Panimulang Gabay sa Pag-optimize ng Search Engine ng Google

Version 1.1, na-publish noong 13 Nobyembre 2008

Maligayang Pagdating sa Panimulang Gabay sa Pag-optimize ng Search Engine ng Google. Unang nagsimula ang dokumentong ito bilang pagsusumikap na makatulong sa mga koponan sa loob ng Google, subalit inisip namin na magiging kapaki-pakinabang din ito sa mga webmaster na bago sa paksa ng pag-optimize ng search engine at hinihiling na mapahusay ang pakikipag-ugnayan ng kanilang site sa mga gumagamit at mga search engine. Bagama't hindi magtuturo sa iyo ng anumang sikreto ang gabay na ito na awtomatikong magraranggo sa iyong site upang manguna sa mga query sa Google (pasensya na!), gagawing mas madali para sa mga search engine ng mga sumusunod na pinakamahusay na kasanayan na nakabalangkas sa ibaba ang pag-crawl at pag-i-index sa iyong nilalaman.

Madalas na tungkol sa paggawa ng maliit na mga pagbabago sa mga bahagi ng iyong website ang pag-optimize ng search engine. Kapag isa-isang tiningnan, maaaring magmistulang paunti-unting pagpapahusay ang mga pagbabagong ito, subalit kapag isinama sa iba pang mga optimization, maaari itong magkaroon ng kapansin-pansing pagbabago sa karanasan ng gumagamit at pagganap sa mga organic na resulta ng paghahanap ng iyong site. Malamang na pamilyar ka na sa karamihan ng mga paksa sa gabay na ito, dahil ang mga ito ay mahahalagang sangkap para sa anumang webpage, subalit maaaring hindi mo nasusulit ang mga ito.

Nakakaapekto lamang sa organic na mga resulta ng paghahanap ang pag-optimize ng search engine, at hindi sa mga bayad o "inisponsorang" mga resulta, gaya ng Google AdWords.

Bagama't naglalaman ang pamagat ng gabay na ito ng mga salitang "search engine", nais naming sabihin na una sa lahat ay dapat mong ibatay ang iyong mga pagpapasya sa pag-optimize sa kung ano ang pinakamahusay para sa mga bisita ng iyong site. Sila ang pangunahing mga tagatangkilik ng iyong nilalaman at gumagamit ng mga search engine upang mahanap ang iyong gawa. Maaaring hindi makapagbigay ng ninanais na mga resulta ang sobrang pagtuon sa tukoy na mga tweak upang makakuha ng pagraranggo sa organic na mga resulta ng mga search engine. Ang pag-optimize ng search engine ay tungkol sa pagpapakita ng pinakamahusay ng iyong site pagdating sa pagiging visible sa mga search engine.

Maaaring makatulong ang isang halimbawa sa aming mga pagpapaliwanag, kaya't lumikha kami ng gawa-gawang website upang sundan sa kabuuan ng gabay na ito. Para sa bawat paksa, naglabas kami ng sapat na impormasyon tungkol sa site upang ipakita ang puntong nasasaklawan. Narito ang ilang background information tungkol sa gagamitin naming site:

- Pangalan ng website/negosyo: "Brandon's Baseball Cards"
- Domain name: brandonsbaseballcards.com
- Pinagtutuonan: Online na bentahan lamang ng baseball card, gabay sa presyo, mga artikulo, at nilalaman na balita
- Sukat: Maliit, ~250 na pahina

Maaaring mas maliit o mas malaki kaysa sa dito ang iyong site at nag-aalok ng naiibang nilalaman, subalit ang mga paksa ng pag-optimize na tinalakay namin sa ibaba ay dapat na nalalapat sa lahat sukat o uri ng mga site.

Sana'y nabigyan ka ng ilang mga sariwang ideya ng aming gabay sa kung paano mapapaganda ang iyong website, at ikatutuwa naming marinig ang iyong mga katanungan, feedback, at mga kwento ng tagumpay sa Google Webmaster Help Forum.

Lumikha ng natatangi at wastong mga pamagat ng pahina

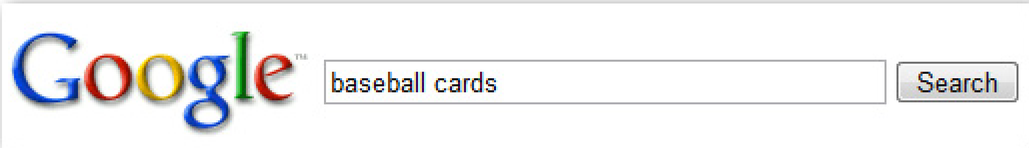
Sinasabi ng tag na pamagat sa mga gumagamit at mga search engine kung ano ang paksa ng partikular na pahina. Dapat na ilagay ang tag ng <title> sa loob ng tag ng <head> ng dokumentong HTML. Kung iisipin, dapat kang lumikha ng natatanging pamagat para sa bawat pahina sa iyong site.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</t
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a lar
</head>
<body>
...
```

Ang pamagat ng homepage para sa aming baseball card site, na naglilista ng pangalan ng negosyo at ng tatlong pangunahing lugar ng pagtuon.

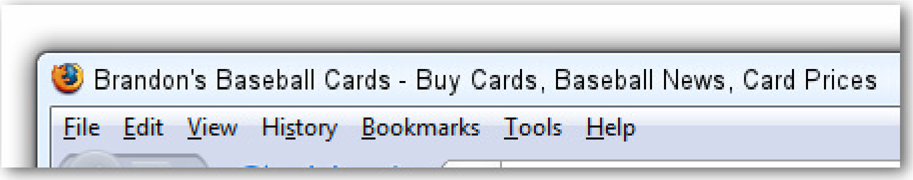
Kung lumilitaw ang iyong dokumento sa pahina ng mga resulta ng paghahanap, karaniwang lilitaw ang mga nilalaman ng tag na pamagat sa unang linya ng mga resulta (Kung hindi ka pamilyar sa iba't ibang mga bahagi ng isang resulta ng paghahanap ng Google, baka gusto mong tingnan ang bahagi ng resulta ng paghahanap na video ng Google engineer na si Matt Cutts, at ito ang kapaki-pakinabang na diagram ng pahina ng paghahanap ng Google.) Naka-bold ang mga salita sa pamagat kung lilitaw ang mga ito sa query ng paghahanap ng gumagamit. Makakatulong ito na malaman ng mga gumagamit kung ang pahina ay may katuturan sa kanilang paghahanap.

Maaaring ilista ng pamagat para sa iyong homepage ang pangalan ng iyong website/negosyo at maaaring samahan ng iba pang piraso ng mahahalagang impormasyon gaya ng pisikal na lokasyon ng negosyo o maaaring ilan sa mga pangunahing pinagtutuonan o mga alok nito.



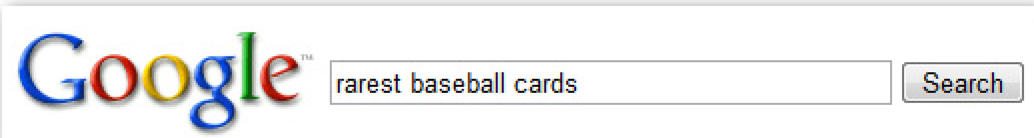
Ginawa ng isang gumagamit ang query na ito [mga baseball card]

Lumilitaw bilang isang resulta ang aming homepage, na nakalista sa unang linya ang pamagat (pansining lilitaw na naka-bold ang mga term ng query na hinanap ng gumagamit)



Kung nag-click ang gumagamit at binisita ang pahina, lilitaw sa tuktok ng browser ang pamagat ng pahina.

Dapat na inilarawan nang wasto ng mga pamagat para sa mga nasa dulong pahina ng iyong site ang pinagtutuonan ng partikular na pahinang iyon at maaari ring kabilangan ng pangalan ng iyong site o negosyo.



Ginawa ng isang gumagamit ang query na ito [pinakabihirang mga baseball card]

Isang may katuturan na pahinang nasa dulohang bahagi (ang pamagat nito ay natatangi sa nilalaman ng pahina) sa aming site ay lilitaw bilang resulta

Mahusay na mga kasanayan para sa mga tag ng pamagat ng pahina

- **Ilarawan nang wasto ang nilalaman ng pahina** - Pumili ng pamagat na maaayos na nagpapahiwatig ng paksa ng nilalaman ng pahina.
  Iwasan ang:
    - pagpili ng pamagat na walang kinalaman sa nilalaman sa pahina
    - paggamit ng default o malawak na mga pamagat gaya ng "Hindi Nilagyan ng Pamagat" o "Bagong Pahina 1"

- **Lumikha ng natatanging mga tag ng pamagat para sa bawat pahina -** Kung iisipin dapat na may natatanging tag ng pamagat ang iyong bawat pahina, na makakatulong sa Google na malaman kung paano naiiba ang pahina sa iba pa sa iyong site.
  Iwasan ang:
    - paggamit ng isang tag ng pamagat sa kabuuan ng mga pahina ng iyong site o malaking bahagi ng mga pahina

- **Gumamit ng maikli, ngunit naglalarawang mga pamagat -** Maaaring maging maikli at nakapagbibigay ng impormasyon ang mga pamagat. Kung masyadong mahaba ang pamagat, ipapakita lamang ng Google ang bahagi nito sa mga resulta ng paghahanap.
  Iwasan ang:
    - paggamit ng napakahabang mga pamagat na hindi nakakatulong sa mga gumagamit
    - paglalagay ng mga hindi kinakailangang keyword sa iyong mga tag ng pamagat

Gumamit ng meta tag na "paglalarawan"

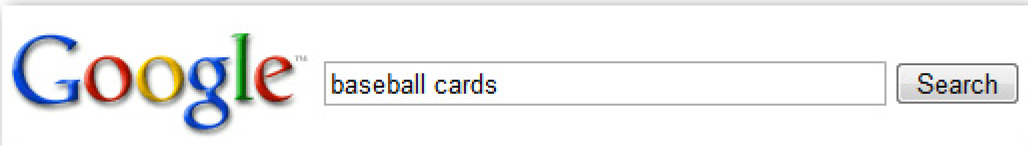
Nagbibigay sa Google at iba pang mga search engine ang meta tag ng paglalarawan ng pahina ng buod ng kung tungkol saan ang pahina. Kung saan maaaring iilang salita o isang parirala ang pamagat ng pahina, maaaring isa o dalawang pangungusap o isang maikling talata ang meta tag ng paglalarawan ng pahina. Nagbibigay ang Google Webmaster Tools ng kapaki-pakinabang na seksiyon ng pagtatasa ng nilalaman na magsasabi sa iyo ng tungkol sa anumang meta tag ng paglalarawan na masyadong maikli, mahaba, o nakopya nang napakaraming beses (ipinapakita rin ang parehong impormasyon para sa mga tag na <title>). Gaya ng tag na <title>, inilalagay ang meta tag ng paglalarawan sa tag na <head> ng iyong dokumentong HTML.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Car
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...
```

