



SEO



TELJES  
ÚTMUTATÓ  
KEZDŐKNEK ÉS  
HALADÓKNAK

Így legyél első a Google-ben

**PRAKTIKUS**

**TIPPEK ÉS**

**TRÜKKÖK**

GYORSÍTSD FEL WEBOLDALAD  
NÖVEKEDÉSÉT

FEDEZD FEL A REJTETT  
LEHETŐSÉGEKET!

KASZÁS BENCE

# MI AZ A SEO, ÉS MIÉRT FONTOS?

Képzeld el, hogy egy hatalmas könyvtárban vagy, és egy konkrét könyvet keresel. Van egy könyvtáros, aki segít neked megtalálni. Ez a könyvtáros a Google. Az SEO pedig az, amikor mi, weboldal-tulajdonosok megpróbáljuk úgy elrendezni a könyveinket (azaz a weboldalunkat), hogy a könyvtáros könnyen megtalálja és ajánlja azokat, akik épp azt a könyvet keresik.

Példa: Ha valaki új receptet keres a sütire, akkor a Google-ben beírja, hogy "csokoládé süti recept". Az SEO-val az a célunk, hogy a mi receptes oldalunk legyen az első, amit a Google megmutat ennek a felhasználónak.

Az SEO alapjai:

- **Kulcsszavak:** Ezek olyan szavak vagy kifejezések, amelyeket az emberek beírnak a keresőbe. Például: "cipő vásárlás online", "legjobb mobil telefon 2025".
- **Tartalom:** A weboldal szövege, képei, videói. A tartalomnak minőségi és releváns kell lennie a kiválasztott kulcsszavakhoz.
- **Linképítés:** Más weboldalokról mutató hivatkozások a mi oldalunkra. Minél több és minőségibb linkünk van, annál megbízhatóbbnak tartja a Google az oldalunkat.

Hogyan működik az SEO a gyakorlatban?

- **Kulcsszó kutatás:** Megkeressük, hogy milyen szavakra keresnek rá az emberek a mi témánkban.
- **Optimalizálás:** A weboldalunkat úgy alakítjuk ki, hogy a kiválasztott kulcsszavakra a legjobb eredményt érjük el. Ez magában foglalja a címek, leírások, fejlécek, képek és a teljes szöveg optimalizálását.
- **Linképítés:** Más weboldalakkal együttműködünk, hogy linkeket szerezzünk az oldalunkra. Ez lehet például vendégblogolás, közösségi média, vagy más marketing stratégiák.

Miért fontos a SEO?

- **Több látogató:** Minél magasabb helyen vagyunk a Google-ben, annál több ember fogja meglátogatni az oldalunkat.
- **Növekvő forgalom:** A több látogató több eladással vagy ügyféllel járhat.
- **Hitelesebb márka:** Ha az oldalunkat a Google megbízhatónak tartja, akkor a felhasználók is úgy fogják látni.



**HA AZ OLDALAD  
KÖNNYEN  
HASZNÁLHATÓ ÉS  
A FELHASZNÁLÓK  
MEGTALÁLJÁK  
RAJTA A KERESETT  
INFORMÁCIÓT,  
AKKOR A GOOGLE  
IS MAGASABBRA  
FOGJA SOROLNI.**

## A legfontosabb tanácsok:

- Legyél türelmes: Az SEO eredményei nem jönnek egyik napról a másikra.
- Légy következetes: Rendszeresen frissítsd a tartalmadat és építs linkeket.
- Legyél releváns: A tartalmaidnak mindig a célközönséged érdekeit kell szolgálnia.

Példa:

Képzeld el, hogy egy kutyás blogot üzemeltetsz. Egy jó kulcsszó lehet a 'kutya etetés'. Most meg kell győződnöd róla, hogy a blogbejegyzésedben többször is előfordul ez a kifejezés, de természetes módon, nem úgy, mintha csak be akarnád tölteni a szövegbe. A címed lehet például: 'Mit egyenek a kutyák? Teljes útmutató a kutyák egészséges táplálásához'. A leírásban pedig részletesen leírod, hogy milyen ételeket ajánlasz a kutyáknak, és miért fontos a megfelelő táplálás.

