

POMEN KLJUČNIH BESED V DIGITALNEM TRŽENJU

Avtorica: Lea Adamič

Visoka šola za poslovne vede, Tržno komunikacije in odnosi z javnostjo (1. stopnja)

Povzetek

Ključne besede so pomemben del optimizacije spletnega mesta in strategije digitalnega trženja. Do problema nas zagotovo privede neznanje ali neuporaba analize in učinkovite uporabe ključnih besed, s tem pa tvegamo, da nas spletni brskalniki ne prepoznajo kot ustrezen zadetek v iskalni seji naših potencialnih uporabnikov ali kupcev. Dobra uporaba ključnih besed lahko naš obstoj na spletu dvignejo z dobro uvrstitvijo v rezultate iskanja. Ta trditev je cilj mojega raziskovanja. V tej seminarski nalogi nameravam preko analize razpoložljivih informacij in orodij dokazati, da je odločilen korak do uspešnega digitalnega trženja znanje o pravilni izbiri, strukturiranju in rednem preverjanju ključnih besed. Praktičen del svojega raziskovanja sem usmerila v nišno področje kulinarčnih blogov, saj sem tudi sama avtorica in lastnica kulinarčnega bloga. V tem delu izčrpno prikazujem pomen in vlogo ključnih besed, ki so temelj uspeha, saj je naš cilj, da je ravno naša spletna vsebina zadetek iskalnega niza naših uporabnikov.

Ključne besede: ključne besede, digitalni marketing, spletna optimizacija, spletna analiza, kulinarčni blog

Uvod

V svojem članku raziskujem pomen in delovanje ključnih besed (ang. 'keywords') v digitalnem trženju. Da so ključne besede temeljna sestavina dobrega SEO se verjetno zavedajo vsi, ki se ukvarjajo z digitalnim trženjem. Spletna strategija nikakor ne more ignorirati pomena ključnih besed, saj so njen ključni del in nam ob pravilni uporabi in stalni obnovi doprinesejo zelo veliko.

Prepričana sem, da so ključne besede tu za nas, da nam pomagajo pridobiti pravo občinstvo, visoko uvrstitev v iskalnikih in spremeniti iskanje potencialnih strank v konverzije. Moj cilj je, da v temu članku preko analize razpoložljivih informacij in orodij dokažem, da je odločilen korak do uspešnega digitalnega trženja znanje o pravilni izbiri, strukturiranju in rednem preverjanju ključnih besed. Slednje bom preskusila v primerjavi dobre in slabe prakse iz svojega področja dela.

Za svoje raziskovalno delo sem si izbrala analitično raziskovalno metodo, pri kateri sem uporabila sposobnost analiziranja podatkov za poglobljeno razumevanje predmeta raziskave in vrednotenja dejstev in informacij, povezanih z raziskavo.

V članku se bom pogosto navezovala na lastno področje dela: ustvarjanje kulinarčnega bloga. Izbira naslova tega prispevka se mi je zdela zelo koristna za mojo razvijajočo dejavnost, saj je moja prisotnost oziroma opaznost na spletu močno odvisna od dobre uporabe ključnih besed.

Ključne besede v digitalnem trženju

Kaj je digitalno trženje

Z razvojem tehnologije se je marketing v večini iz tradicionalnih oblik premaknil v digitalne.

Digitalni marketing je marketing, ki: 'za oglaševanje uporablja različne digitalne kanale in, ki bi ga morali danes uporabljati vsa podjetja, če želijo uspešno poslovati v močni konkurenci na svetovnem trgu,' (Svet računalniške tehnologije, 2021).

Digitalni marketing je, po mojem mnenju, splošna fraza, ki jo laiki uporabljajo kadar govorijo o e-poštnih sporočilih, oglasih na spletu in socialnih omrežjih. Zdi se mi primerno, da za potrebe moje naloge na kratko opredelim kakšne so možnosti komunikacije s potrošniki znotraj digitalnega marketinga, ki jih označujemo z izrazom 5D-jev digitalnega marketinga.

5 D-jev digitalnega marketinga

- Digitalne naprave: pametni telefoni, tablični računalniki, namizni računalniki, televizija in igralne naprave preko katerih potencialne stranke pridobivajo informacije o blagovnih znamkah.
- Digitalne platforme: večina interakcij poteka preko brskalnikov ali drugih platformah kot so Facebook, Instagram, Google, YouTube, Twitter in LinkedIn.
- Digitalni mediji: so različno plačljivi, lastniški ali drugi komunikacijski kanali za doseganje publike, vključno z oglaševanjem preko e-pošte, iskalniki in družbenimi omrežji.
- Digitalni podatki: nam dajo vpogled v profile potencialnih strank in njihovo interakcijo s podjetji, omogočajo analitiko in strateško načrtovanje vsebine ali ponudbe izdelkov/storitev.
- Digitalna tehnologija: gre za kakršnokoli tehnologijo, ki jo podjetja uporabljajo za ustvarjanje interaktivnih izkušenj s spletnimi mesti, mobilnimi aplikacijami ali e-poštnih oglaševalskih akcij.

Digitalni marketing torej za oglaševanje izdelkov in storitev uporablja različne digitalne medije. Glavna razlika med tradicionalnim in digitalnim oglaševanjem je predvsem uporaba kanalov, preko katerih je možna jasna analiza oglaševalskih akcij. Analiza nam omogoča hiter vpogled v to, kaj deluje in kaj ne (Svet računalniške tehnologije, 2021).

Kaj so ključne besede

Ključne besede so besede ali besedne zveze, ki vsebino in oglase določene spletne strani povežejo z uporabniki, ki prav tako uporabljajo besede v spletnih iskalnikih, da bi našli izdelek, storitev ali informacijo.

