpowiednich warunków lokalowych, rozważ inne przedsięwzięcia. Headscape (<http://headscape.co.uk>) — angielska firma zajmująca się projektowaniem witryn — promuje swoje usługi za pośrednictwem podcastu o nazwie Boagworld (<http://boagworld.com>). Tysiące projektantów internetowych z całego świata słuchają co tydzień ich podcastu poświęconego nowościom i poradom w zakresie zarządzania i budowania witryn. Według Marcusa Lillingtona, jednego z autorów podcastów Boagworld, dzięki wsparciu udzielonemu społeczności uzyskali znaczne wzmocnienie wizerunku firmy Headscape i zdobyli kilka nowych projektów.

„W firmie Headscape staraliśmy się znaleźć efektywny sposób promowania naszych usług”, mówi Lillington.

„W latach 2002 – 2003 zaczęliśmy promować firmę poprzez udzielanie darmowych porad i wskazówek wszystkim, którzy chcieli nas słuchać. Wydawało się, że agencja zajmująca się tworzeniem stron internetowych, która udziela darmowych porad i wydaje newsletter, będzie się cieszyć większą estymą i łatwiej zdobędzie nowe zlecenia niż firma, która skrzętnie ukrywa swoje tajemnice.

Jednak prowadzenie witryny Headscape było zawsze czymś więcej niż tylko promowaniem sprzedaży. Paul postanowił otworzyć własny blog (<http://boagworld.com>) w roku 2004 i zaczął pisać coraz więcej do Boagworlda, a coraz mniej do Headscape'a. Witryna Boagworld wkrótce stała się bardziej popularna niż witryna Headscape, a my uświadomiliśmy sobie, jak potężnym stała się narzędziem.

Dzięki kreatywności i skłonnościom do eksperymentowania Paul zaczął w roku 2005 nagrywać audycje jako uzupełnienie swoich artykułów. Po kilku epizodach dołączyłem do niego i ludzie chyba polubili nasz styl, nieco luźny, ale zarazem merytoryczny. Ostatnio nagraliśmy naszą setną audycję i notujemy ponad 60 000 operacji pobrania pliku tygodniowo.

Chociaż trudno jest mierzyć efektywność podcastów, przychodzi mi na myśl, jak wielu ważnych klientów skontaktowało się z nami tylko dzięki podcastowi. Spośród całkowicie nowych klientów — to znaczy tych, którzy nie skontaktowali się dzięki rekomendacjom — prawdopodobnie co najmniej połowa (a może znacznie więcej) zetknęła się z podcastem Boagworld. Poza tym nowi klienci, którzy skontaktowali się z nami z innych powodów, również chętnie czytają nasze artykuły i słuchają podcastów Boagworld, a tym samym obdarzają większym zaufaniem firmę Headscape”.

Wymiana linków

Innym dobrym sposobem na zdobycie linków przychodzących jest wymiana linków z przyjaciółmi i znajomymi. Utwórz na swojej witrynie sekcję poświęconą linkom, z której można wysyłać linki do witryn prowadzonych przez ludzi znanych i godnych zaufania. Spotykając się z ludźmi na konferencjach i innych imprezach branżowych, zwracaj się do nich z prośbą o wymianę linków.

Jak już wspominaliśmy w rozdziale 2., istnieją podejrzane metody wymiany linków. Firmy prowadzące farmy linków wysyłają ogromne ilości wiadomości pocztowych do administratorów różnych witryn, prosząc ich o wymianę linków. Jeżeli skusisz się taką ofertą, ranking Twojej witryny może znacznie ucierpieć. Ogranicz się zatem do bezpiecznej wymiany linków.

Nie przegap oczywistych okazji

Rozpoczynając akcję promowania witryny, nie zapomnij o dołączeniu jej adresu URL do istniejących materiałów promocyjnych. Zdarzało się, że niektórzy z moich klientów kładli nacisk na reklamę swojej nowej witryny, a zapominali o umieszczeniu jej adresu URL na swoich wizytówkach. Oto kilka miejsc, których nie można pominąć:

- wizytówki,
- broszury,
- katalogi,
- podpisy wiadomości poczty elektronicznej,
- nagłówki listów i koperty,
- reklamy radiowe i telewizyjne.

Jeżeli masz zamiar wziąć udział w konferencji lub innym wydarzeniu dotyczącym Twojej branży, zabierz dużo wizytówek z adresem URL i wręczaj je ludziom. Możesz przygotować świetne i unikalne wizytówki, korzystając z oferty zamieszczonej na witrynie Moo (<http://www.moo.com>). Za niecałe 15 euro (+ koszty wysyłki) otrzymasz 100 kartek ze zdjęciem lub rysunkiem na jednej stronie oraz tekstem w sześciu wierszach na drugiej stronie (rysunek 12.4). Inne sposoby promowania swojej pracy znajdziesz pod adresem <http://www.flickr.com/groups/moo>.

