



11 טעויות קידום שכדאי להמנע מהן בכל מחיר

דניאל זריהן

העתקה ממתחרים, בניית קישורי זבל והקמת אתר על מערכת שלא מתאימה לקידום הן רק חלק מהטעויות הנפוצות שבעלי אתרים ומקדמים עושים. כדי שהקידום יצליח חשוב להימנע מהטעויות הנפוצות הללו. הרשימה הבאה תעזור לכם לעשות בקרת איכות לתהליך קידום האתר שלכם. אף על פי שקידום אתרים אורגני לא שייך לתחום המדעים המדויקים, ישנן בכל זאת פעולות שיכולות להיחשב באופן חד משמעי כטעויות מזיקות או כאלה שמונעות מהאתר לנצל את מלוא הפוטנציאל שלו. בין אם אתם מקדמים את האתר שלכם בעצמכם ובין אם יש לכם מקדם אתרים מקצועי, תמיד כדאי לבדוק שהטעויות הבאות הן לא חלק מתהליך הקידום של האתר שלכם.

1. לכתוב לגוגל ולא לבני אדם

עם הזמן האלגוריתמים של גוגל מתחילים להבדיל טוב יותר בין תוכן איכותי לתוכן ספאמי שנועד לקדם מילות מפתח ספציפיות. כך למשל, אלגוריתם "פנדה" יעניש את האתר שלכם אם אתם משתמשים הרבה בתוכן משוכפל, דל או לא איכותי. כמו כן, אם אתם משתמשים בתוכנה שיוצרת מאמרים ומשלבת בהם מילות מפתח, אם ריכוז מילות המפתח בתכני האתר גדול מידי ואם התוכן שלכם הוא נחות, חסר ערך ומכוון לגוגל בלבד, זה יכול להבריח גולשים מהאתר שלכם. בנוסף, כל הדברים האלו ימנעו המרות ויעלו את אחוז הנטישה באתר שלכם. **מה כן לעשות:** תכוונו את התוכן לבני אדם קודם כל ורק אחר כך תחשבו על גוגל. בסופו של דבר גוגל רוצים להציג את מה שטוב למשתמשים. העדיפו תמיד תוכן איכותי על פני תוכן קידום אתרים סתמי. לטווח הארוך זה בוודאי ישתלם לכם.



2. להעתיק מאחרים

העתקת תכנים מאחרים יכולה להוביל ל 2 צרות מאוד גדולות:

1. **תביעה משפטית** - העתקת תוכן מאחרים משמעותה הפרת זכויות יוצרים. מי שהעתקתם ממנו יהיה רשאי לתבוע אתכם. לא מעט מקרים מסתיימים בהסכם פשרה בו המעתיק נאלץ לשלם אלפי שקלים על התוכן שגנב. גם אם מדובר בהעתקה של פסקה אחת - זה עלול להוביל אתכם לתביעה.

2. **ירידה במיקומים** - כאמור, גוגל לא אוהבים תוכן כפול. אלגוריתם "פנדה" (בין היתר) נלחם בכך. אם תעלו מאמרים שפורסמו אצל המתחרים שלכם, גוגל יבין מי המקור די מהר וברוב המקרים לא ידרג את התוכן המועתק גבוה במנוע החיפוש. פרט לזה, זה די מעפן להעתיק. איפה המקוריות? מה יבדל אתכם מהמתחרים?

אם בא לכם להרחיב בנושא, בבלוג שלי כתבתי על [תוכן משוכפל ודרכים לאתר אותו](#).

מה כן לעשות: לכתוב תוכן מקורי משלכם (כמובן :) ואם ממש קשה לכם עם זה, תשלמו לכותב מקצועי שיעשה זאת עבורכם. [במאמר הזה](#) הזכרתי 14 דרכים לייצר תוכן לאתר שלכם על בסיס קבוע.



3. לבנות קישורי זבל

במקרה הטוב, הקפדה על כמות ולא איכות יכולה להיחשב כבזבוז זמן - כלומר גוגל פשוט יתעלם מהקישורים הספאמיים. במקרה הרע, כאשר מדובר בבניית קישורי לא טבעית, יכול להיות שתקבלו אזהרה בכלי מנהל האתרים לפני עונש ויכול להיות שתקבלו עונש ללא אזהרה - כלומר ירידה דרסטית במיקומים.

הקפידו על בניית קישורים מאתרים מהתחום שלכם או כאלה שקשורים לנושא שלכם, ובקצב נורמלי (רמז: כנראה שלא ממש הגיוני לאתר חדש שאף אחד לא מכיר לקבל 100 קישורים ביום).