Ang simula ng meta tag ng paglalarawan para sa aming homepage, na nagbibigay ng maikling pangkalahatang ideya ng mga inaalok ng site.

Mahalaga ang mga meta tag ng paglalarawan sapagkat maaaring gamitin ng Google ang mga ito bilang mga snippet para sa iyong mga pahina. Pansining "maaari" ang aming sinasabi sapagkat maaaring piliin ng Google na gumamit ng may katuturang seksiyon ng nakikitang teksto ng iyong pahina kung mahusay ang gagawin nitong pagtutugma sa query ng gumagamit. Kung hindi man, maaaring gamitin ng Google ang paglalarawan ng iyong site sa Open Directory Project kung nakalista doon ang iyong site (alamin kung paano pipigilan ang mga search engine sa pagpapakita ng ODP data). Mahusay na kasanayan ang pagdaragdag ng mga meta tag ng paglalarawan sa iyong bawat pahina sakaling hindi makahanap ng mahusay na pagpipilian ng teksto ang Google upang gamitin sa snippet. May post na nagbibigay ng impormasyon ang Webmaster Central Blog sa pagpapahusay ng mga snippet gamit ang mas mahusay na mga meta tag ng paglalarawan.

Lumilitaw ang mga snippet sa ilalim ng pamagat ng pahina at sa ibabaw ng URL ng pahina sa bawat resulta ng paghahanap.

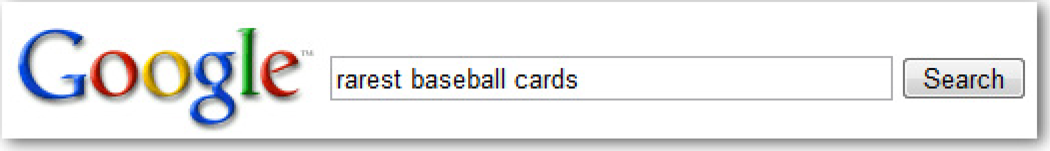


Ginawa ng isang gumagamit ang query na ito [mga baseball card]

Brandon's **Baseball Cards** - Buy **Cards**, **Baseball** News, **Card** Prices
Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...
www.brandons**baseballcards**.com/ - 30k - Cached - Similar pages

Lumilitaw bilang resulta ang aming homepage, na ginamit bilang snippet ang bahagi ng meta tag ng paglalarawan nito

Naka-bold ang mga salita sa snippet kapag lilitaw ang mga ito sa query ng gumagamit. Bibigyan nito ng ideya ang gumagamit kung tumutugma ang nilalaman ng pahina sa kanilang hinahanap. Nasa ibaba ang isa pang halimbawa, na nagpapakita naman ngayon ng isang snippet mula sa isang meta tag ng paglalarawan sa isang pahina sa dulong bahagi (na karaniwang may sarili nitong natatanging meta tag ng paglalarawan) na naglalaman ng artikulo.



Ginawa ng isang gumagamit ang query [pinakabihirang mga baseball card]

Lilitaw bilang resulta, ang isa sa aming mga pahina sa dulong bahagi, nang may natatanging meta tag ng paglalarawan nito na ginamit bilang snippet

Mahusay na mga kasanayan para sa mga meta tag ng paglalarawan

- **Ibuod nang wasto ang nilalaman ng pahina** - Sumulat ng paglalarawan na magbibigay ng impormasyon at pupukaw sa interes ng mga gumagamit kung makita nila ang iyong meta tag ng paglalarawan bilang isang snippet sa isang resulta ng paghahanap.

  Iwasan ang:
  - pagsusulat ng meta tag ng paglalarawan na walang kinalaman sa nilalaman ng pahina
  - paggamit ng mga generic na paglalarawan tulad ng "Ito ay isang webpage" o "Pahina tungkol sa mga baseball card"
  - pagpuno sa paglalarawan ng mga keyword lamang
  - pagkopya at paglalagay ng buong nilalaman ng dokumento sa meta tag ng paglalarawan

- **Gumamit ng natatanging mga paglalarawan para sa bawat pahina -** Nakakatulong sa mga gumagamit at sa Google ang pagkakaroon ng iba't ibang meta tag ng paglalarawan para sa bawat pahina, lalo na sa mga paghahanap kung saan maaaring magpalitaw ng maraming mga pahina ang mga gumagamit sa iyong domain (hal. mga paghahanap gamit ang site: operator). Kung may libo-libo o maging milyun-milyong mga pahina ang iyong site, maaaring hindi posible ang pag-hand-craft ng mga meta tag ng paglalarawan. Sa ganitong pangyayari, maaari kang awtomatikong bumuo ng mga meta tag ng paglalarawan batay sa nilalaman ng bawat pahina.

  Iwasan ang:
  - paggamit ng isang meta tag ng paglalarawan sa kabuuan ng mga pahina ng iyong site o malaking bahagi ng mga pahina

Paghusayin ang balangkas ng iyong mga URL

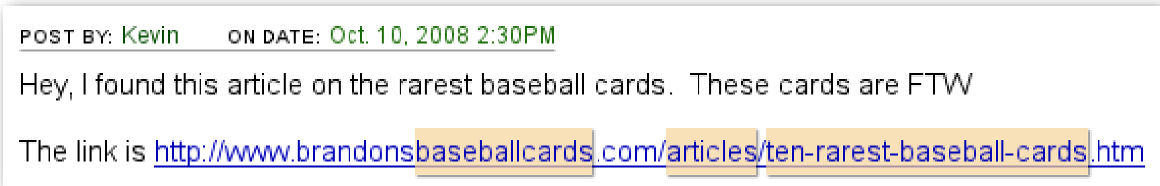
Hindi ka lamang matutulungan ng paglikha ng mga mapaglarawang kategorya at mga filename para sa mga dokumento sa iyong website na panatilihing mas maayos ang iyong site, bagkus maaari rin

itong humantong sa mas mahusay na pag-crawl ng mga search engine sa iyong mga dokumento. Gayundin, maaari ito lumikha ng mas madali at, "madaling maunawaang" mga URL para sa mga gustong mag-link sa iyong nilalaman. Maaaring matakot ang mga bisita sa napakahaba at mahiwagang mga URL na naglalaman ng iilang nakikilalang salita.