RYSUNEK 12.4. Moo (<http://www.moo.com>) drukuje karteczki, które znakomicie promują Twoją witrynę na konferencjach i imprezach branżowych. David Stone opracował takie karteczki do promowania swojej witryny <http://www.joard.com>



Przyciągnięcie ruchu lokalnego

Możesz promować swoją firmę wśród użytkowników lokalnych, podając dane teleadresowe na Google, Yahoo!, MSN Live Search, Localeze i Yellow Pages. Gdy użytkownicy głównych wyszukiwarek podają słowa kluczowe i określają region geograficzny, na przykład miasto, listing pojawi się nad zwykłymi rezultatami wyszukiwania, wraz z adresem i numerem telefonu Twojej firmy oraz mapką, na której siedziba firmy jest wyraźnie zaznaczona.

Możesz zarejestrować swoje dane teleadresowe na trzech głównych wyszukiwarkach za darmo, za każdym razem jest wymagany podobny proces rejestracji. Po wysłaniu niezbędnych informacji o witrynie otrzymasz wiadomość pocztową z numerem PIN i kodem. Wtedy wyświetli witrynę najbliższego oddziału wyszukiwarki, wpisz otrzymane dane i Twój listing stanie się aktywny.

Centrum firm lokalnych na witrynie Google

W przypadku wyszukiwarki usługa jest dostępna w Centrum firm lokalnych <http://www.google.pl/local/add>. Oprócz wyświetlenia na stronie z wynikami wyszukiwania Twoje dane teleadresowe pojawią się również w Mapach Google oraz zostaną dołączone do Goog411 — darmowego katalogu numerów telefonów Google przeznaczonego do celów biznesowych (<http://www.google.com/goog411>).

Centrum firm lokalnych umożliwia także darmowe dodawanie talonów do danych teleadresowych. Użytkownicy, którzy znajdą informację o Twojej firmie, mogą wydrukować utworzone przez Ciebie talony i przynieść je do Twojej siedziby, by uzyskać rabat. To pozwala na śledzenie transakcji inicjowanych tym sposobem.

Jeżeli Twoja firma ma kilka lokalizacji, możesz przygotować dane o filiach na arkuszu Excela. Instrukcję tworzenia takiego arkusza znajdziesz pod adresem <http://www.google.com/local>.

Yahoo! Local

W celu przekazania danych teleadresowych do Yahoo! Local wejdź na stronę <http://listings.local.yahoo.com>. Yahoo! oferuje trzy wersje listingów lokalnych, poczynając od darmowej wersji podstawowej, a skończywszy na usłudze płatnej, która gwarantuje umieszczenie danych teleadresowych na pierwszej lub drugiej stronie rezultatów wyszukiwania.

Szczegółowe porównanie tych wersji możesz uzyskać pod adresem <http://listings.local.yahoo.com/comp.php>. Płatne listingi pozwalają dołączenie bardziej szczegółowych informacji o Twojej firmie i zapewniają pewne dane statystyczne, takie jak liczba wyświetleń i częstotliwość klikania.

MSN Live Search

Listing lokalny dla MSN Live Search rejestruje się pod adresem <https://ssl.search.live.com/listings/BusinessSearch.aspx>, ale możesz do tego celu wykorzystać tylko Firefoksa lub Internet Explorera, gdyż inne przeglądarki nie dają takiej możliwości. MSN Live Search pozwala na wystawienie wielu informacji o firmie, między innymi możesz podać opis firmy, godziny otwarcia i zdjęcia — wszystko bezpłatnie.

Localeze i Yellow Pages

Oprócz trzech głównych wyszukiwarek listingi lokalne można także zarejestrować na witrynie Localeze (<http://webapp.localeze.com/bizreg/add.aspx>), która sprzedaje dane do kilku witryn, w tym Yellow Pages. Wyszukiwarka MSN Live Search w przeszłości otrzymywała dane teleadresowe od Localeze, ale teraz mają one odrębne bazy danych.

Witryna Yellow Pages nie tylko otrzymuje listingi lokalne od Localeze, przyjmuje także bezpośrednie zgłoszenia danych teleadresowych. Możesz przeprowadzić darmową rejestrację na stronie <http://store.yellowpages.com/post> lub wybrać jeden z wariantów płatnych, aby zamieścić więcej informacji na temat swojej firmy.