A SEO legfontosabb része az organikus találatok javítása, tehát nem fizetett hirdetésekről beszélünk. Ha fizetsz azért, hogy valaki megtalálja a tartalmadat, az már a PPC (Pay-Per-Click), azaz fizetett hirdetés kategóriájába tartozik. Például, ha ajándéktárgyakat árulsz férfiaknak karácsonyra, és azért fizetsz a Google-nak, hogy a „karácsonyi ajándék férfiaknak” keresésnél az oldalad az első helyen jelenjen meg, akkor ez PPC hirdetés.

A kettő közötti különbséget is jó, ha megértjük: a SEO lassan hozza meg az eredményt, de tartós, és nem kell folyamatosan fizetni érte. A PPC gyors eredményt hozhat, viszont minden kattintásért fizetni kell. Ezért ha például gyorsan szeretnéd felfuttatni az ajándéktárgyakat karácsony előtt, a PPC jó megoldás lehet a Google Ads-ben, viszont hosszú távon a SEO-val több ingyenes látogatót szerezhetsz.

Mind a SEO, mind a PPC fontos eszköz a digitális marketingben. A megfelelő módszer kiválasztása a vállalkozásod konkrét céljaitól és erőforrásaitól függ. Az ideális esetben a kettő kombinációja hozza meg a legjobb eredményeket!



TECHNIKAI SEO TECHNIKAI SEO TECHNIKAI SEO TECHNIKAI SEO TECHNIKAI SEO TECHNIKAI SEO

# A SEO HÁROM FŐ TERÜLETRE OSZTHATÓ

SEO ON-PAGE SEO ON-PAGE SEO ON-PAGE SEO ON-PAGE SEO ON-PAGE SEO ON-PAGE

**Technikai SEO:** Ez arról szól, hogy mennyire gyorsan tölt be az oldalad, jól működik-e mobilon is, stb.

**On-page SEO:** Itt arról van szó, hogy a tartalmak, amiket írsz (pl. „Hogyan hozd formába magad nyárra” vagy „A legjobb karácsonyi ajándék ötletek férfiaknak”), relevánsak-e az adott keresésekre.

**Off-page SEO:** Ez a külső hivatkozások számát és minőségét jelenti. Minél több megbízható oldal hivatkozik rád (pl. egy népszerű fitness blog vagy egy ajándékötleteket bemutató portál), annál jobb helyen leszel a találati listán.

OFF-PAGE SEO OFF-PAGE SEO OFF-PAGE SEO OFF-PAGE SEO OFF-PAGE SEO OFF-PAGE SEO

# MI IS EZ AZ EGÉSZ?

**A SEO olyan, mint egy hosszú távú befektetés az oldalad jövőjébe, míg a PPC gyors eredményeket hoz, de pénzbe kerül minden kattintás. Ha a kettőt jól kombinálsz, mindkettő hasznodra válik!**

Amikor arról beszélünk, hogy SEO-val előrébb kerülhet az oldalad, valójában olyan „receptet” kell követnünk, amit a keresőmotorok (például a Google) szeretnek. Olyan, mintha próbálnánk elkészíteni egy ételt a nagynak, és pontosan úgy szeretné, ahogy ő megszokta. Ha túl sok a só, vagy hiányzik egy fontos hozzávaló, akkor nem lesz elégedett. A Google-nél is ugyanez a helyzet: ha a weboldalad lassú, nem relevánsak a tartalmaid, vagy senki nem beszél róla, akkor a nagy (vagyis a Google) nem fogja előre sorolni a keresőkben.

Vegyünk egy példát! Ha van egy fitness blogod, és te szeretnél a „nyári test titkai” keresésnél előkelő helyre kerülni, akkor nem elég csak egy jó cikket írnod erről. Figyelned kell arra is, hogy a cikked gyorsan betöltődjön, legyenek benne fontos kulcsszavak (például „nyári test edzésterv” vagy „gyors fogyás tippek”), és ha más népszerű fitness oldalak is hivatkoznak rád, az plusz pont a Google szemében. Ez egy kicsit olyan, mint amikor valaki ajánl egy jó edzőt – minél többen mondják, hogy „igen, ő tényleg jó”, annál inkább bízunk benne.