אתרים גרועים יעבירו את ההשפעה השלילית שלהם לאתר שלכם. למעשה מדובר בהכנסת ראש בריא למיטה חולה. תמיד כדאי להעדיף אתרים אמיתיים של בעלי עסקים, או אתרי תוכן איכותיים, אל פני אתרים חסרי ערך שכל מטרתם היא לספק קישורים.

גם אם הציעו לכם "חבילת קישורים במחיר מיוחד" - אל תתפתו, רוב הסיכויים שמדובר בעסקה גרועה שבמקרה הטוב יכולה לא להועיל בכלל (או להועיל לטווח קצר) ובמקרה הרע לעשות נזק לאתר שלכם.

מה כן לעשות: בתכלס, קישורים זה קוץ בתחת. מצד אחד - בהנחיות של גוגל לבעלי אתרים, הם אומרים לא לבנות קישורים בצורה יזומה ומלאכותית, כי זה ספאם, לא טבעי וכו'.

מצד שני, אתרים בתחומים תחרותיים לא יכולים להתקדם בלי קישורים איכותיים והרבה מהם. כל מקדם אתרים מנוסה יגיד לכם את זה.

אז מה עושים? כדי לראות תוצאות באמת, גוגל למעשה "מאלצים" אותנו ליזום קישורים בעצמו (מלבד אלו שנקבל בצורה טבעית כמובן...)



אבל צריך לדעת איך ליזום ואיך לבנות קישורים בצורה איכותית. לא בטוחים איך עושים את זה? תמיד ניתן [להיעזר בשירות](#) של מקדם אתרים מקצועי.

4. להקים אתר על מערכת בעייתית ולא גמישה לצורך SEO

לבחור באתר עם מערכת שלא מתאימה לקידום או מגבילה אותו, זה כמו לבנות בניין על יסודות סדוקים. לפני שאתם פונים לבונה אתרים, פרקטיקה נכונה תהיה להתייעץ עם מקדם אתרים כדי לדעת עם איזה מערכות לא כדאי לעבוד, ובעיקר אם איזה מערכת כן כדאי לעבוד. כמעט כל מקדם אתרים יגיד לכם שוורדפרס (**Wordpress**) זאת המערכת היעילה ביותר לקידום. האמת שזה כנראה נכון. לא רק שמדובר במערכת מאד פופולארית ומבוססת על קוד פתוח, היא גם מאד נוחה, ידידותית ובעלת תוספים רבים שמאפשרים לעשות כל שינוי באתר לצרכי **SEO** ובכלל - מה שהופך אותה לבחירה מס' 1 של רוב מקדמי האתרים בארץ ובעולם. בניגוד לוורדפרס, קיימות בשוק לא מעט מערכות בעיתיות שלא אידיאליות לקידום אורגני. לרוב מדובר במערכות עם מגבלות כאלו ואחרות לא רק בהיבט הטכני של הקידום, אלא גם בדברים אחרים שקשורים לפרסום בגוגל או לפייסבוק, כמו הטמעת פיקסלים, קודי המרה וכו'. **מה כן לעשות:** תהליך בניית אתר צריך להתבצע בראש ובראשונה עם חשיבה על הקידום והשיווק שלו. לכן מומלץ לבנות אתר על מערכת טובה שתאפשר את כל התנאים הבסיסיים לקידום האתר, ורצוי מאד שתהיה גם מערכת מבוססת קוד פתוח ובשליטה הבלעדית שלכם - בעלי האתרים!



5. להחליף אתר בלי לבצע הפניות

הרבה בעלי אתרים מחליטים מידי יום לבנות אתר חדש על חשבון הישן. רבים מהם עושים זאת מבלי לבצע הפניות 301 מהדפים הישנים לחדשים. את גודל הטעות הם מבינים כאשר האתר עף מתוצאות החיפוש מגוגל.

גם אם נשארתי על אותו דומיין אבל עברתי לאתר חדש לגמרי, מבחינת גוגל, מלבד דף הבית, יהיה מדובר באתר חדש לגמרי כי כתובות ה-URL ישתנו. בהתחלה יופיעו תוצאות החיפוש של דפי האתר שלכם כדפי 404 ותוך כמה ימים הם יעופו לגמרי מתוצאות החיפוש. הפניות 301 מהאתר הישן לחדש ישמרו על הקידום שלכם ויגרמו לגוגל להבין שעברתם דירה.

מה כן לעשות: אל תהיו חאפרים. אתם משדרגים אתר? תדברו עם איש מקצוע לפני המעבר.