Isang URL sa isang pahina sa aming site ng baseball card na kung saan maaaring mahirapan ang isang gumagamit

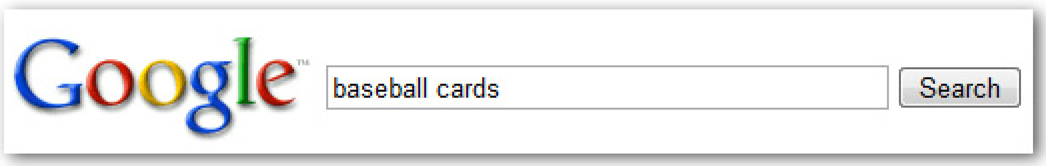
Maaaring maging nakakalito at hindi nakakawili ang mga URL na katulad nito. Mahihirapan ang mga gumagamit na alalahanin o gawan ng link ang URL Gayundin, maaaring maniwala ang mga gumagamit na hindi kinakailangan ang bahagi ng URL, lalo na kung nagpapakita ang URL ng maraming mga parameter na hindi nakikilala. Maaaring may maiwanan silang bahagi, na sisira sa link.

Maaaring i-link ng ilang mga gumagamit ang iyong pahina gamit ang URL ng pahinang iyon bilang anchor na teksto. Kung naglalaman ang iyong URL ng mga may katuturang salita, nagbibigay ito sa mga gumagamit at mga search engine ng higit pang impormasyon tungkol sa pahina kaysa sa maibibigay ng isang ID o parameter na may kakaibang pangalan.

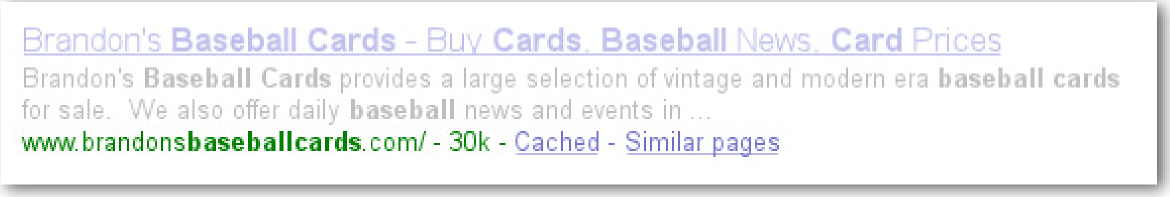


Maaaring maipaalam sa gumagamit o search engine ng mga naka-highlight na salita sa itaas kung tungkol saan ang target na pahina bago pa sundan ang link

Panghuli, tandaan na ipinapakita ang URL sa isang dokumento bilang bahagi ng isang resulta ng paghahanap sa Google, sa ibaba ng pamagat at snippet ng dokumento. Gaya ng pamagat at snippet, lilitaw nang naka-bold ang mga salita sa URL sa resulta ng paghahanap kung lilitaw ang mga ito sa query ng gumagamit.

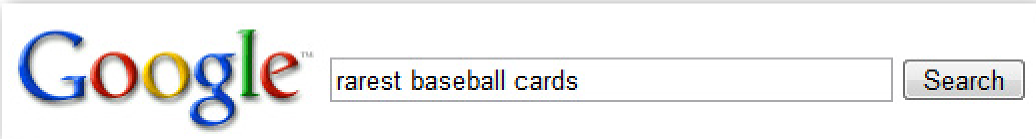


Ginawa ng isang gumagamit ang query na ito [mga baseball card]

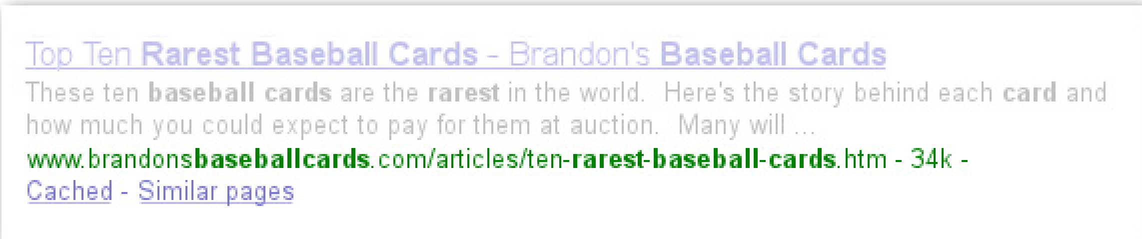


Lilitaw bilang resulta ang aming homepage, nang nakalista sa ilalim ng pamagat at snippet ang URL

Nasa ibaba ang isa pang halimbawa na nagpapakita ng URL sa aming domain para sa isang pahina na naglalaman ng artikulo tungkol sa pinakabihirang mga baseball card. Maaaring makaakit sa gumagamit ng paghahanap ang mga salita sa URL kaysa sa numero ng ID gaya ng "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/".



Ginawa ng isang gumagamit ang query [pinakabihirang mga baseball card]



Lilitaw bilang resulta, ang isang pahina sa dulong bahagi, na may URL na sumasalamin sa uri ng nilalamang makikita dito

Mahusay ang Google sa pag-crawl ng lahat ng uri ng mga balangkas ng URL, maging kumplikado man ang mga ito, subalit makakatulong ang paglalaan ng oras upang gawing simple hangga't maaari ang mga URL para sa mga gumagamit at mga search engine. Sinusubukan itong makamit ng ilang mga webmaster sa pamamagitan ng pag-uulit ng kanilang dynamic na mga URL sa mga static; habang ayos lang ito sa Google, nais naming ipaalam na isa itong advanced na pamamaraan at kung magawa nang mali, ay maaaring magsanhi ng mga problema sa pag-crawl sa iyong site. Upang matuto nang higit pa tungkol sa magandang balangkas ng URL, inirerekumenda namin ang pahinang Webmaster Help Center na ito sa paglikha ng mga URL na Google-friendly.

Mahusay na mga kasanayan para sa balangkas na URL

- **Gumamit ng mga salita sa mga URL -** Mas madali para sa mga bisitang nagna-navigate sa iyong site ang mga URL na may mga salitang nauugnay sa nilalaman at istraktura ng iyong site. Mas natatandaan ang mga ito ng mga bisita at maaaring maging mas naising mag-link sa mga ito.

  Iwasan ang:

- paggamit ng mahahabang mga URL na may mga hindi kinakailangan mga parameter at mga session ID
- pagpili ng generic na mga pangalan ng pahina gaya ng "page1.html"
- paggamit ng labis na mga keyword gaya ng "baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm"

- **Lumikha ng simpleng istraktura ng direktoryo** - Gumamit ng istraktura ng direktoryo na mahusay na nag-aayos ng iyong nilalaman at madali para sa mga bisita upang malaman kung nasaan sila sa iyong site. Subukang gamiting ang iyong istraktura ng direktoryo upang tukuyin ang uri ng nilalaman na natagpuan sa URL.
  Iwasan ang:
    - pagkakaroon ng malalim na pagtutukoy ng mga subdirectory gaya ng ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html"
    - paggamit ng mga pangalan ng direktoryo na walang kinalaman sa mga nilalaman nito

- **Magbigay ng isang bersyon ng isang URL upang maabot ang isang dokumento -** Upang pigilan ang mga gumagamit sa pagli-link sa isang bersyon ng isang URL at iba pang nagli-link sa ibang bersyon (maaari nitong paghatiin ang reputasyon ng nilalamang iyon sa mga URL), tumuon sa paggamit at pag-refer sa isang URL sa istraktura at panloob na pagli-link ng iyong mga pahina. Sakaling malaman mong ina-access ng mga tao ang parehong nilalaman gamit ang maraming mga URL, magandang solusyon ang pagse-set up ng 301 redirect mula sa mga hindi piniling URL sa nangingibabaw na URL.
  Iwasan ang:
    - pagkakaroon ng mga pahina mula sa mga subdomain at ang pag-access ng root directory (hal. "domain.com/page.htm" at "sub.domain.com/page.htm") sa parehong nilalaman.
    - mapagkamali ang www. at di-www. mga bersyon ng mga URL sa iyong panloob na istraktura ng pagli-link
    - paggamit ng kakaibang capitalization ng mga URL (maraming mga gumagamit ang umaasa sa lower-case na mga URL at mas natatandaan ang mga ito)

Gawing mas madaling ma-navigate ang iyong site.

Mahalaga ang navigation ng website sa pagtulong sa mga bisitang mabilis na mahanap ang nilalamang gusto nila. Matutulungan din nitong maunawaan ng mga search engine kung ano ang nilalaman na sa tingin ng webmaster ay mahalaga. Bagama't ibinibigay ang mga resulta ng paghahanap ng Google sa antas ng pahina, nais ring malaman ng Google kung ano ang ginagampanang papel ng pahina sa kabuuan ng site.