De mi a helyzet, ha ajándéktárgyakat árulsz férfiaknak? Mondjuk a „születésnap ajándék férfiaknak” kulcsszóra szeretnél jól szerepelni. Az első lépés, hogy legyen egy olyan termékoldalad, ahol pontosan erről van szó: „Top 10 születésnap ajándék férfiaknak, amit imádni fognak.” Itt is figyelned kell, hogy a tartalom valóban segítsen a kereső számára (pl. milyen ajándékok ezek, miért jók), a technikai SEO-ra (pl. az oldal gyorsan betöltődjön), és hogy más ajándékokat bemutató oldalak is hivatkozzanak rád.

Ne feledd, a SEO olyan, mint egy jó kapcsolat: folyamatosan ápolni kell. Nem elég egyszer megcsinálni és hátrahagyni. Időről időre figyelni kell az új trendekre, frissíteni a tartalmaidat, és persze építeni a kapcsolataidat más oldalakkal. Ahogy a nagy is mindig változtat kicsit a régi receptjein, hogy még finomabb legyen – a SEO-val is hasonló a helyzet!

A weboldalad SEO-ját több összetevőre lehet bontani, és nem árt ezeket külön-külön is rendbe tenni. Nézzük meg, hogy milyen fő elemekre kell koncentrálnod, ha igazán ütős helyezést szeretnél elérni a Google-ben.

## A SEO három fő pillére:

- Technikai SEO
- On-page SEO (vagy on-site SEO, ami belső tartalmi optimalizálás)
- Off-page SEO (vagy off-site SEO, ami külső hivatkozásokra épül)

Mindegyik rész nagyon fontos, és mindegyiknél figyelned kell arra, hogy ne maradj el a versenytársaidtól. Sőt, ha igazán szeretnél tarolni, akkor bizony rájuk kell licitálnod.

## Technikai SEO – A weboldal motorja

A technikai SEO nem más, mint a weboldalad "motorház teteje alatti" rész. Gondolj rá úgy, mint egy autóra: lehet bármilyen gyönyörű, ha a motor nem megy, sehova nem jutsz. Ugyanez igaz a weboldalakra is. Ha a technikai részek nincsenek rendben, akkor hiába szép a dizájn, és hiába írtál fantasztikus tartalmakat, a Google nem fogja látni, így a látogatók sem találnak majd rád.

Például: van egy weboldalad, ahol férfiaknak szánt ajándéktárgyakat árulsz karácsonyra. Ha a technikai SEO-d nincs rendben, előfordulhat, hogy a Google nem indexálja az oldalt, tehát amikor valaki rákeres a „férfi ajándék karácsonyra” kifejezésre, a te oldalad nem jelenik meg a találatok között. Elég bosszantó, igaz?

Ilyenkor fontos, hogy megnézd a robots.txt fájlot, a sitemap-odat, és hogy az oldalaid betöltenek-e megfelelően. Ezek mind technikai dolgok, amiket vagy te magad, vagy egy szakértő be tud állítani. Nemrég egy ügyféllel dolgoztam, aki sok pénzt költött SEO-ra, de az oldala nem jelent meg a keresőben. Kiderült, hogy a sitemap hibás volt, és néhány kulcsfontosságú oldal nem volt indexelve. Miután ezt javítottuk, pillanatok alatt felbukkant a Google-ben.

## On-page SEO – A tartalom király!

Az on-page SEO arról szól, hogy hogyan néz ki az oldalad tartalmilag. Itt lépnek képbe a kulcsszavak, a meta leírások, a címsorok (mint a H1, H2), a képek alt szövegei, és persze maga a tartalom. Ahhoz, hogy a Google megértse, miről szól az oldalad, ezeket az elemeket jól kell használni.