Ključne besede so torej besede in besedne zveze, ki opisujejo teme o katerih pišejo ustvarjalci spletnih strani in hkrati opredelijo, kaj ljudje (uporabniki spletnih brskalnikov) iščejo. V idealni situaciji so te ključne besede enake, saj so stična točka med našo vsebino in uporabniki ter jim tako pomaga, da to vsebino najdejo (Spletnik, 2021)

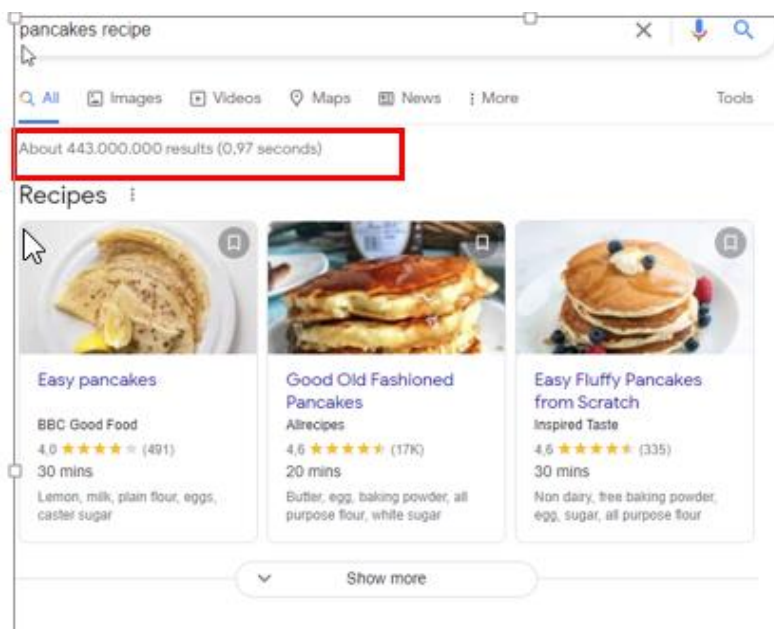
Ključne besede so zagotovo pomemben sestavni del SEO optimizacije spletne strani, ki ga ne smemo zapostavljati. Pravzaprav je znanje iskanja, analize in uporabe ključnih besed element SEO optimizacije, ki nam v kombinaciji z ustreznim CTA (eng. 'call to action') in dobro vsebino prinese veliko uspeha oziroma prometa na spletni strani.

Tipi ključnih besed

Ko govorimo o tipih ključnih besed, jih razvrščamo glede na dolžino in kompleksnost. Na spletu sem našla veliko opisov in podobnih opredelitev, najbolj jasna in koristna pa se mi je zdelo sledeča klasifikacija (Hartshorne, 2021):

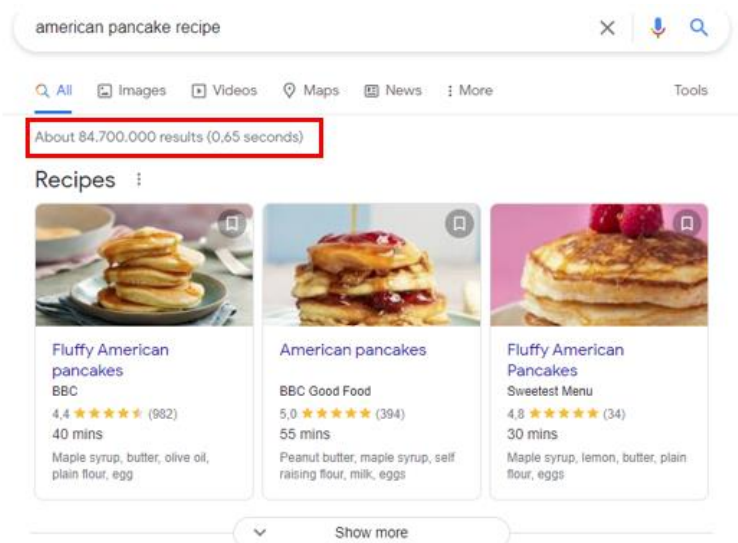
- **Generične ključne besede (eng. Short-tail keywords)**
Vsebujejo eno ali dve besedi in so zelo splošne za izbrano področje. Volumen iskanja je zelo visok, zato se s takimi besedami ne moremo umestiti v vrh zadetkov organskega spletnega iskanja.
Primer: pancakes recipe (443 mio. zadetkov)

Slika 1: Primer zadetkov za generične ključne besede (Google brskalnik, 2022).



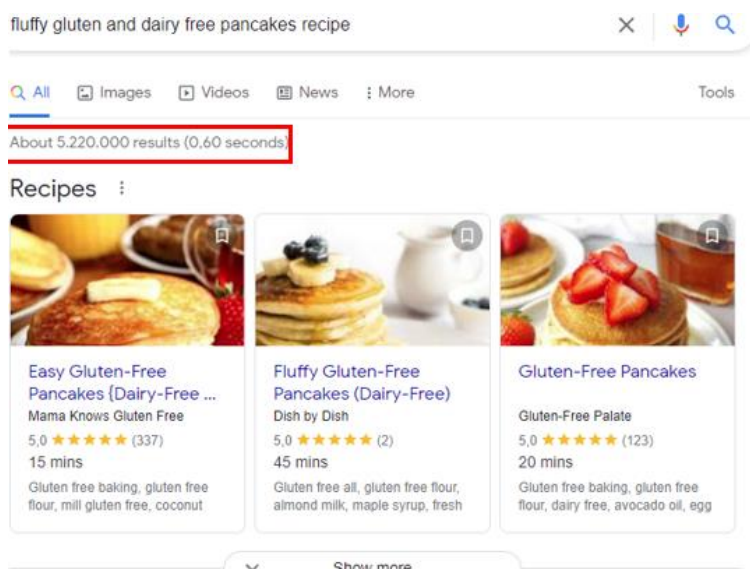
- **Sestavljene ključne besede (eng. Middle-tail keywords)**
Običajno so sestavljene iz treh ali štirih besed, ki so bolj specifične od generičnih, vendar imajo opazno nižji volumen iskanja.
Primer: american pancakes recipe (84,7 mio. zadetkov)

Slika 2: Primer zadetkov za sestavljene ključne besede (Google brskalnik, 2022).



- *Dolge ključne besede – fraze (eg. Long-tail keywords)*
Vsebujejo štiri ali več besed, so specifične in se najbolj približajo iskalnim nizom, ki jih vnašajo ljudji, ki iščejo specifične rezultate. Te ključne besede imajo še nižji volumen iskanja.
Primer: fluffy gluten and dairy free pancakes recipe (5,2 mio. zadetkov)

Slika 3: Primer zadetkov za dolge ključne besede (Google brskalnik, 2022).