Mayroong home o "root" na pahina ang lahat ng site, na karaniwang pinakapinupuntahang pahina sa site at ang simulang lugar ng navigation para sa maraming mga bisita. Maliban kung may iilang pahina lamang ang iyong site, kailangan mong isipin kung paano pupunta ang mga bisita mula sa pangkalahatang pahina (ang iyong root page) tungo sa pahinang naglalaman ng mas tukoy na nilalaman. Mayroon ka bang sapat na mga pahina para sa isang tukoy na paksa na magkakaroon ng kabuluhan na lumikha ng pahina na naglalarawan sa mga nauugnay na mga pahinang ito (hal. root page -> nauugnay na listahan ng paksa -> tukoy na paksa)? Mayroon ka bang daan-daang magkakaibang produkto na kailangang mai-uri sa ilalim ng maraming pahina ng kategorya at subcategory?

```
/
/about/
/articles/
/news/
     /2006/
     /2007/
     /2008/
/price-guides/
     /1900-1949/
     /1950-1999/
     /2000-present/
/shop/
     /modern/
          /autographs/
          /rookie-cards/
          /star-cards/
     /vintage/
          /autographs/
          /hall-of-famer-cards/
```

Ang istraktura ng direktory para sa aming maliit na website sa mga baseball card

Ang sitemap (lower-case) ay isang simpleng pahina sa iyong site na nagpapakita ng istraktura ng iyong website, at karaniwang binubuo ng sunod-sunod na listahan ng mga pahina sa iyong site. Maaaring bisitahin ng mga bisita ang pahinang ito kung nagkakaproblema sila sa paghahanap ng iyong mga pahina sa iyong site. Bagaman pupuntahan din ng mga search engine ang pahinang ito, upang kumuha ng magandang saklaw ng pag-crawl ng mga pahina sa iyong site, pangunahin itong nakatalaga sa mga taong bisita.

Ginagawang mas madali ng isang XML Sitemap (upper-case) na file, na maaari mong isumite sa pamamagitan ng Webmaster Tools ng Google, na matuklasan ng Google ang mga pahina sa iyong site. Ang paggamit ng isang file na Sitemap file ay isa ring paraan (bagaman hindi garantisado) upang maipaalam sa Google kung aling bersyon ng URL ang iyong mas gugustuhin bilang aprubado (hal. http://brandonsbaseballcards.com/ o http://www.brandonsbaseballcards.com/; higit pa tungkol sa ano ang mas ginugustong domain). Tumulong ang Google na malikha ang open source na Sitemap Generator script upang tulungan kang makalikha ng file na Sitemap para sa iyong site. Upang matuto nang higit pa tungkol sa mga Sitemap, nagbibigay ang Webmaster Help Center ng kapaki-pakinabang na gabay sa mga file na Sitemap.

Mahusay na mga kasanayan para sa navigation ng site

- **Lumikha ng pagkakasunod-sunod na may natural na pagdaloy -** Gawing madali hangga't maaari para sa mga gumagamit na pumunta mula sa pangkalahatang nilalaman tungo sa higit na tukoy na nilalaman na gusto nila sa iyong site. Magdagdag ng mga pahina ng navigation kapag may kabuluhan at mabisang ilapat ito sa iyong panloob na istraktura sa pagli-link.

  Iwasan ang:
  - paglikha ng kumplikadong mga web ng mga link sa pag-navigate, hal. pagli-link ng bawat pahina sa iyong site sa lahat ng pahina
  - paglabis sa pagbusisi sa iyong nilalaman (inaabot ng dalawampung click upang maabot ang nilalaman sa dulong bahagi)

- **Gumamit ng teksto nang mas madalas para sa pag-navigate -** Ginagawang mas madali ng pag-control sa karamihan ng pag-navigate mula sa isang pahina tungo sa isa pa sa iyong site sa pamamagitan ng mga link na teksto na ma-crawl at maunawaan ng mga search

engine ang iyong site. Maraming gumagamit ang mas gumugusto dito kaysa sa ibang paraan, lalo na sa ilang mga gamit na maaaring hindi makapagpatakbo ng Flash o JavaScript.

Iwasan ang:

- pagkakaroon ng navigation na batay lamang sa mga drop-down menu, imahe, o mga animation (marami, subalit hindi lahat, sa mga search engine ang nakakatuklas ng mga naturang link sa isang site, subalit kung kayang maabot ng gumagamit ang lahat ng mga pahina sa isang site sa pamamagitan ng normal na mga link ng teksto, mapapabuti nito ang pagiging madaling ma-access ng iyong site; higit pa tungkol sa paano hinaharap ng Google ang mga file na hindi teksto)

- **Gumamit ng "breadcrumb"navigation** - Ang breadcrumb ay isang hilera ng mga panloob na link sa tuktok o ibaba ng pahina na nagbibigay daan upang mabilis na makapag-navigate pabalik ang mga bisita sa nakaraang seksiyon o sa root page. Maraming mga breadcrumb ang may pinakamaraming pangkalahatang pahina (karaniwan ang root page) bilang ang una, at pinakakaliwang link at naglilista ng higit na tukoy na mga seksiyon sa kanan.

Mga link na breadcrumb na lumilitaw sa artikulo sa mas dulong bahagi ng pahina sa aming site

- **Maglagay ng isang HTML sitemap page sa iyong site, at gumamit ng XML Sitemap na file** - Maaaring maging kapaki-pakinabang ng isang simpleng pahinang sitemap na may mga link sa lahat ng mga pahina o sa pinakamahahalagang mga pahina (kung mayroon kang daan-daan o libo-libo) sa iyong site. Nakakatulong ang paglikha ng XML Sitemap na file para sa iyong site na matiyak na matutuklasan ng mga search engine ang mga pahina sa iyong site.

Iwasan ang:

- mahayaang mawala sa panahon ang iyong HTML sitemap na pahina dahil sa mga broken link
- paglikha ng HTML sitemap na naglilista lamang ng mga pahina nang hindi inaayos ang mga ito, halimbawa ayon sa paksa

- **Isaalang-alang kung anong mangyayari kapag inalis ng gumagamit ang bahagi ng iyong URL** - Maaaring i-navigate ng mga gumagamit ang iyong site sa kakaibang mga paraan, at dapat mo itong paghandaan. Halimbawa, sa halip na gamitin ang mga link na breadcrumb sa pahina, maaaring maiwanan ng gumagamit ang bahagi ng URL sa pag-asang makahanap ng mas pangkalahatang nilalaman. Maaaring siya ay bumibisita sa http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm, subalit ipinasok ang http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/ sa address bar ng browser, sa paniniwalang maglalabas ito ng lahat ng mga balita mula 2008. Handa ba ang iyong site na magpakita ng nilalaman sa pangyayaring ito o bibigyan nito ang gumagamit ng 404 ("hindi natagpuan ang pahina" na error)? Ano kaya kung i-angat nang isang antas ng direktoryo sa http://www.brandonsbaseballcards.com/news/?

- **Magkaroon ng kapaki-pakinabang na 404 na pahina** - Pana-panahong pupunta ang mga gumagamit sa isang pahina na hindi umiiral sa iyong site, maaaring sa pamamagitan ng

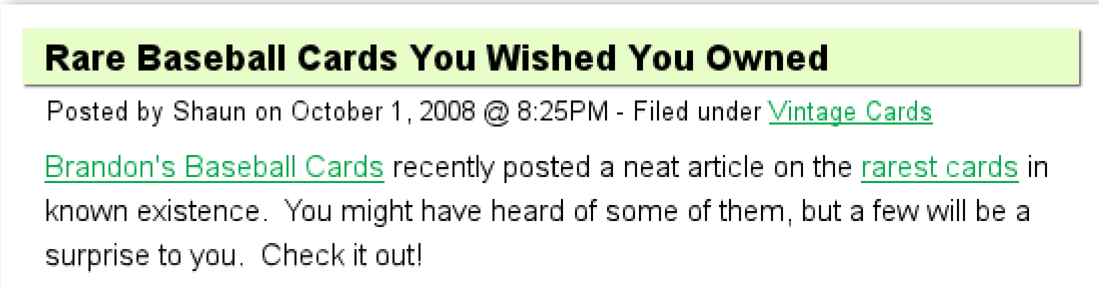
pagsunod sa isang broken link o pagta-type ng maling URL. Maaaring mapabuti nang husto ng pagkakaroon ng custom 404 na pahina na maayos na gumagabay sa mga gumagamit pabalik sa gumaganang pahina sa iyong site ang karanasang ng gumagamit. Siguro'y dapat na magkaroon ang iyong 404 na pahina ng link pabalik sa iyong root page at maaari ring magbigay ng mga link sa sikat o may kinalamang nilalaman sa iyong site. Nagbibigay ang Google ng 404 widget na maaari mong i-embed sa iyong 404 na pahina upang awtomatikong malagyan ito ng maraming kapaki-pakinabang na mga tampok. Maaari mo ring gamitin ang mga Google Webmaster Tool upang mahanap ang mga pinagkunan ng mga URL na nagdudulot ng "hindi natagpuan" na error.