Képzeld el, hogy van egy fitness blogod, és szeretnél rangsorolni a „legjobb otthoni edzés férfiaknak” kifejezésre. Fontos, hogy a cikkedben többször is szerepeljen ez a kifejezés, de természetesen úgy, hogy az ne tűnjön túl erőltetettnek. Az URL-ed is tartalmazza a kulcsszót (pl. fitnessblogom.hu/legjobb-otthoni-edzes-ferfiaknak), a címsorban (H1) is benne legyen, és a meta leírásban is adj meg egy vonzó, releváns összefoglalót.

Például: „Fedezd fel a legjobb otthoni edzéstervet férfiaknak, amely gyors eredményeket hoz, és minimális eszközigényt igényel!”

A Google imádja az ilyen jól strukturált, releváns tartalmakat, és ha követed ezeket az alapelveket, gyorsan észreveszi majd a cikkedet.

## Off-page SEO – Építsd a hírneved!

Az off-page SEO nem közvetlenül a weboldaladon történik, de hatalmas hatással van rá. Itt arról van szó, hogy mennyi más oldal hivatkozik a te weboldaladra. Minél több hiteles és releváns oldal mutat rád, annál jobban bízik benned a Google.



Képzeld el, hogy elindítottál egy webshopot, ahol különleges férfi ajándékokat árulsz karácsonyra. Ha más népszerű ajándékokat bemutató blogok, vagy mondjuk egy „Legjobb ajándékötletek” oldalon linkel a termékeidet, akkor a Google úgy értékeli, hogy a te oldalad megbízható, és előrébb sorol a találatok között.

Ahhoz, hogy ilyen linkeket szerezz, érdemes partneri kapcsolatokat kiépíteni más blogokkal vagy influenszerekkel. Ők hivatkozhatnak rád a tartalmaikban, ami jelentős forgalmat és jobb SEO eredményeket hozhat. Egy ügyfelem például egy népszerű lifestyle blogon kapott említést, ami nem csak közvetlenül több eladást hozott, hanem hosszú távon a Google is előrébb sorolta az oldalát.

A lényeg: Legyél jobb, mint a versenytársaid!

Végül pedig, ami az egésznek a lényege: folyamatosan figyeld, hogy mit csinálnak a versenytársaid, és igyekezz mindig egy lépéssel előttük járni. Ha a technikai SEO-d jobb, ha a tartalmaid relevánsabbak, és ha több hiteles link mutat az oldaladra, mint rájuk, akkor előbb-utóbb legyőzöd őket a Google-ben.

Ahhoz, hogy ezt elérd, nem kell zseninek lenned, csak tudatosan kell építened a weboldalad. Kezdd a technikai SEO-val, aztán dolgozz a tartalmaidon, és ne feledkezz meg a külső linkek építéséről sem. Ha ezek rendben vannak, a Google előbb-utóbb felfigyel rád, és az eredmények jönni fognak!

A weboldalad SEO optimalizálása olyan, mint egy háromlábú szék: ha az egyik láb hiányzik vagy gyenge, a szék eldől. Ezért fontos, hogy mindhárom SEO területet – technikai SEO, on-page SEO, off-page SEO – rendbe tedd, különösen akkor, ha szeretnéd, hogy a Google jó helyezést adjon neked.

## **Technikai SEO – Az alap, ami nélkül semmi sem működik**

Gondolj úgy a technikai SEO-ra, mint az alapokra, amikre az egész weboldalad épül. Ez az, ami biztosítja, hogy a keresőmotorok – mint a Google – egyáltalán észrevegyék, hogy létezel. Ha például a weboldalad forráskódja hibás, vagy a keresőmotorok nem tudnak megfelelően hozzáférni az oldalaidhoz, akkor hiába dolgozol azon, hogy nagyszerű tartalmakat hozz létre, azokat senki nem fogja látni.

Például, ha van egy webshopod, ahol különleges férfi karácsonyi ajándékokat árulsz, és a termékeidet nem indexálja a Google, mert hibás a robots.txt fájlod vagy hiányzik a sitemap, akkor a látogatók nem fogják megtalálni a termékeidet, amikor „karácsonyi ajándék férfiakra” kifejezésre keresnek. Ez olyan, mintha egy fantasztikus üzleted lenne egy eldugott sikátorban, ahová senki sem talál el. A technikai SEO tehát olyan, mintha kihelyeznéd a világító cégtáblát és nyitott ajtókat biztosítanál a Google és más keresők számára.