6. לא לבצע מחקר מילים ממוקד לקהל היעד שלך

להתחיל לקדם אתר מבלי לבצע חקר מילות מפתח זה כמו לצאת לדרך בחושך בלי שום ידע בניווט ולצפות להגיע בקלות ליעד. חשוב מאוד לדעת איך הגולשים מחפשים את העסק שלכם ולגלות מהן המילים הכי נפוצות והמורכבות ביותר לקידום וגם מהן המילים הפחות נפוצות לחיפוש אך כאלה שקל יותר לקדם וליצור תנועת גולשים לאתר.

חקר מילות מפתח זאת פעולה בסיסית שכל מקדם אתרים צריך לעשות בחודש הראשון ולהגיש לכם. מחקר מילות המפתח צריך להיות ממוקד לא רק לפי קהל היעד שלכם אלא גם לפי האזור בו אתם מעוניינים לתת שירות. [לעוד מידע על מחקר מילות מפתח והשגת רעיונות לתוכן.](#)

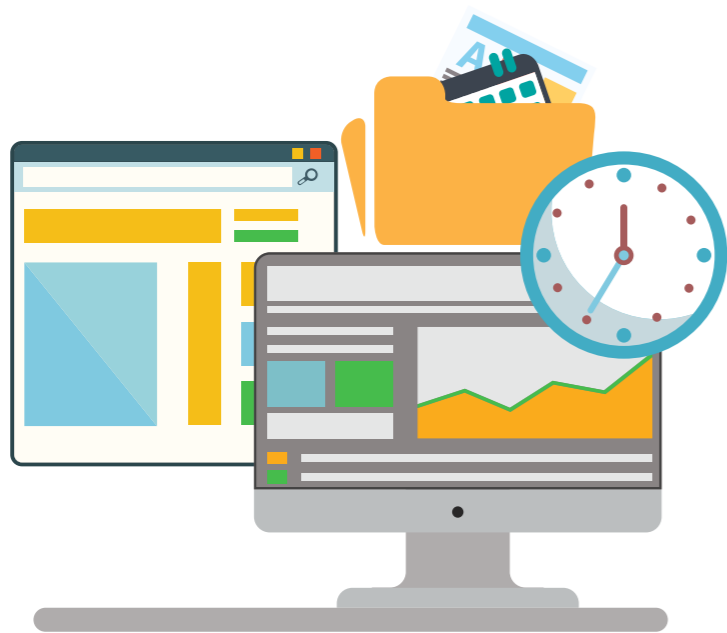


מה כן לעשות: לבנות אתר ולקדם אותו עם יסודות זה אומר להכיר את השוק שלכם (בין היתר) בזירה האורגנית: לדעת מה הוא מחפש וכיצד להגיש לו את התשובות בצורה הטובה ביותר. לכן, יש צורך לבצע מחקר מילות מפתח (שלמעשה לא נגמר לעולם), לייצר אסטרטגיית תוכן חכמה ומגוונת ולייצר לקהל שלכם את מה שהוא רוצה. אם תעשו הכל בצורה טובה, הפניות יגיעו אליכם ובשפע.

7. לא למדוד המרות מהאתר

תאמינו או לא, עדיין יש מקדמי אתרים ובעלי אתרים שלא מחברים את האתר המקודם לגוגל אנליטיקס. מדידת המרות באתר, בין אם מדובר ברכישה או ביצירת קשר טלפוני, הינה חשובה על מנת להבין האם יש בעיות באתר וכיצד אפשר לשפר אותו. זה יכול להתחיל משינוי מילה בטקסט ועד להחלפת כל העיצוב של האתר מכיוון שיכול להיות שהוא לא משדר את המסר הנכון.

מה כן לעשות: מומלץ להתחיל מלהגדיר **Goals** באנליטיקס. גולים הם בעצם יעדים שונים שמבחינתם הם המרה: זה יכול להיות "עמוד תודה" לאחר פנייה מטופס יצירת קשר, הורדה של קובץ, הרשמה לרשימת תפוצה, רכישה של מוצר ועוד.



8. להתעלם מחיפוש לוקאלי

אף על פי שישראל היא מדינה קטנה, קידום לוקאלי צריך להיות חלק חשוב ואפילו מרכזי בקידום אתרים רבים. למשל אם מדובר באתר של מנעולן ובחרתם להתמקד רק במילות מפתח כלליות כמו מנעולן ופורץ מנעולים מבלי לקדם ביטויים שקשורים לערים - מדובר בפספוס גדול מאוד. אנשים רבים משתמשים בביטויים שקשורים לערים כדי למצוא ספקי שירות כמה שיותר קרובים אליהם. כמו כן, חשוב להקים מפה לעסק בגוגל. יש לכך השפעה לא קטנה על הקידום הלוקאלי. המפה יכולה להופיע כתוצאה נוספת.