Iwasan ang:

- mahayaang ma-index ng mga search engine ang iyong mga 404 na pahina (tiyaking naka-configure ang iyong webserver upang makapagbigay ng 404 HTTP status code kapag hiniling ang mga hindi umiiral na pahina)
- pagbibigay lamang ng isang malawak na mensahe gaya ng "Hindi natagpuan", "404", o wala talagang 404 na pahina
- paggamit ng disenyo para sa iyong mga 404 na pahina na hindi kaparehas ng iba pa sa iyong site

Mag-alok ng dekalidad na nilalaman at mga serbisyo

Ang paglikha ng mapanghikayat at kapaki-pakinabang na nilalaman ay malamang na makakaimpluwensya sa iyong website nang higit pa sa ibang kadahilanang tinalakay dito. Alam ng mga gumagamit kung ano ang magandang nilalaman at malamang na gustuhing magdirekta ng iba pang gumagamit dito. Ito ay maaaring sa pamamagitan ng mga blog post, social media service, email, forum, o iba pang mga paraan. Ang organic o pagkukwento ay ang nakakatulong sa pagbuo ng reputasyon ng iyong site sa mga gumagamit at sa Google, at bihira itong nangyayari nang walang dekalidad na nilalaman.



Matatagpuan ng isang blogger ang kapiraso ng iyong nilalaman, magugustuhan ito, at pagkatapos ay gagawin itong sangguniah sa isang blog post

Habang tungkol sa anumang paksa ang nilalamang iyong lilikhain, narito ang ilang inirerekumindang pinakamahusay na kasanayan:

Mahusay na mga kasanayan para sa nilalaman

- **Sumulat ng madaling basahing teksto** - Natutuwa ang mga gumagamit sa nilalaman na mahusay na naisulat at madaling sundan.

  Iwasan ang:

  - pagsusulat ng basta-bastang teksto na may maraming maling pagbabaybay at grammar

- pag-i-embed ng mga teksto sa mga imahe para sa nilalamang pang-teksto (maaaring gustong kopyahin at ilagay ng mga gumagamit ang teksto at hindi ito mababasa ng mga search engine)

- **Manatiling organisado sa paksa**- Palaging mayroong mapapala ang pag-aayos ng iyong nilalaman upang malaman ng mga gumagamit kung saan nagsisimula at kung saan nagtatapos ang isang paksa ng nilalaman Nakakatulong sa mga gumagamit ang paghahati ng iyong nilalaman sa makabuluhang mga bahagi o mga dibisyon upang matagpuan nila ang gusto nilang nilalaman nang mas mabilis.

  Iwasan ang:

    - pagtatambak ng napakaraming mga teksto sa iba't ibang mga paksa sa isang pahinang walang talata, subheading, o paghihiwalay ng layout

- **Gumamit ng may katuturang wika**- Isipin ang mga salita na maaaring hanapin ng gumagamit upang matagpuan ang piraso ng iyong nilalaman. Maaaring gumamit ng ibang mga keyword ang mga gumagamit na maraming alam tungkol sa paksa sa kanilang mga query sa paghahanap kaysa sa taong bago lamang sa paksa. Halimbawa, maaaring maghanap ang isang matagal nang tagahanga ng baseball ng [nlcs], isang acronym para sa National League Championship Series, habang ang isang bagong tagahanga ay maaaring gumamit ng mas karaniwang query gaya ng [baseball playoffs]. Ang paghihintay sa mga pagkakaibang ito sa gawi sa paghahanap at ang pagsasaalang-alang sa mga ito habang isinusulat ang iyong nilalaman (gamit ang mainam na pagsasama-sama ng mga keyword na parirala) ay maaaring magbunga ng mga positibong resulta. Nagbibigay ang Google AdWords ng madaling magamit na Keyword Tool na tumutulong sa iyong makatuklas ng mga bagong variation ng keyword at makita ang tinatayang dami ng paghahanap para sa bawat keyword. Gayundin, ibinibigay sa iyo ng Google Webmaster Tools ang nangungunang mga query sa paghahanap na nilalabasan ng iyong site at ang ilang nagdadala sa karamihan sa mga gumagamit papunta sa iyong site.

- **Lumikha ng bago, natatanging nilalaman** - Hindi lang papabalik-balikin ng bagong nilalaman ang iyong dati nang kalipunan ng bisita, ngunit magpapasok din ng mga bagong bisita.

  Iwasan ang:

    - pagsusulat muli (maging ang pagkopya) ng umiiral nang nilalamang nagdudulot ng bahagyang karagdagang halaga sa mga gumagamit
    - pagkakaroon ng nauulit o halos nauulit na mga bersyon ng iyong nilalaman sa kabuuan ng iyong site (higit pa tungkol sa nauulit na nilalaman)

- **Mag-alok ng eksklusibong nilalaman o mga serbisyo** - Isaalang-alang ang paglikha ng bago, kapaki-pakinabang na serbisyong hindi inaalok ng ibang site. Maaari ka ring sumulat ng orihinal na artikulo ng pananaliksik, magbahagi ng kapana-panabik na balita, o palakasin ang iyong katangi-tanging kalipunan ng gumagamit. Maaaring walang mapagkukunan o kasanayan ang ibang mga site upang gawin ang mga bagay na ito.

- **Lumikha ng nilalamang para lamang sa iyong mga gumagamit, hindi sa mga search engine** - Ang pagdedesenyo ng iyong site batay sa mga pangangailangan ng iyong mga bisita habang tinitiyak na madaling ma-access ng mga search engine ang iyong site ay kadalasang nagbubunga ng mga positibong resulta.

  Iwasan ang:

    - pagsisingit ng maraming hindi kinakailangang mga keyword na nakatuon sa mga search engine ngunit nakakairita o walang saysay sa mga gumagamit

- pagkakaroon ng kumpol ng mga tekstong gaya ng "ginamit ang madalas na maling spelling upang marating ang pahinang ito" na nagdaragdag ng kaunting halaga para sa mga gumagamit
- mapanlinlang na [pagtatago ng teksto mula sa mga gumagamit](), ngunit ipinapakita ito sa mga search engine

Sumulat ng mas mainam na anchor text

Ang anchor text ay ang tekstong maaaring i-click na makikita ng mga gumagamit bilang resulta ng isang link at nakalagay sa loob ng anchor tag .

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-
baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

Tumpak na inilalarawan ng anchor text na ito ang nilalaman ng isa sa aming mga pahina ng artikulo

Nagsasabi ang tekstong ito sa mga gumagamit at sa Google ng ilang bagay tungkol sa pahinang iyong nili-link. Maaaring panloob ang mga link sa iyong pahina—tumuturo sa iba pang mga pahina sa iyong site—o panlabas—humahantong sa nilalaman ng ibang mga site. Alinman sa mga pagkakataong ito, kapag mas mahusay ang iyong anchor text, mas madali para sa mga gumagamit na mag-navigate at maunawaan ng Google kung tungkol saan ang pahinang iyong nili-link.

Maiinam na mga kasanayan para sa anchor text

- **Pumili ng naglalarawang teksto** - Ang anchor text na ginamit mo para sa isang link ay dapat na magbigay kahit paano ng pangunahing ideya kung tungkol saan ang pahinang ni-link.

  Iwasan ang:
  - pagsusulat ng generic na anchor text na gaya ng "pahina", "artikulo", o "mag-click dito"
  - paggamit ng tekstong taliwas sa paksa o walang kinalaman sa nilalaman ng pahinang ni-link.
  - paggamit ng URL ng pahina bilang anchor text sa karamihang mga pagkakataon (bagama't may tunay na lehitimong mga gamit nito, gaya ng pagtataguyod o pagpapatungkol sa address ng bagong website)

- **Sumulat ng maiksing teksto** - Gumamit ng maiksi ngunit naglalarawang teksto—kadalasan ay ilang mga salita o maikling parirala.

  Iwasan ang:
  - pagsusulat ng mahabang anchor text, gaya ng mahabang pangungusap o maikling talata ng teksto

- **Mag-format ng mga link upang madali silang makita -** Gawing madali para sa mga gumagamit na matukoy ang regular na teksto at ang anchor text ng iyong mga link. Magiging hindi masyadong kapaki-pakinabang ang iyong nilalaman kung nalagpasan ng mga gumagamit ang mga link o na-click ang mga ito nang hindi sinasadya.

Iwasan ang:

- paggamit ng CSS or ng pag-estilo ng teksto na pinagmumukhang regular na teksto lamang ang mga link

- **Isaalang-alang ang anchor text para rin sa mga panloob na teksto -** Maaaring isinasaalang-alang mo ang pagli-link sa paraang pagpapatuon sa ibang mga website, ngunit ang pagbibigay ng higit na pansin sa anchor text na ginamit para sa mga panloob na link ay makakatulong sa mga gumagamit at sa Google na mas mahusay na ma-navigate ang iyong site.