Analiza in izbor ključnih besed

Orodja za iskanje ključnih besed

Obstaja mnogo orodij, ki nam pomagajo raziskati ključne besede in analizirati uspešnost njihove uporabe. Ponujajo nam pomembne informacije, kot so obseg iskanja, uspešnost z uvrstitvijo, vrednost ključne besede (kredibilna informacija pri oglaševanju s plačilom na klik), analizo konkurence in še mnoge druge informacije. Med zbiranjem in analiziranjem informacij so se nekatera orodja ponavljala, na spletni strani Soravjain pa sem našla res koristno zbirko brezplačnih orodij. Navedla bom 5 brezplačnih orodij in pri nekaterih tudi praktično pokazala njihovo uporabo (Sorav Jain, 2016):

- *Google Keyword Planner*
Praktično orodje, ki je verjetno prva izbira vsekega začetnika, ki išče ustrezne ključne besede za spletno optimizacijo ali oglasno kampanjo. Ponuja nam odkrivanje novih ključnih besed, spremljanje trende iskanj, izključevanje neželenih besed v iskalnem nizu, pregled cen za vsako ključno besedo in analitiko uspeha izbranih besed. Do orodja pridemo preko prijave v orodje Google Ads, kjer lahko v naslednjem koraku izberemo načrtovanje ključnih besed.
Primer: vnesla sem par ključnih besed za svoj blog, določila nekaj evropskih držav, za katere bi oglas uporabila in dobila sem podatke o volumnu iskanja in povprečno ceno za prikaz oglasa pri iskanju posameznih ključnih besed.

Slika 4 in 5: Primer uporabe orodja Google Keyword planner (Google Keyword planner, 2022).

Google Ads | Nacrt za ključne besede

easy dinner recipes, traditional food, cooking for young adults, nourishing food, easy meals, no food waste, sustainable life, eating together, hosting a meal | https://www.sce | Anglija, Združeno kraljestvo in še 7 | angleščina | Goog

Razširite iskanje: + dinner recipes + easy healthy meal recipes + cookery show + sustainable + cooking + food waste + meals

Izključni predloge za odrasle x DODAJTE FILTER Na voljo je 728 predlogov ključne besede

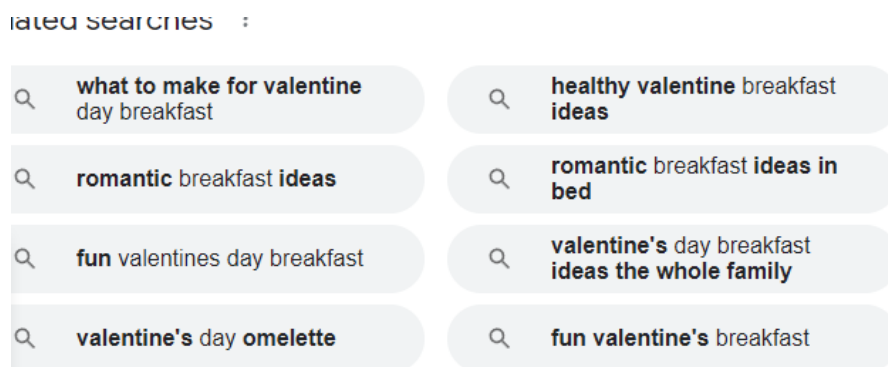
<input type="checkbox"/> Ključna beseda (glede na ustreznost)	Povpr. mesečna iskanja	Trimesečna sprememba	Sprememba glede na prejšnje leto	Konkurenca
Ključne besede, ki ste jih navedli				
<input type="checkbox"/> easy dinner recipes	10 tis. – 100 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> traditional food	1 tis. – 10 tis.	0 %	+ 900 %	Šibka
<input type="checkbox"/> cooking for young adults	10 – 100	0 %	0 %	Močna
<input type="checkbox"/> nourishing food	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Močna
<input type="checkbox"/> easy meals	10 tis. – 100 tis.	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> no food waste	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> sustainable life	1 tis. – 10 tis.	0 %	0 %	Močna
<input type="checkbox"/> eating together	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> hosting a meal	0 – 10	–	–	–

STOLPCI Pogled ključnih besed ▾

Ponudba za prikaz na vrhu strani (majhen obseg)	Ponudba za prikaz na vrhu strani (velik obseg)	Stanje računa
0,04 €	1,50 €	
0,64 €	1,15 €	
–	–	
0,71 €	4,21 €	
0,20 €	2,06 €	
0,53 €	2,02 €	
0,68 €	3,02 €	
0,23 €	0,95 €	
–	–	

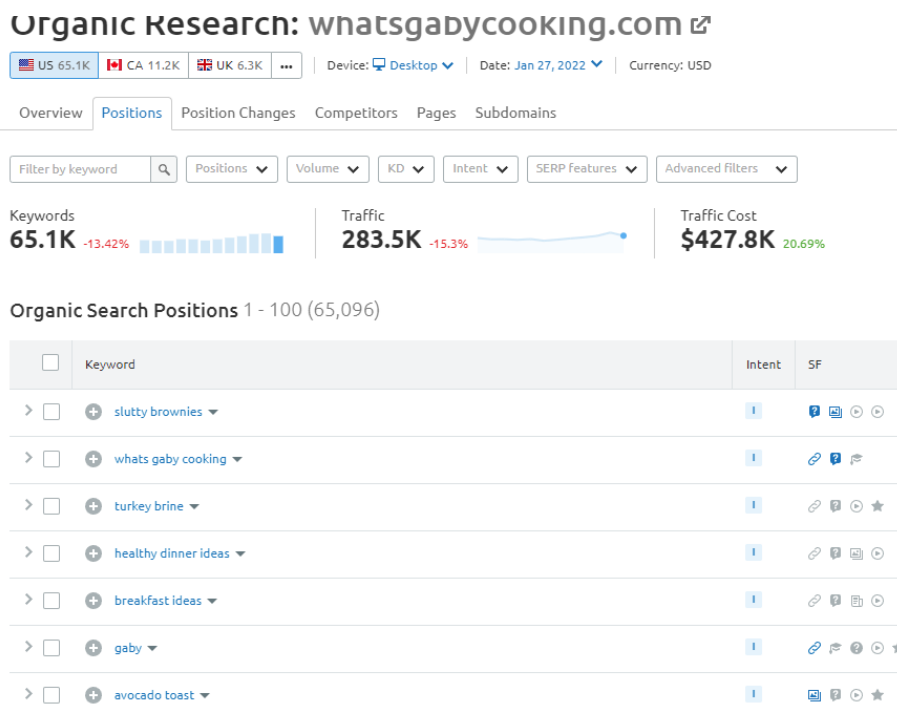
- **SEObok**
Orodje je izvrsten pomočnik pri zbiranju aktualnih ključnih besed, saj ponuja vpolged v mesečna in dnevna iskanja in povprečno ceno na klik (CPC – cost pre click). Dobljene rezultate iskanja lahko preprosto shranimo v Excel tabelo.
- **Google Search Suggestions**
Uporaba tega orodja je izvrsto za iskanje dolgih ključnih besed (long-tail keywords), saj nam Google na dnu iskalne strani ponudi iskalne nize, ki so smiselno povezani z našim iskalnim nizom. Ta tehnika se izvrsto obnese, ko iščemo ključne besede za pisanje vsebin na blogu.
Primer: valentines day breakfast recipes