Egy konkrét példa: dolgoztam egy olyan fitness bloggal, amely otthoni edzésterveket kínált. Bár remek tartalommal rendelkezett, a látogatószám nem nőtt, mert a technikai SEO-t teljesen elhanyagolták. Kiderült, hogy az oldaluk egyáltalán nem volt megfelelően indexálva. Miután ezt a hibát kijavítottuk, pár hét alatt a látogatók száma megtízszereződött, és most már folyamatosan növekvő forgalmat generálnak. A technikai SEO magában foglalja az olyan dolgokat, mint a mobilbarát kialakítás (hiszen ma már a legtöbben mobilon keresgélnek), a gyors betöltési idő (mert senki sem szereti várni, hogy egy oldal betöltődjön), és a helyes URL struktúra, amivel a keresőrobotok könnyebben be tudják járni az oldaladat. Ha komolyan veszed a technikai SEO-t, azzal olyan alapot teremtesz, amire építhetsz.

## On-page SEO – A tartalom a király

A Google számára a tartalom a király, és ha azt szeretnéd, hogy a te weboldalad legyen a trónon, akkor nem spórolhatsz a minőségi tartalomon. Az on-page SEO, vagy másnéven belső SEO, arra vonatkozik, hogyan rendezed el a weboldalad tartalmát, és hogyan használod a kulcsszavakat, meta leírásokat, címeket és képeket.

Ha például van egy fitness blogod, ahol az „otthoni edzés férfiaknak” témában írsz cikkeket, fontos, hogy az oldalad minden eleme összhangban legyen a kulcsszóval. Az elsődleges kulcsszavad (például: „otthoni edzés férfiaknak”) legyen jelen a címben, a URL-ben, a címsorokban (H1, H2), a meta leírásban, és persze a tartalomban is. Az is segíthet, ha a képeidhez alt szöveget adsz, ami szintén releváns kulcsszavakat tartalmaz (pl. „férfi otthoni edzés képe”).

Példa egy jól optimalizált tartalomra: Ha a blogod témája az „otthoni edzés férfiaknak”, akkor a bejegyzés címe lehet valami ilyesmi: „Otthoni edzés férfiaknak: Hogyan hozd formába magad eszközök nélkül?”. Az URL-ben ez szerepelhet: [fitnessblog.hu/otthoni-edzes-ferfiaknak](https://fitnessblog.hu/otthoni-edzes-ferfiaknak). A meta leírásod pedig így szólhat: „Fedezd fel az otthoni edzés legjobb gyakorlatait férfiaknak, amelyekhez semmilyen eszközre nincs szükséged!”. Az ilyen gondos kulcsszóhasználat azt eredményezi, hogy a Google pontosan tudja, miről szól a cikked, és magasabb helyre sorolhat a keresési találatok között.

Az on-page SEO lényege, hogy segítsd a Google-t megérteni, miről szól az oldalad, és ezt a megfelelő kulcsszavak használatával éred el. Ha pedig a tartalmad értékes és releváns, akkor a látogatók is szívesen időznek majd rajta, ami tovább erősíti a Google szemében a weboldalad hitelességét.

## Off-page SEO – A hírnév építése a weben

Az off-page SEO lényege, hogy más oldalak hivatkozzanak rád. Minél több hiteles oldal linkel a te weboldaladra, annál jobban fog teljesíteni a keresőmotorokban. Ez olyan, mint amikor valaki jó hírt kelti az üzletednek: ha megbízható emberek ajánlanak, a vásárlók is inkább hozzád térnek be.

Képzeld el, hogy egy ajándéktárgyakat áruló webshopod van, ahol férfiaknak szánt termékeket kínálsz karácsonyra. Ha egy népszerű ajándékötletekkel foglalkozó blog megemlíti a webshopodat, az nemcsak közvetlen látogatókat hozhat, hanem a Google is figyelembe veszi, hogy mások „ajánlanak” téged, és ennek megfelelően javítja az oldalad helyezését a találatok között.