  Iwasan ang:

  - paggamit ng labis na pinunuan ng keyword o mahabang anchor text para lamang sa mga search engine
  - paglikha ng mga hindi kinakailangang mga link na hindi tumutulong sa pag-navigate ng mga gumagamit sa site

Gumamit ng mga tag na heading nang naaangkop

Ginagamit ang mga tag na heading (hindi dapat mapagkamalian sa <head> HTML tag o mga HTTP header) upang ilahad sa mga gumagamit ang balangkas sa pahina. May anim na mga sukat ng mga tag na heading, nagsisimula sa <h1>, ang pinakamahalaga, at nagtatapos sa <h6>, ang pinakamababa ang kahalagahan.

```
</head>

<body>

<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>

<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>

<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprise
dollars worth of vintage baseball cards in the barn.  The cards were
in newspapers and were thought to be in near-mint condition.  After
the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

Sa pahinang naglalaman ng balita, maaari naming ilagay ang pangalan ng aming site sa tag na <h1> at ang paksa ng balita sa <h2> na tag

Dahil sa karaniwang mas pinapalaki ng mga tag na heading ang tekstong napapaloob sa mga ito kaysa sa normal na teksto sa pahina, ito ay biswal na pahiwatig sa mga gumagamit na ang tekstong ito ay mahalaga at makakatulong sa kanilang maunawaan ang ilang bagay tungkol sa uri ng nilalaman sa ilalim ng teksto ng heading. Gumamit ng maramihang mga sukat ng heading upang lumikha ng sunud-sunod na istruktura para sa iyong nilalaman, na siyang nagpapadali para sa mga gumagamit na ma-navigate nang lubos ang iyong dokumento.

Mahusay na mga kasanayan para sa mga tag na heading

- **Isiping nagsusulat ka ng balangkas** - Kagaya ng pagsusulat ng balangkas para sa malaking pahayagan, pag-isipang mabuti kung ano ang magiging pangunahing mga punto at pangalawang punto ng nilalaman ng pahina at magpasya kung saan gagamitin nang naaangkop ang mga tag na heading.

Iwasan ang:

- paglalagay ng teksto sa mga tag na heading na hindi makakatulong sa pagtukoy ng istruktura ng pahina
- paggamit ng mga tag na heading kung saan ang mga tag na gaya ng <em> at <strong> ay maaaring mas naaangkop
- pagpapali-palit mula sa isang sukat ng tag na heading sa isa pa

- **Gumamit ng mga heading nang maluwag sa kabuuan ng pahina - I** Gumamit ng mga tag na heading kung saan ito may kabuluhan. Ang pagkakaroon ng masyadong maraming mga tag na heading sa isang pahina ay maaaring gawing mas mahirap para sa mga gumagamit na mapasadahan ang nilalaman at matukoy kung saan nagtatapos ang isang paksa at nagsisimula ang isa pa.

  Iwasan ang:

  - labis na paggamit ng mga tag sa kabuuan ng pahina
  - paglalagay ng lahat ng teksto ng pahina sa tag na heading
  - paglalagay ng mga tag na heading para lamang sa pag-estilo ng tag at hindi para sa paglalahad ng istruktura

Pag-optimize ng iyong paggamit ng mga imahe

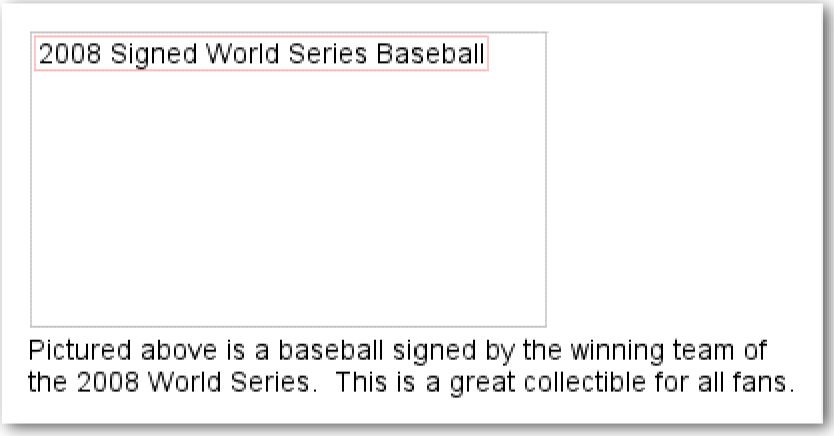
Maaaring tila diretsahang bahagi ng iyong site ang mga imahe, ngunit maaari mong i-optimize ang paggamit mo sa mga ito. Maaaring magkaroon ang lahat ng mga imahe ng natatanging filename at katangiang "alt", na pareho mong dapat na pakinabangan.

Hinahayaan ka ng katangiang "alt" na tumukoy ng alternatibong teksto para sa imahe kung hindi ito maaaring ipakita para sa ilang kadahilanan.

```
<img src="http://www.brandonsbaseballcards.com/img/2008-world-series-
 baseball.jpg" alt="2008 Signed World Series Baseball" />
```

Ang aming tekstong alt dito ay maiksi ngunit tumpak na paglalarawan ng imahe

Bakit gagamitin ang katangiang ito? Kung tinitingnan ng isang gumagamit ang iyong site sa browser na hindi sumusuporta ng mga imahe, o gumagamit ng alternatibong mga teknolohiya, gaya ng screen reader, magbibigay ng impormasyon tungkol sa larawan ang mga nilalaman ng katangiang alt.



Hindi ipinakita sa gumagamit ang aming imahe para sa ilang kadahilanan, ngunit kahit paano ay naipakita ang teksto ng alt

Isa pang kadahilanan ay kung gumagamit ka ng imahe bilang link, ang teksto ng alt para sa imaheng iyon ay ituturing nang katulad sa anchor text ng link na teksto. Gayunpaman, hindi namin inirerekumenda ang paggamit ng masyadong maraming mga imahe sa pag-navigate ng iyong site kung maaari namang gampanan ng mga link na teksto ang kaparehong layunin. Panghuli, pinapadali ng pag-optimize ng mga filename ng iyong imahe at teksto ng alt para sa mga proyektong paghahanap ng imaheng gaya ng [Google Image Search] na mas mabuting maunawaan ang iyong mga imahe.

Mahuhusay na mga kasanayan para sa mga imahe

- **Gumamit ng maikli, naglalarawang mga filename at teksto ng alt** - Gaya ng marami sa ibang mga bahagi ng pahinang naka-target para sa pag-optimize, pinakamainam ang mga filename at teksto ng alt (para sa mga ASCII language) kapag maikli ang mga ito, ngunit naglalarawan.
  Iwasan ang:
  - paggamit ng generic na mga filename gaya ng "image1.jpg", "pic.gif", hangga't maaari (maaaring isaalang-alang ng ilang mga site na may libu-libong mga imahe na gawing awtomatiko ang pagpapangalan ng mga imahe)
  - pagsulat ng labis na mahabang mga filename
  - pagsisiksik ng mga keyword sa teksto ng alt o pagkopya at paglalagay ng buong mga pangungusap

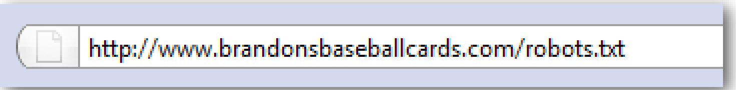
- **Maglagay ng teksto ng alt kapag gumagamit ng mga imahe bilang mga link** - Kung nagpasya kang gumamit ng imahe bilang link, ang pagpupunan sa teksto ng alt nito ay makakatulong sa Google na higit pang maunawaan ang tungkol sa pahinang iyong nili-link. Isiping nagsusulat ka ng anchor text para sa link na teksto.
  Iwasan ang:
  - pagsusulat ng labis na mahabang teksto ng alt na maaaring maituring na pang-spam
  - paggamit lamang ng mga link na imahe para sa pag-navigate ng iyong site

- **Iimbak ang mga imahe sa sariling direktoryo ng mga ito** - Sa halip na nakakalat ang mga imaheng file sa maraming mga direktoryo at sub-direktoryo sa kabuuan ng iyong domain, isaalang-alang ang pagsasama-sama ng iyong mga imahe sa iisang direktoryo (hal. brandonsbaseballcards.com/images/). Pinapasimple nito ang path papunta sa iyong mga imahe.

- **Gumamit ng karaniwang sinusuportahang mga uri ng file** - Sinusuportahan ng karamihang mga browser ang mga format ng imahe na JPEG, GIF, PNG, at BMP.Maganda ring ideyang itugma ang extension ng iyong filename sa uri ng file.

Gamitin nang mabisa ang robots.txt

Sinasabihan ng "robots.txt" site ang mga search engine kung maaaring i-access ng mga ito at samakatwid ay i-crawl ang mga bahagi ng iyong site. Ang file na ito, na dapat na pinangalanang "robots.txt", ay nakalagay sa root directory ng iyong site.



Ang address ng aming file na robots.txt