Slika 6: Primer uporabe orodja Google Search suggestions (Google Search suggestions, 2022).



- **SEMrush**
Izjemno koristno orodje predvsem pri plačljivi optimizaciji spletnih strani, saj nam omogoča vpogled v spletne strategije konkurence. Orodje deluje tako, da najprej določimo državo iskanja, nato pa v iskalnik vnesemo ključno besedo, za katero domnevamo, da jo konkurenca uporablja. Če ne vemo katero besedo bi uporabili, lahko v iskalnik vnesemo tudi spletno stran naše konkurence. Dobljene ključne besede lahko enostavno izvozimo v Excel tabelico.
Primer: <https://whatsgabycooking.com/>

Slika 7: Primer uporabe orodja SEM rush (SEM rush, 2022).



- **Keyword Discovery Tool**

S tem orodjem lahko enostavno poiščemo ključne besede, ki jih bomo uporabili pri SEO strategiji in tudi v tržnih kampanjah (PPC).

V iskalno okence vnesemo ključno besedo, orodje pa nato generira 100 najustreznejših ključnih besed, vezanih na naš vnos.

Primer vnosa: air fryer recipes

Slika 8: Primer uporabe orodja Keyword Discovery Tool (Keyword Discovery Tool, 2022).

Query: air fryer recipes

Results 1 - 97 of 97

Page: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Search Term	Total
air fryer recipes	7880
best air fryer recipes	421
keto air fryer recipes	342
easy air fryer recipes	243
175 best air fryer recipes	239
healthy air fryer recipes	234
air fryer chicken recipes	233
ninja air fryer recipes	207
vegan air fryer recipes	155
air fryer keto recipes	138
power air fryer recipes	127
recipes for air fryer	126
air fryer breakfast recipes	120
air fryer fish recipes	111
philips air fryer recipes	108
power air fryer oven recipes	103
air fryer recipes chicken	102
air fryer chicken recipes no breading	99
instant pot air fryer recipes	97

- *Keywords everywhere*

Orodje, ki je vredno dodatne omembe je brezplačni 'vtičnik' za brskalnika Firefox in Chrome. Namestitev je enostavna (klik 'namesti'), uporaba pa je možna samo na računalnikih, ne pa tudi na mobilnih napravah. Uporaba je res preprosta, saj se nam ob vsakem vnosu iskalnega niza v brskalnik ob robu ekrana izpišejo sledeči podatki: predlagane sorodne ključne besede predlagane dolge ključne besede (frazе) in tudi ostala iskanja, povezana z našo vneseno ključno besedo.

Dobljene rezultate iskanja lahko preprosto shranimo v Excel tabelo.

Slika 9: Primer uporabe orodja Keywords Everywhere (Google brskalnik, 2022)

The screenshot shows a Google search for "beet and potato gnocchi with spinach recipe". The search results are displayed in a grid format. The first result is "Pan-fried homemade beetroot gnocchi with..." from nmmeyee. The second result is "Beet Gnocchi Recipe by Tasty" with a 4.2 rating and 303 reviews. The third result is "Tricolor Gnocchi" from Tastemade. The Keywords Everywhere extension is overlaid on the right side of the page, showing SEO metrics for the search query and a list of related keywords. The extension also includes a "Find long-tail keywords for this search query" button and a "Detailed breakdown" link.

Metric	Value
SEO Difficulty	47/100
Brand Query	No
Off-Page Difficulty	45/100
On-Page Difficulty	51/100

How these metrics are calculated [Detailed breakdown](#)

Related Keywords [Copy](#) [Export](#)

KEYWORD [Load Metrics \(uses 8 credits\)](#)

- beet gnocchi recipe
- beetroot gnocchi sauce recipe
- beetroot gnocchi vegan
- beetroot gnocchi recipe bbc
- beet gnocchi with pesto
- what to serve with beetroot gnocchi
- roasted beetroot gnocchi
- beet potato gnocchi

Per page: All 1-8 of 8

[Buy credits to view search volumes for keywords above](#)
OR earn free credits using our [referral program](#)

People Also Search For [Copy](#) [Export](#)

KEYWORD [Load Metrics \(uses 6 credits\)](#)

- beet gnocchi recipe
- beetroot gnocchi sauce recipe
- beetroot gnocchi vegan
- beetroot gnocchi recipe bbc

Kako se lotimo analize ključnih besed

Na blogu spletne strani Spletnik.si sem našla strnjen in praktičen zapis o izbiri učinkovitih ključnih besed tako za optimizacijo spletnega mesta, kot tudi za spletno oglasno kampanjo (Spletnik, 2021):

- **Analiza namena iskanja**
Ta korak vedno začnemo z določitvijo svoje ciljne skupine in razmislimo, kaj bi naš kupec vnesel v spletni brskalnik, ko bi želel najti naš izdelek oziroma storitev. Analiza namena nam pomaga ugotoviti katere ključne besede izbrati glede na to, kaj uporabniki sploh iščejo in s kakšnim namenom. Ključne besede se tako delijo na informativne (zbiranje informacij), komercialne (začetek nakupne faze in odločanje) in transakcijske (odločitev o nakupu je že sprejeta).
- **Raziskovanje konkurence**
Enostaven način za analiziranje ključnih besed, ki jih uporabljajo naši konkurenti, je prebiranje vsebine njihovih spletnih strani in ogled naslovov ter meta oznak. Obstajajo tudi plačljiva orodja in digitalne agencij, ki omogočajo kompleksno raziskavo strategij naše konkurence.