מה כן לעשות: ככל שזה רלוונטי, השקיעו בנוכחות המקומית של העסק שלכם בחיפוש: הן במחקר המילים והם בהקמת נכסים רלוונטיים כמו עמוד פייסבוק, וכן עמוד גוגל עסקי שתופס נדל"ן משמעותי בתוצאות וחושף את העסק שלכם לעוד מאות ואף אלפי לקוחות פוטנציאליים, היישר מתוצאות החיפוש.

9. לא להגדיר תגיות מטא מניעות לפעולה

בדיוק כמו שלא כותבים תוכן לגוגל במקום למשתמשים, כך לא כדאי להגדיר תגיות מטא. הימנעו מהוספת מילות מפתח מבלי ליצור הנעה לפעולה או מידע שיכול לגרום למשתמש להיכנס לאתר שלכם. כותרות גנריות שלא מניעות לפעולה ולא מושכות את העין של המשתמש תבוא לידי ביטוי באחוז הקלקה נמוך שתוכלו לזהות בקלות בכלי מנהל האתרים. חשוב למצוא דרך לשלב את מילות המפתח בתוספת הנעה לפעולה.

מה כן לעשות: תחשבו כמו קופירייטר וגם כמו גולש ממוצע: אם הייתי רואה את הכותרת והתיאור



האלו בתוצאות של גוגל, האם הייתי לוחץ? התשובה כמובן, צריכה להיות "ברור!"
לא בטוחים איך לכתוב כותרות ותיאורים מנצחים? היעזרו באיש מקצוע.

10. לא להפיץ את התכנים שעולים לאתר

מקפידים לעלות תוכן איכותי לאתר? אתם עושים דבר חשוב מאוד. אבל אם אתם לא מפיצים אותו, עשיתם רק חצי עבודה. הפיצו אותו בדף הפייסבוק העסקי שלכם, בקבוצות פייסבוק רלוונטיות וממוקדות לנושא שכתבתם עליו וגם בניוזלטר שאתם שולחים ללקוחות שלכם מידי פעם. לסיגנלים מרשתות חברתיות יש השפעה על קידום האתר שלכם וכמובן תרומה משמעותית בהפצת התכנים שלכם ולכן קחו זאת בחשבון כשאתם כותבים תוכן.

מה כן לעשות: עם כל הכבוד לגוגל, יש חיים מחוץ למנוע חיפוש: אחד ממקורות הטראפיק הגדולים בעולם הוא כמובן פייסבוק, ואין להזניח את שאר הרשתות החברתיות: לינקדאין, גוגל+, טוויטר, סנאפצ'ט, אינסטגרם ואחרים. חזקו את הנוכחות החברתית שלכם ברשתות הרלוונטיות, ודאגו להפיץ את התכנים שלכם גם שם.



11. לא לבצע קישורים פנימיים

מקדמים ובעלי אתרים רבים נוטים לזלזל בבניית קישורים פנימיים. מצד שני יש כאלה שמגזימים ובונים יותר מידי קישורים פנימיים. הקפידו על בניה איכותית של קישורים. הם עוזרים לגוגל להבין מהם הדפים החשובים ביותר באתר שלכם. זה יסייע לבניית היררכיה נכונה לאתר. כמו כן, תדאגו שהקישורים הפנימיים מספקים ערך מוסף לגולש, כלומר מובילים את הגלישה שלו למקומות שמעשיים את הידע. הקפידו שלכל קישור שאתם בונים יש ערך ומשמעות ולא רק מטרה של קישור על מילות מפתח.

מה כן לעשות: התחילו מלקרוא את המדריך שלי [לקישורים פנימיים](#), זה יעשה לכם סדר. הישבו על הגולשים שלכם והפנו אותם תמיד למקורות רלוונטיים באתר שלכם להעשרת ידע וכן לעודד פניות מהאתר.





אהבתם את המדריך?

אשמח שתשתפו אותו עם חברים וקולגות שלכם (:

אם אתם רוצים לקבל ממני עדכונים שוטפים הינכם מוזמנים לעקוב אחריי
באמצעים הבאים:



וכמובן אתם מוזמנים לבקר באתר שלי (למרות שבטח הגעתם משם,
אז אולי זה דבילי אבל נו מילא!)

Danielzrihen.co.il