```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

*Ang lahat ng masunuring mga bot ng search engine (ipinapahiwatig ng simbolong wildcard *) ay hindi dapat i-access at i-crawl ang nilalaman sa ilalim ng /images/ o anumang URL na ang path ay nagsisimula sa /search*

Maaaring hindi mo nais na ma-crawl ang ilang mga pahina ng iyong site dahil maaaring hindi kapaki-pakinabang ang mga ito sa mga gumagamit kung matagpuan sa mga resulta ng paghahanap ng isang search engine. Kung hindi mo nais na pigilin ang mga search engine sa pag-crawl ng iyong ma pahina, may madaling gamiting tagabuo ng robots.txt ang Google Webmaster Tools na tutulong sa iyo upang likhain ang file na ito. Tandaang kung ang iyong site ay gumagamit ng mga subdomain at nais mong hindi ma-crawl ang ilang mga pahina sa isang partikular na subdomain, kailangan mong lumikha ng hiwalay na file na robot.txt para sa subdomain na iyon. Para sa higit pang impormasyon tungkol sa robots.txt, iminumungkahi namin ang gabay na ito ng Webmaster Help Center tungkol sa paggamit ng mga file na robots.txt

Maraming ibang mga paraan upang mapigilan ang paglitaw ng nilalaman sa mga resulta ng paghahanap, gaya ng pagdaragda ng "NOINDEX" sa iyong meta tag na robots, paggamit ng .htaccess upang maprotektahan ang password ng mga direktoryo, at paggamit ng Google Webmaster Tools upang alisin ang nilalaman na na-crawl na. Inisa-isa ni Google engineer Matt Curtis ang babala ng bawat paraas sa paghaharang ng URL sa isang nakakatulong na video.

Mahuhusay na mga kasanayan para sa robots.txt

- **Gumamit ng mas ligtas na mga pamamaraan para sa sensitibong nilalaman** - Hindi ka dapat maging kampante sa paggamit ng robots.txt upang humarang ng sensitibo o kumpidensyal na materyla. Isang kadahilanan ay maaari pa ring patungkulan ng mga search engine ang mga URL na iyong hinarangan (ipinapakita lamang ang URL, walang pamagat o

snippet) kung nagkataong may mga link sa mga URL na iyon sa isang lugar sa Internet (gaya ng mga log ng nag-refer). Gayundin, ang mga hindi masunurin o pasaway na mga search engine na hindi kinikilala ang Robots Exclusion Standard ay maaaring suwayin ang mga tagubilin ng iyong robots.txt. Panghuli, maaaring siyasatin ng isang mausisang gumagamit ang mga direktoryo at subdirektoryo ng iyong file na robots.txt at hulaan ang URL ng nilalamang hindi mo nais na maipakita. Ang pag-encrypt ng nilalaman o pagprotekta gamit ang password sa pamamagitan ng .htaccess ay ang mas ligtas na mga alternatibo.

Iwasan ang:

- pagpapahintulot sa mga pahinang mala-resulta ng paghahanap na ma-crawl (hindi gusto ng mga gumagamit ang pag-alis sa isang pahina ng resulta ng paghahanap at pagbagsak sa isa pang pahina ng resulta ng paghahanap na hindi nagdaragdag ng makabuluhang halaga para sa kanila)
- pagpapahintulot sa malaking bilang ng awtomatikong binuong mga pahinang may kapareho o bahagya lamang na naiibang nilalaman upang ma-crawl: "Dapat ba talagang ang 100,00 halos nauulit na mga pahina ay nasa index ng search engine?"
- pagpapahintulot sa paglikha ng mga URL bilang resulta ng mga serbisyong proxy upang ma-crawl.

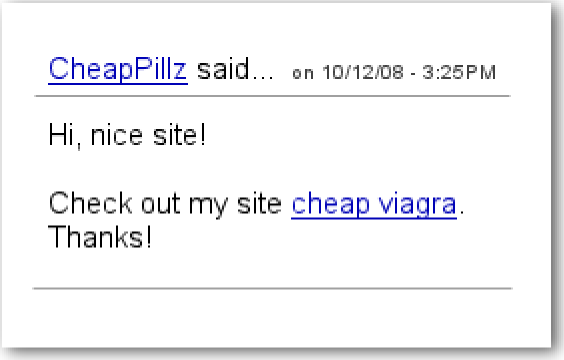
Maging mulat sa rel="nofollow" para sa mga link

Ang pagtatakda ng halaga ng katangiang "rel" ng isang link sa "nofollow" ay magpapaalam sa Google na may ilang mga link sa iyong site na hindi dapat sundan o ipasa ang reputasyon ng iyong pahina sa mga pahinang naka-link dito. Ang pag-nofollow ng link ay ang pagdaragdag ng rel="nofollow" sa loob ng anchor tag ng link.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

Kung nag-link ka sa site na hindi mo pinagkakatiwalaan at hindi mo nais pasahan ng reputasyon ng iyong site, gamitin ang nofollow

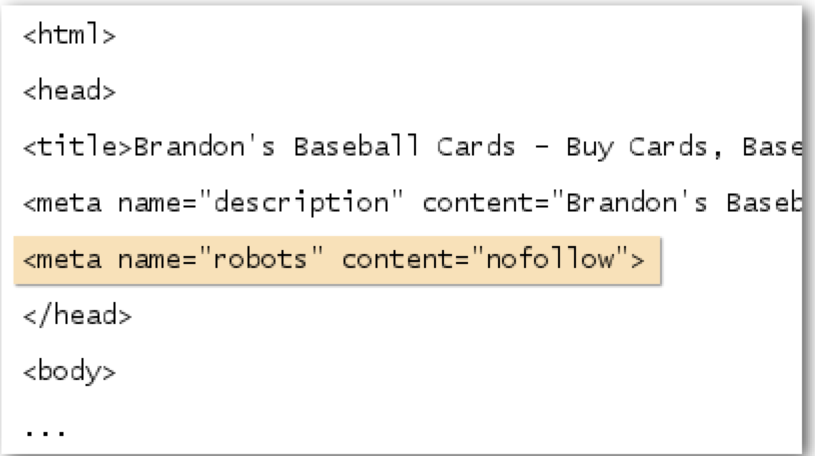
Kailan ito magiging kapaki-pakinabang? Kung may naka-on na pampublikong pagbibigay ng komento ang iyong blog, ang mga link sa loob ng mga komentong iyon ay maaaring ipasa ang iyong reputasyon sa mga pahinang maaaring hindi ka kampanteng bigyan ng pagpapatunay. Labis na madaling mapasukan ng comment spam ang mga bahagi ng pagkomento ng blog sa mga pahina. Ang pag-nofollow ng mga link na ito na idinagdag ng gumagamit ay tinitiyak na hindi mo ibinibigay ang pinagsikapang reputasyon ng iyong pahina sa site na may spam. Maraming mga software package sa pagba-blog ay awtomatikong nilalagyan ng nofollow ang mga komento ng user, ngunit ang ilang mga hindi naglalagay ay malamang na dapat i-edit nang manu-mano upang magawa ito. Patungkol din ang payong ito para sa iba pang mga bahagi ng iyong site na maaaring may kasamang nilalaman na binuo ng gumagamit, gaya ng mga guestbook, forum, shout-board, listahan ng referrer, atbp. Kung handa kang magbigay-patunay para sa mga link na idinagdag ng mga third party (hal. kung pinagkakatiwalaan ang isang tagakomento sa iyong site), kung gayon ay hindi na kailangang gumamit ng nofollow sa mga link; gayunpaman, ang pagli-link sa mga site na itinuturing na may spam ng Google ay makakaapekto sa reputasyon ng iyong site. Ang Webmaster Help Center ay may mas maraming mga tip tungkol sa pag-iwas sa comment spam, gaya ng paggamit ng mga CAPTCHA at pag-on ng pag-moderate ng komento.



Nag-iiwan ang isang spammer ng komento ng mensahe sa isa sa mga post ng balita, umaasang makuha ang ilan sa reputasyon ng aming site

Isa pang gamit ng nofollow ay kapag nagsusulat ka ng komento at nais na i-reference ang isang website, ngunit hindi nais na ipasa ang iyong reputasyon doon. Halimbawa, isiping nagsusulat ka ng blog post sa paksang pag-spam ng komento at nais mong tawagin ang pansin ng site na kamakailan ay nag-spam ng komento sa iyong blog. Nais mong babalaan ang iba tungkol sa site, kaya isinama mo ang link papunta rito sa iyong nilalaman, gayunpaman, siguradong hindi mo nais na ibigay sa site ang ilan sa iyong reputasyon mula sa iyong link. Magandang pagkakataon ito upang gamitin ang nofollow.