Az egyik legjobb módszer arra, hogy minél több hivatkozást szerezz az, ha minőségi tartalmat készítesz, amit mások is szívesen osztanak meg. Egy ügyfelem, aki különleges férfi ajándékokat árult, készített egy „Top 10 ajándék ötlet férfiaknak karácsonyra” című cikket, amit rengeteg oldal átvett és hivatkozott rá. Ennek eredményeként nemcsak a közvetlen forgalma nőtt meg, de a Google is előrébb sorolta a találatok között.

Ne felejtse el, hogy a backlinkek minősége is számít, nem csak a mennyisége. Ha egy tekintélyes, releváns oldal linkel rád, az sokkal többet ér, mint ha tíz kisebb, kevésbé hiteles oldal hivatkozna.

**A LEGJOBB HELY A  
REKLÁMNAK?**



*törj előre* **A KERESÉSI  
TALÁLATOK**



**ELSŐ OLDALA.** *legyél első*

**ÉS MI A LEGJOBB BENNE?  
HA NEM KELL FIZETNI ÉRTE!**

# MILYEN TÍPUSÚ LINKEKET KERES A GOOGLE?

A Google a világ legnagyobb keresőmotoraként óriási mennyiségű adatot dolgoz fel, hogy a felhasználóknak a lehető legrelevánsabb találatokat mutassa. A linkek ebben a folyamatban kulcsfontosságú szerepet játszanak, hiszen a Google a linkeket a weboldalak közötti szavazatokként értelmezi.

## De milyen linkeket tart értékesnek a Google?

A Google algoritmusai számos tényezőt vesz figyelembe a linkek értékelésekor, de néhány alapvető elv mindig érvényes:

- **Relevancia:** A linket tartalmazó oldal témájának illeszkednie kell a te oldalad témájához. Például, ha egy kutyás blogról kapsz egy linket, az sokkal értékesebb, mint egy autós blogról.
- **Autonómia:** A linket egy olyan oldalról kaptad, amelyet a Google megbízhatónak tart. Az olyan oldalak, amelyek sok más oldalra mutatnak, általában kevésbé értékesek.
- **Természetes megjelenés:** A linkeknek természetesnek kell kinézniük, nem pedig manipuláltak. A Google szankcionálja a mesterséges linképítési módszereket.
- **"Dofollow" vs. "Nofollow":** A "dofollow" linkeket a Google a rangsorolásban figyelembe veszi, míg a "nofollow" linkeket nem.

## Milyen típusú linkeket érdemes építeni?

- **Szerkesztői linkek:** Ha egy másik weboldal szerkesztője önkéntesen linkel az oldaladra, az a legértékesebb típusú link.
- **Vendégbejegyzések:** Ha egy másik blogon írsz egy cikket, és abban hivatkozol a saját oldaladra, az szintén értékes linket jelent.
- **Hivatkozások más weboldalokról:** Ha más weboldalak spontán módon hivatkoznak rád, az azt jelenti, hogy a tartalmad valóban értékes és releváns.
- **Irányítási linkek:** Ha egy régi domainről átirányítasz a jelenlegi oldaladra, az is segíthet a rangsorolásodban.

## Mit érdemes kerülni?

- **Linkfarmok:** Az olyan weboldalak, amelyek csak linképítés céljából léteznek, és rengeteg, alacsony minőségű linket tartalmaznak.
- **Linkcserek:** Ha egy másik weboldallal cserélsz linkeket, az mesterségesnek tűnhet a Google számára.
- **Fizetett linkek:** A Google szigorúan tiltja a fizetett linkeket.

A Google a természetes, releváns és magas minőségű linkeket értékeli a legjobban. A linképítés hosszú távú folyamat, amelynek során fokozatosan kell építened az oldalad hírnevét és tekintélyét.

# HOGYAN GYŐZD LE A VERSENYTÁRSAIDAT?

A SEO lényege, hogy folyamatosan figyeld a versenytársaidat, és minden területen megpróbáld őket túlszárnyalni. Ha a technikai SEO-d jobb, ha a tartalmaid relevánsabbak, és ha több hiteles link mutat rád, mint rájuk, akkor előbb-utóbb te kerülsz előre a találati listán.