- *Uporaba različnih tipov ujemanja*
Pri izbiri ključnih besed za oglase, so v članku spletne strani Spletnik.si priporočili opcijo natančnega ujemanja, saj nam omogoča popoln nadzor nad tem, kaj bodo iskalci našli pri iskanju naših produktov. Druge tipe ujemanja pa svetujejo kot vpogled v ostale variacije ključnih besed, ki jih iskalci vnašajo. Te iskalne nize lahko uporabimo kot ideje za nove kvalitetne ključne besede ali pa jih bomo dodali na seznam negativnih besed.
- *Iskalna uporabniška izkušnja na različnih napravah*
Ker vse več ljudi iskanje izdelkov in storitev najraje opravlja preko pametnih telefonov (ali tablic), se je pomembno prilagoditi z izbiro ključnih besed. Dolžina iskalnih ključnih besed se razlikuje od tistih, ki so vnesene pri brskanju preko namiznega računalnika, poizvedbe preko pametnih telefonov pa pogosto vsebujejo več napačno vpisanih besed. Povečuje pa se tudi trend glasovnega iskanja.
- *Preverjanje in urejanje seznama ključnih besed*
Ker potrošniške navade in algoritmi nenehno spreminjajo in razvijajo, tudi naš seznam ključnih besed ne more ostati stalen. Seznam moramo redno spreminjati, ga dopolnjevati in po potrebi nekoristne besede tudi odstraniti. Zato je analitika učinkovitosti ključnih besed izrednega pomena.

Ključne besede za kulinarične bloge

Kaj je kulinarični blog

Kulinarični blog oziroma 'food blog' je spletni dnevnik ljubiteljev kulinarike, ki gojijo strast do razvijanja receptov, pisanja o hrani, fotografiranja lastnih receptov in hrane nasploh. Za razvijanje kulinaričnega bloga je potrebno veliko časa, znanja in veščin. Vzdrževanje kvalitetnega bloga je pravzaprav vsakodnevno delo, ki hitro preraste v tako imenovan 'full time job'.

Kulinarično bloganje je precej drag hobi, saj so stroški za opremo, hrano, izobraževanje, pripomočke in programsko opremo precej visoki. Povsem normalno in pričakovano je, da začnejo ustvarjalci kulinaričnih blogov iskati priložnosti za zaslužek na različne načine. Velik del njih blog uporabijo kot temelj za ustanovitev lastnega podjetja in si na tak način zgradijo zavidanja vredno kariero.

Pomen ključnih besed za kulinarični blog

Za uspeh je odločilnega pomena dobra strategija digitalnega trženja in komuniciranja. Velik del tega je seveda optimizacija spletne strani, saj uporabniki do naših vsebin večinoma pridejo preko vnašanja ključnih (iskalnih) besed v spletne brskalnice, kot je Google.

Izrednega pomena je upoštevanje dela leta, praznikov s tradicionalnimi jedmi in sezonske hrane. Ljudje namreč iščejo recepte, ki jih želijo pripraviti v času poizvedovanja ali v bližnji prihodnosti. Tako predvidevanje lahko izkoristimo tako, da pripravimo vsebine, ki so v skladu s sezonami kulinaričnega leta in letnih časov (Carroll, 2018).

Če želimo uživati v visokem prometu na naši spletni strani, moramo redno preverjati ključne besede, ki jih uporabniki vnašajo v brskalnik. To so dragoceni podatki, ki nam povedo, kaj ljudje potrebujejo od nas. Blog je v svoji osnovi storitev, za katero je izrednega pomena tržna skladnost. Zato je pomembno za ustvarjanje vsebin (receptov) prilagodimo potrebam bralcev.

Ključne besede kot del SEO strategije kulinaričnega bloga

Ključne besede, uporabljene v blogu, služijo kot element optimizacije spletne strani. Pomembno je, da vemo kje jih moramo vnašati in na kakšen način.

Najprej želim poudariti, da morajo biti uporabljene ključne besede relevantne za našo blagovno znamko, zlahka integrirane v spletne vsebine in ujemajoče z iskanji uporabnikov naših storitev.

Odkar imam blog (od septembra 2021) sem zbirala informacije, brala blog zapise o SEO za food blogerje, se posvetovala s kolegicami in sedaj sem si izbrala uporabo ključnih besed izbrala za temo te seminarske naloge. Vse to, z namenom, da končno uporabo ključnih besed obrnem sebi v prid. Našla sem tudi koristen članek na spletni strani www.bkacontent.com, ki ponuja strnjena navodila, v katerih elementih spletnih vsebin je potrebno vnašanje ključnih besed v namen SEO (Secrist, 2021):

Ključne besede v Meta opisu

V tem elementu spletne optimizacije je pomembno, da glavno ključno besedo uporabimo samo enkrat. Namen meta opisa ni ta, da ga pretirano zapolnimo z naborom ključnih besed. Opis mora biti uporaben, organski in podati realen vpogled v vsebino članka. Idealno je, če na tej točki uspemo uporabiti tudi sekundarno ključno besedo.

Slika 10: Primer ključnih besed v meta opisu (Scent of Canela, 2022).

<https://www.scentofcanela.com> › [blog](#) › [creamy-leek-an...](#) ⋮

Creamy leek and broccoli soup - easy dairy free soup recipe

12 Oct 2021 — Easy **leek** and **broccoli soup** recipe with tips how to make homemade croutons. Perfect for your fall dinner, prepared just in 30 minutes.

Ključne besede v SEO naslovu

SEO naslov je v svoji osnovi podoben in povezan z meta opisom, saj meta opis razloži, kaj lahko posameznik odkrije s klikom na SEO naslov. Ključne besede se zaradi tega prekrivajo.