Panghuli, kung interesado ka sa pag-nofollow ng lahat ng mga link sa isang pahina, maaari mong gamitin ang "nofollow" sa iyong meta tag na robots, na nakalagay sa loob <head> na tag ng HTML ng pahinang iyon. Nagbibigay ang Webmaster Central Blog ng nakakatulong na post tungkol sa paggamit ng meta tag na robots. Nasusulat ang pamamaraang ito bilang <meta name="robots" content="nofollow">.



Nino-nofollow nito ang lahat ng mga link sa isang pahina

Itaguyod ang iyong website sa tamang mga paraan

Habang ang karamihan sa mga link sa iyong site ay matatanggap nang paunti-unti, habang natutuklasan ng mga tao ang iyong nilalaman sa pamamagitan ng paghahanap o iba pang mga paraan at nag-link dito, nauunawaan ng Google na nais mong ipaalam sa iba ang tungkol sa pagsisikap na inilaan mo sa iyong nilalaman. Magdudulot sa mas mabilis na pagkakatuklas ng mga taong interesado sa parehong paksa ang mabisang pagtataguyod ng iyong bagong nilalaman. Gaya ng karamihan sa mga puntong saklaw sa dokumentong ito, ang masyadong pagseseryoso sa mga rekomendasyong ito ay maaaring makasama sa reputasyon ng iyong site.

Mahuhusay na mga kasanayan sa pagtataguyod ng iyong website

- **Mag-blog tungkol sa bagong nilalaman o mga serbisyo** - Ang isang blog post sa iyong sariling site na nagbibigay-alam sa iyong mga bisita na nagdagdag ka ng bago ay isang mahusay na paraan upang ikalat ang tungkol sa bagong nilalaman o serbisyo. Ang ibang mga webmaster na sumusunod sa iyong site o RSS feed ay maaari ring magpakalat sa kwento.

- **Huwag kalimutan ang tungkol sa offline na pagtataguyod** - Ang pagsisikap sa offline na pagtataguyod ng iyong kumpanya o site ay maaari ring makapagbigay ng pabuya. Halimbawa, kung mayroon kang site ng negosyo, tiyaking nakalista ang URL nito sa iyong mga tarheta, letterhead, paskil, atbp. Maaari ka ring magpadala ng regular na mga newsletter sa mga kliyente sa pamamagitan ng koreo na siyang magpapaalam sa kanila ng tungkol sa bagong nilalaman sa website ng kumpanya.

- **Alamin ang tungkol sa mga social media site** - Ang mga site na binuo batay sa pakikipag-ugnay sa gumagamit at pagbabahagi ay nagpadali sa pagtugma ng mga interesadong grupo ng mga tao sa may-katuturang nilalaman.

  Iwasan ang:
  - pagtatangkang itaguyod ang bawat bago, maliliit na bahagi ng nilalaman na iyong nilikha; piliin ang malalaki, kawili-wiling mga item
  - pagsasama ng iyong site sa mga plano kung saan ang iyong site ay hindi tunay na itinataguyod sa ibabaw ng mga serbisyong ito

- **Idagdag ang iyong negosyo sa Local Business Center ng Google** - Kung nagpapatakbo ka ng lokal na negosyp, ang pagdaragdag ng impormasyon nito sa Local Business Center ng Google ay makakatulong sa pag-abot sa mga kostumer sa Google Maps at paghahanap sa web. Ang Webmaster Help Center ay may masa marami pang mga tip tungkol sa pagtataguyod ng iyong lokal na negosyo .

- **Abutin ang mga taong nasa kaugnay na komunidad ng iyong site** - Malamang, may bilang ng mga site na sumasalaw sa mga paksang kagaya ng sa iyo. Kadalasang may mapapala sa pagbubukay ng pakikipag-ugnayan sa mga site na ito. Maaaring magpasimula ng karagdagang mga ideya para sa nilalaman o paggawa ng mahusay na mapagkukunan ng komunidad ang maiinit na mga paksa sa iyong niche o komunidad.

  Iwasan ang:
  - pag-spam ng mga kahilingan sa link sa lahat ng mga site na may kaugnayan sa iyong paksa
  - pagbili ng mga link mula sa isa pang site sa layuning makakuha ng PageRank sa halip ng trapiko

Gamitin ang libreng mga tool ng webmaster

Nagbibigay ng libreng mga tool para sa mga webmaster ang ma pangunahing search engine, kabilang ang Google. Tinutulungan ng Webmaster Tools ng Google ang mga webmaster na mas maayos na makontrol kung paano nakikipag-ugnayan ang Google sa kanilang mga website at makakuha ng kapaki-pakinabang na impormasyon mula sa Google tungkol sa kanilang site. Ang paggamit ng Webmaster Tools ng Google ay hindi makakatulong sa iyong siye na makakuha ng pinaborang pakikitungo; gayunpaman, matutulungan ka nitong makatukoy ng mga isyu na, kapag natugunan, makakatulong sa iyong site na gumanap nang mas mahusay sa mga resulta ng paghahanap. Gamit ang serbisyo, ang mga webmaster ay maaaring:

- makita kung aling mga bahagi ng site nagkaproblema sa pag-crawl ang Googlebot
- mag-upload ng XML Sitemap file
- magsuri at bumuo ng mga file na robots.txt
- mag-alis ng mga URL na na-crawl na ng Googlebot
- tukuyin ang ginustong domain
- matukoy ang mga isyu sa pamagat at naglalarawang mga meta tag
- maunawaan ang nangungunang mga paghahanap na ginamit upang marating ang site
- sulyapan kung paano akikita ng Googlebot ang mga pahina
- mag-alis ng hindi ginustong mga sitelink na maaaring magamit ng Google sa mga resulta
- makatanggap ng pag-abiso sa mga paglabag sa alituntunin sa kalidad at mag-file ng muling pagsasaalang-alang ng site

Yahoo! (Yahoo! Nag-aalok rin ang Site Explorer) at Microsoft (Live Search Webmaster Tools) ng libreng mga tool para sa mga webmaster.

Pakinabangan ang mga serbisyo ng web analytics

Kung napabuti mo na ang pag-crawl at pag-index ng iyong site gamit ang Google Webmaster Tools o iba pang mga serbisyo, maaaring nagtatanong ka tungkol sa trapikong papunta sa iyong site. Ang mga programang web analytics gaya ng Google Analytics ay mahalagang mapagkukunan ng pananaw para rito. Maaari mo itong gamitin upang:

- makakuha ng pananaw kung paano nararating o kumikilos sa iyong site ang mga gumagamit
- matuklasan ang pinakatanyag na nilalaman sa iyong site
- sukatin ang dating ng pag-optimize na ginawa mo sa iyong site (hal. ang pagbabago ba sa mga pamagat at mga meta tag ng paglalarawan ay nagpabuti sa trapiko mula sa mga search engine?)

Para sa mga advance na gumagamit, ang impormasyong ibinibigay ng analytics package, katambal ng data mula sa iyong mga server log file ay maaaring magbigay ng mas kumprehensibong impormasyon tungkol sa kung paano nakikipag-ugnay ang mga bisita sa iyong mga dokumento (gaya ng karagdagang mga keyword na maaaring gamitin ng mga naghahanap upang mahanap ang iyong site).

Panghuli, nag-aalok ang Google ng isang pang tool na tinatawag na Google Website OPtimizer na nagpapahitulot sa iyong magpatakbo ng mga eksperimento upang mahanap kung anong mga pagbabago sa pahina ang magbubunga ng mga pinakamahusay na conversion rate sa mga bisita. Ito, sa pagsasama sa Google Analytics at Google Webmaster Tools (tingnan ang aming video tungkol sa paggamit ng "Google Trifecta"), ay mahusay na paraan upang simulan ang pagpapabuti ng iyong site.

Nakakatulong na mga mapagkukunan para sa mga webmaster

Google Webmaster Help Forum - May mga tanong o feedback sa aming gabay? Ipaalam sa amin
Google Webmaster Central Blog - Madalas na mga post ng mga Googler kung paano mapabuti ang iyong website
Google Webmaster Help Center - Puno ng malalalim na dokumentasyon ng mga isyung may kaugnayan sa webmaster
Google Webmaster Tools - Ino-optimize kung paano nakikipag-ugnayan ang Google sa iyong website
Google Webmaster Guidelines - Mga alituntunin sa disenyo, nilalaman, panteknikal at pangkalidad mula sa Google
Google Analytics - Hinahanap ang pinagmulan ng iyong mga bisita, ano ang tintingnan nila at i-benchmark ang mga pagbabago
Google Website Optimizer - Nagpapatakbo ng mga eksperimento sa iyong mga pahina upang makita kung ano ang gagana at hindi
Mga TIP sa pagkuha ng SEO - Kung ayaw mong suungin iyon mag-isa, ang mga tip na ito ay dapat na makatulong sa iyo sa pagpili ng SEO na kumpanya

Maliban kung nabanggit, ang nilalaman ng dokumentong ito ay inilisensya sa ilalim ng Creative Commons Attribution 3.0 License.