Nem elég egyszer beállítani a SEO-t és hátradőlni. A versenytársak is dolgoznak, és mindig új lehetőségek bukkannak fel. Gondolj csak a rendszeres kulcsszókutatásra, a tartalmaid frissítésére, és arra, hogy új linkeket szerezz. A SEO egy maraton, nem sprint, de ha folyamatosan dolgozol rajta, az eredmények hosszú távon biztosan jönni fognak.

A bejegyzéseink jó helyezése a Google találatok között számos tényezőtől függ, így nehéz pontosan megmondani, mennyi időt vesz igénybe. Az eredmények általában hetek vagy hónapok múlva látszanak, de a verseny mértékétől, a kulcsszavaktól, a tartalom minőségétől és a technikai SEO-tól is nagyban függ.

- Kis verseny esetén: Ha egy kevésbé versengő kulcsszóra optimalizáljuk a bejegyzésünket, akár néhány héten belül is megjelenhetünk a top 10-ben. Ebben az esetben elég lehet egy jó minőségű tartalom és egy alapszintű SEO, hogy gyors eredményt érjünk el.
- Közepes verseny esetén: Ilyenkor 3-6 hónapot is igénybe vehet, hogy egy bejegyzés stabil helyet szerezzen a Google találatok között. Ebben az időszakban folyamatos optimalizálásra van szükség, beleértve a technikai SEO javítását, a tartalom frissítését és a külső hivatkozások építését.
- Nagy verseny esetén: Ha rendkívül népszerű vagy erős versenytársakkal rendelkező kulcsszavakat célzunk meg, akkor akár 6-12 hónap vagy még több idő is szükséges lehet, hogy jó pozícióba kerüljünk. Ilyenkor a folyamatos, jól megtervezett SEO-stratégia kulcsfontosságú, és gyakran hosszú távú befektetést igényel a tartalom frissítése és a hivatkozási profil építése.

Az is fontos, hogy ne várjunk azonnali eredményeket. A Google algoritmusai idővel értékelik a tartalom minőségét és relevanciáját, ezért türelemmel kell lenni, és rendszeresen dolgozni a tartalom és a weboldal optimalizálásán.

Előfordulhat olyan eset is, amikor egy viszonylag alacsony versenyű vagy friss, aktuális témát találunk, és ebben az esetben akár napokon belül is bekerülhetünk a Google találati listájának élére. Ezek az úgynevezett "long-tail" kulcsszavak vagy a felkapott, de még kevésbé versengő témák lehetőséget kínálnak arra, hogy rövid idő alatt kiemelkedő helyezést érjünk el.

Például egy új trendről vagy hírről szóló bejegyzés, amelyre még kevés tartalom készült, gyorsan felkapaszkodhat a rangsorban, ha a Google úgy ítéli meg, hogy az oldalunk tartalma releváns, friss és a felhasználók számára hasznos. Ez különösen igaz, ha jól optimalizáljuk a bejegyzést, és azt a közösségi médiában is népszerűsítjük, hogy növeljük a látogatottságot.

Ugyanakkor az ilyen gyors eredmények sokszor csak rövid távon fenntarthatóak, hiszen ha egy téma népszerűbbé válik, a verseny növekedni fog, és új tartalmak jelenhetnek meg, amelyek kihívást jelenthetnek a pozíciókra nézve. Ezért, még ha gyorsan is sikerül jó helyre kerülnünk, fontos a folyamatos optimalizálás és tartalomfrissítés, hogy hosszú távon is meg tudjuk tartani a helyezésünket.