Slika 11: Primer ključnih besed v SEO opisu (Scent of Canela, 2022)

<https://www.scentofcanela.com> > blog > creamy-leek-an... ⋮

Creamy leek and broccoli soup - easy dairy free soup recipe

12 Oct 2021 — Easy **leek** and **broccoli soup** recipe with tips how to make homemade croutons. Perfect for your fall dinner, prepared just in 30 minutes.

Ključne besede v naslovu članka

Idealna je uporaba glavne ključne besede že v samem naslovu članka, saj jo bo Google skupaj z besedo v meta opisu vzel kot informacijo, o čem smo pisali v celem članku. Izbrana beseda v naslovu služi kot smerokaz, zato moramo biti pazljivi, da Googla ne pošljem na 'sprehod' v napačno smer.

Ključne besede v prvih in zadnjih 200 besedah članka

Izrednega pomena je umestitev primarne ključne besede znotraj prvega stavka ali odstavka članka. Temu sledi uvrstitev sekundarnih ključnih besed v prvih 200 besedah objave, pri tem pa moramo seveda ohraniti kvaliteto napisanega odstavka. Izogibati se moramo stilu pisanja oglasnega besedila, ki lahko v blogu deluje zelo prisiljena ali celo ceneno.

Podobno kot v uvodu, je smiselna uporaba iste primarne ključne besede tudi v zaključku zapisa. Skupaj z uvodom namreč tvorita okvir za jedro spletnega članka. Pametno je uporabiti to primarno ključno besedo v zadnjem odstavku zapisa, ki jo lahko strateško združimo tudi z ustreznim CTA.

Ključne besede skozi jedro članka

Opominjati se moramo, da so ključne besede v prvi vrsti namenjene ljudem, ki berejo besedilo in ne robotom. Glavna merila za izbiro ključnih besed mora biti uporabnost za bralca, ki želi biti informiran, razsvetljen ali pa sproščen ob branju našega bloga. Dobro merilo pri uporabi besed je jasnost ob koncu branja članka in tekoče branje, brez občutka pretiranega pojavljanja fraz.

Ključne besede v H1, H2 in H3

Naslovi in podnaslovi si v člankih glede na pomembnost sledijo po hierarhiji. H1 je najpomembnejši in označuje glavni naslov članka, zato se v vsebini pojavi samo enkrat. Če bi v blog objavi več naslovov označili s H1, bi Google popolnoma zmedli, saj nebi vedel, kaj je glavna tema našega zapisa.

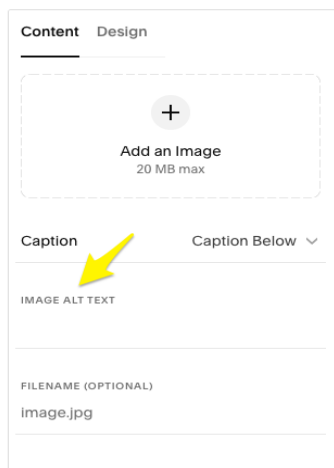
H2 naslovi oziroma podnaslovi so naša priložnost za vstavljanje pomembnih naslovov, ki Googlu pojasnijo kontekst zapisa. H2 naslovi naše jedro vsebine razčlenijo na manjše dele. Uporabno vodilo je uporaba 3-5 H2 na približno 100 besed. S pravilno uporabo besed bomo pojasnili, da hrane ne prodajamo, temveč ponujamo recept z navodili in opisom jedi.

H3 nam pomagajo razčleniti posamezne elemente jedra spletne vsebine na manjše točke. To je dobra priložnost za morebitno ponovitev primarne ključne besede, predvsem pa za dodatne fraze, ki jih želimo dodati v nabor ustreznih ključnih besed.

Ključne besede v slikovnih Alt-oznakah

Slikovno gradivo je ključna sestavina vsake objave na kulinaričnem blogu, saj najbolje opiše in prikaže lastnosti predstavljene jedi. Hkrati so slike izvrstna priložnost za dodajanje ključnih besed na spletno stran. Z ustrezno uporabo ključnih besed za slikovno gradivo si povečamo možnosti zadetka pri slikovnem Google iskanju.

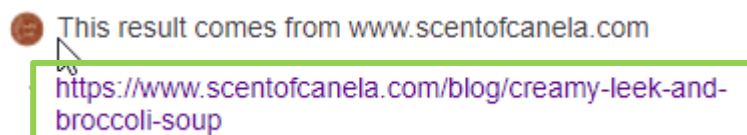
Slika 12: Primer ključnih besed v slikovnih Alt- oznakah (Squarespace, 2022).



Ključne besede v URL naslovu

Idealna je uporaba primarne ključne besede v URL naslovu napisanega članka, saj to močno zaznamuje uvrstitev v prikazovanju zadetkov iskanja.

Slika 13: Primer ključnih besed URL naslovu (Scent of Canela, 2022).



Primer dobre in slabe prakse

Dobra praksa

Zgoraj opisan sistem vnašanja ključnih besed in uporaba orodij za analizo ustreznih izborov je že sam po sebi primer dobre prakse. Temu lahko dodam še sledeče koristne napotke, prebrane v spletnem članku na spletni strani Build wellness blog (Carroll, 2018), ki jih je vredno upoštevati:

- za en članek si glede na dolžino zapisa izberemo 3-8 ključnih besed, ki so uporabljene glede na hierarhijo pomembnosti in učinkovitosti.
- z uporabo ključnih besed ne moremo preseči vrednosti dobre in uporabne vsebine, ki mora biti naš glavni atribut.
- Redno osveževanje in spreminjanje ključnih besed v elementih spletnega članka po predhodni analizi trenutnega rangiranja ključnih besed.
- Uporaba fraz in ključnih besed z dolgim repom za vnašanje opisovanje slik (ALT text).
- Uporaba ključnih besed, ki so optimalne za glasovno iskanje.

Slaba praksa

- Neuporaba ključnih besed nasploh.
- Tretiranje bloga kot osebni dnevnik, v katerega pišemo dolge zgodbe brez namena, da bi bili uporabni in informativni pri svojem pisanju.
- Poseganje po enakih ključnih besedah v veliki večini člankov.
- Pisanje člankov brez priprave in analiziranja ključnih besed.
- Ignoriranje orodij, ki nam omogočajo analizo ključnih besed.
- ponavljanje istih ključnih besed v kratkem besedilnem odstavku.
- Uporaba ključnih besed, ki zvenijo nenaravno in preveč zapleteno.

Zaključek

V seminarski nalogi sem sistematično predstavila raziskovane pojme: ključne besede, digitalno trženje in vlogo ključnih besed v njem. Teoretični del sem jasno uporabila v nadaljevanju naloge, kjer sem predstavila specifično področje ustvarjanja spletnih vsebin za kulinarčne blogge. Tu sem izčrpno prikazala pomen in vlogo ključnih besed, ki so temelj uspeha, saj je naš cilj, da je ravno naša spletna vsebina zadetek iskalnega niza naših uporabnikov.

Svoje cilje iz uvoda naloge lahko v zaključku tudi potrdim. O moji raziskovalni temi se, zaradi novega znanja, zelo rada pogovarjam s prijatelji in kolegi. Ko mi zastavijo vprašanje, kaj sploh so ključne besede v smislu spleta, jim rada odgovorim s preprosto in jedrnato opredelitvijo:

Ključne besede so besede, ki jih uporabniki Googla (in drugih spletnih iskalnikov) vtipkujejo v iskalnik. Z namenom, da jim iskalniki, prikažejo spletne strani oz. spletne vsebine, ki ponujajo odgovor/rešitev, glede na vtipkano besedo. (Zajšek, 2018)

Naučila sem se, da so ključne besede sestavni del vsake objave na blogu, enakovredne receptu in lepim fotografijam. Ves trud je zaman, če spletnim vsebinam ne določamo ključnih besed, saj

so pravzaprav glavno orodje s katerim si ustvarimo obstoj v spletu. SEO je zares neizogibna sestavina vsakega, ki na spletu ponuja svoje izdelke in storitve.

Glede na to, da kulinarični blog in pisanje blog objav spada v vsebinski marketing, je uspeh (vidnost in branost) teh besedil močno odvisna od analize in pravilne uporabe ključnih besed v vseh elementih besedila:

Ključne besede v Meta opisu

- Ključne besede v SEO naslovu
- Ključne besede v naslovu članka
- Ključne besede v prvih in zadnjih 200 besedah članka
- Ključne besede skozi jedro članka
- Ključne besede v H1, H2 in H3
- Ključne besede v slikovnih Alt-oznakah
- Ključne besede v URL naslovu

Načrtovanje pisanja vsebin za mojo spletno stran se torej začne z raziskovanjem ključnih besed. Menim, da mi je naloga dala tudi boljše in globlje razumevanje uporabe ključnih besed za moj blog Scent of Canela. Novo znanje bom zagotovo s pridom izkoristila ter redno spremljala novosti na področju SEO.

Svoj članek bi lahko zagotovo nadaljevala s primerjanjem uspešnosti glede na izbrano orodje za analizo in iskanje ključnih besed. Za to bi si določila obdobje 6 mesecev in primerjala uspeh glede na uporabo predlaganih ključnih besed, ki bi jih predlagalo posamezno orodje. Druga ideja, ki se mi poraja, je primerjava uspeha spletnega besedila od načrtnem izpuščanju vstavljanja ključnih besed v posameznih elementih besedila (na primer neuporaba ključnih besed v slikovnih Alt-oznakah). Primerjala bi lahko uvrstitev blog objav od pravilni uporabi ključnih besed in ob (načrtno) neustrezni uporabi. Za zaključek bi rada podala mnenje, da je članek kratek, jedrnat in zelo uporaben priročnik za popolne začetnike spletne optimizacije spletnih besedil.

Viri in literatura

Carroll Chrissy, SEO for food bloggers: What do you need to know. Dostopno na: https://buildawellnessblog.com/seo-food-blogs/?fbclid=IwAR1_L-zznizRA8tIMPZPKJCnzZhrHvNUhBDEa39XdJpZoGZmE5dzB-HRHh0 (28.1.2022)

Hartshorne David, Keyword Research: The Complete Beginner's Guide. Dostopno na <https://bloggingwizard.com/keyword-research-guide/> (28.1.2022)

Secrist Matt, How to use keywords in your content for SEO. Dostopno na <https://www.bkacontent.com/how-to-use-keywords-in-your-content/> (28.1.2022)

Sorav Jain, Best free keyword research tools for 2021. Dostopno na <https://soravjain.com/free-keyword-research-tools/> (28.1.2022)

SEObook. Dostopno na <http://www.seobook.com/> (28.1.2022)

Kaj vse vključuje digitalni marketing? Svet računalniške tehnologije. Dostopno na <https://dinokomp.si/digitalni-marketing/> (28.1.2022)

Ključne besede: Manj je več? Dostopno na <https://spletnik.si/blog/kljucne-besede/> (28.1.2022)

Keyword discovery tool. Dostopno na <https://www.keyworddiscovery.com/search.html> (28.1.2022)

SEM rush, spletno orodje dostopno na <https://www.semrush.com/> (28.1.2022)

Zajšek Matija, Ključne besede (Kompleten vodič za iskanje in analizo. Dostopno na <https://www.seo-praktik.si/kljucne-besede/> (23.5.2022)

Slika 1: Primer zadetkov za generične ključne besede (Google brskalnik, 2022), dostopno na https://www.google.com/search?q=pancakes+recipe&sxsrf=ALiCzsYvDloucGObSyGF9NFuuLy cyTjVaw%3A1653583419457&ei=O66PYtezG5H7sAewhJ2gAg&ved=0ahUKEwiXvcqizv33AhWRPewKHTBCByQQ4dUDCA4&uact=5&oq=pancakes+recipe&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAMyBQgAEIAEMgIABCABBCHAhaUMgUIABCABDIKCAAQgAQQhwiQFDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDoECCMQJzoECAAQzQzoECC4QzQzoLCC4QgAQQxwEQQM6BQguEJECOGolLhDHARDRAxBDOgUILhCABDoFCAAQkQI6CAguEIAEENQCOCglABAKEMsBOggIABCABBDJAOoECEEYAEoECEYYAFAAWowUYM4aaABwAHgBgAHOAYgB9g2SAQU2LjguMZgBAKABAcABAQ&scient=gws-wiz (29.1. 2022)

Slika 2: Primer zadetkov za sestavljene ključne besede (Google brskalnik, 2022), dostopno na [https://www.google.com/search?q=american+pancake+recipe&sxsrf=ALiCzsY7LsnZEF3ImynaOUnpwPezjWnew%3A1653584401473&ei=EbKPYqTHHL3_7_UP-OOL6Al&ved=0ahUKEwjkk-z20f33AhW9_7sIHfjxAi0Q4dUDCA4&uact=5&oq=american+pancake+recipe&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAMyBggAEB4QBzIGCAAQHhAHMgYIABAEAcYBggAEB4QBzIGCAAQHhAHMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQ6BwgAEecQsAM6BwgAELADEEM6CggAEQOQCELADGAE6DAguEMgDELADEEMYAKoECEEYAEoECEYYAVD0Blj0BmD3CWgBcAF4AIABYogBYpIBATGYAQCgAQHIAQPAAQHAAQYIARABGAnaAQYIARABGAnaAQYIAhABGAg&scient=gws-wiz](https://www.google.com/search?q=american+pancake+recipe&sxsrf=ALiCzsY7LsnZEF3ImynaOUnpwPezjWnew%3A1653584401473&ei=EbKPYqTHHL3_7_UP-OOL6Al&ved=0ahUKEwjkk-z20f33AhW9_7sIHfjxAi0Q4dUDCA4&uact=5&oq=american+pancake+recipe&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAMyBggAEB4QBzIGCAAQHhAHMgYIABAEAcYBggAEB4QBzIGCAAQHhAHMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQ6BwgAEecQsAM6BwgAELADEEM6CggAEQOQCELADGAE6DAguEMgDELADEEMYAKoECEEYAEoECEYYAVD0Blj0BmD3CWgBcAF4AIABYogBYpIBATGYAQCgAQHIAQPAAQHAAQYIARABGAnaAQYIAhABGAg&scient=gws-wiz) (29.1. 2022)

Slika 3: Primer zadetkov za dolge ključne besede (Google brskalnik, 2022), dostopno na https://www.google.com/search?q=fluffy+gluten+and+dairy+free+pancakes+recipe&sxsrf=ALiCzsZ7MQRaiH6UX2q9yOGZRF7MQ61mkw%3A1653584512672&ei=gLKPYufDKiCJ9u8P4JiL0AU&ved=0ahUKEwjng-r0v33AhWAhPOHHWDMAloQ4dUDCA4&uact=5&oq=fluffy+gluten+and+dairy+free+pancakes+recipe&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAM6BwgAEecQsANKBAhBGABKBAhGGABQhgZYhgZg8gtoAXABeACAAXaIAXaSAQMwLjGYAQCgAQHIAQjAAQE&scient=gws-wiz (29.2. 2022)

Slika 4 in 5: Primer uporabe orodja Google Keyword planner (Google Keyword planner, 2022)

Slika 6: Primer uporabe orodja Google Search suggestions (Google Search suggestions, 2022), dostopno na https://www.google.com/search?q=valentines+day+breakfast+recipes&sxsrf=ALiCzsYK_ZwbL7odh1c80tFmPmybJNOuBQ%3A1653583921801&ei=MbCPYtmpMlF07_UPytG-OAE&ved=0ahUKEwiZho-SOP33AhUH57sIHcqDxoQ4dUDCA4&uact=5&oq=valentines+day+breakfast+recipes&gs_lcp

=Cgdnd3Mtd2I6EAMyBAGAEaoyBggAEB4QFjIGCAAQHhAWMggIABAEeEBYQCjIGCAAQHhAWMgYI
ABAEeEBYyBggAEB4QFjIGCAAQHhAWMgYIABAEeEBYyCggAEB4QDxAWEAo6BwgAEecQsAM6CggA
EEcQsAMQyQM6BwgAEMkDEApKBAhBGABKBAhGGABQnwrYvgxgxw1oAXABeACAAXqIAZAGkg
EDMC43mAEAoAEByAEIwAEB&sclient=gws-wiz , (21.2. 2022)

Slika 7: Primer uporabe orodja SEM rush (SEM rush, 2022), dostopno na <https://www.semrush.com/> (28.1.2022)

Slika 8: Primer uporabe orodja Keyword Discovery Tool (Keyword Discovery Tool, 2022), dostopno na <https://www.keyworddiscovery.com/search.html> (28.1.2022)

Slika 9: Primer uporabe orodja Keywords Everywhere (Google brskalnik, 2022), dostopno na https://www.google.com/search?q=beet+and+potato+gnocchi+with+spinach+recipe&sxsrf=ALiCzsZuBVG8-TOi7t4udOPxf_rfzxGOJg%3A1653583689011&ei=Sa-PYr8X-f3v9Q_VnaeQCg&ved=0ahUKEwj_346jz_33AhX5_rsiHdXOCaIQ4dUDCA4&uact=5&oq=beet+and+potato+gnocchi+with+spinach+recipe&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAMyBQghEKABOgcIIXCwAxAnOgcIABBHELADoggIIRAeEBYQHToHCCEQCChCgAUoECEEYAEoECEYYAFDVBfJMDGCMD2gBcAF4AIABqAGIAc4GkgEDMC43mAEAoAEByAEJwAEB&sclient=gws-wiz (23.2. 2022)

Slika 10: Primer ključnih besed v meta opisu (Scent of Canela, 2022), dostopno na <https://www.scentofcanela.com/blog/creamy-leek-and-broccoli-soup>, (21.2. 2022)

Slika 11: Primer ključnih besed v SEO opisu (Scent of Canela, 2022), dostopno na <https://www.scentofcanela.com/blog/creamy-leek-and-broccoli-soup>, (21.2. 2022)

Slika 12: Primer ključnih besed v slikovnih Alt- oznakah (Squarespace, 2022), dostopno na <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/206542357-Adding-alt-text-to-images> (23.2. 2022)

Slika 13: Primer ključnih besed URL naslovu (Scent of Canela, 2022), dostopno na <https://www.scentofcanela.com/blog/creamy-leek-and-broccoli-soup> (21.2. 2022)