# 10 SEO TIPP ÉS TRÜKK

Íme 10 SEO tipp és trükk, amelyek segíthetnek javítani a weboldalad keresőoptimalizáltságát:

- 1. Kulcsszó kutatás:** Használj kulcsszó kutató eszközöket (pl. Google Keyword Planner, Keywordtool.io) a releváns és alacsony versenyt jelentő kulcsszavak megtalálására. Olyan kifejezéseket keress, amelyekre a célközönséged keres.
- 2. Optimalizált címek és meta leírások:** Minden oldalhoz készíts egyedi és vonzó címet (title tags) és meta leírásokat (meta descriptions). Ezek segítenek a keresőmotoroknak és a felhasználóknak megérteni, miről szól az oldal.
- 3. Minőségi tartalom:** Írj értékes és informatív tartalmat, amely válaszol a látogatók kérdéseire. A Google a hasznos tartalmakat részesíti előnyben, ezért törekedj a részletességre és az eredetiségre.
- 4. Belső linkek használata:** Linkelj a weboldalad más releváns oldalaira. Ez nemcsak a látogatók navigációját segíti, hanem a keresőmotorok számára is segít feltérképezni az oldal struktúráját.
- 5. Mobilbarát dizájn:** Győződj meg róla, hogy az oldalad reszponzív, vagyis jól néz ki és könnyen használható mobil eszközökön is. A Google a mobilbarát oldalakat előnyben részesíti.
- 6. Sebesség optimalizálás:** Ellenőrizd az oldalad betöltési sebességét, és használj olyan eszközöket, mint a Google PageSpeed Insights. A lassú oldalak rossz felhasználói élményt nyújtanak, és a keresőmotorok hátrásorolják őket.
- 7. Képek optimalizálása:** Használj megfelelő fájlneveket és alt címkéket a képeidhez, hogy a keresőmotorok jobban megértsék, miről szólnak. Ezenkívül törekedj a képek méretének csökkentésére a gyorsabb betöltés érdekében.
- 8. Hivatkozások építése (linkbuilding):** Törekedj arra, hogy más, releváns és megbízható weboldalak linkeljenek a tartalmadra. A külső linkek erősítik az oldalad hitelességét a keresőmotorok szemében.
- 9. Weboldal struktúra:** Használj világos és logikus weboldal struktúrát. A jól megtervezett navigáció segít a felhasználóknak és a keresőrobotoknak egyaránt a weboldalon való eligibilitásban.
- 10. Közösségi média integrálás:** Oszd meg a tartalmadat a közösségi média platformokon. Ez nemcsak a látogatottság növelésére jó, hanem segíthet a linképítésben is, ha mások is megosztják a bejegyzéseidet.

## Nézzük részletesebben ezekből a legfontosabbakat:

A megfelelő kulcsszavak megtalálása elengedhetetlen a sikeres SEO stratégiához, mivel ezek segítenek elérni a célközönségedet. Íme néhány lépés és eszköz, amelyek segíthetnek a releváns kifejezések keresésében:

- 1. Célközönség meghatározása:** Mielőtt elkezdenél kulcsszavakat keresni, tisztázd, ki a célközönséged. Milyen problémáik, igényeik és érdeklődési köreik vannak? Ez segít abban, hogy pontosan mire keresnek rá az emberek.
- 2. Google kereső:** Használj Google-t a kulcsszavak keresésére. Írd be a témát, amivel foglalkozni szeretnél, és nézd meg a keresési javaslatokat, amelyek a leggyakoribb keresések. Az "esetleg keresett" kifejezések is segíthetnek további ötletek gyűjtésében.
- 3. Google Keyword Planner:** Ez egy ingyenes eszköz, amely a Google Ads része. Segítségével megtudhatod, hogy egy adott kulcsszó mennyire népszerű, és milyen versennyel kell számolnod. A Keyword Planner megmutatja az adott kulcsszóra keresett havi keresési mennyiségeket is.

**4. SEO eszközök:** Használj különböző SEO eszközöket, mint például az Ahrefs, SEMrush vagy Moz. Ezek az eszközök részletes adatokat nyújtanak a kulcsszavakról, beleértve a nehézségi szintet, a keresési volument, a kapcsolódó kifejezéseket és a versenytársakat is.

**5. Kérdések és fórumok:** Nézd meg a közösségi médiát, fórumokat (pl. Quora, Reddit) és szakmai blogokat. Ezeken a platformokon gyakran találkozhatasz olyan kérdésekkel, amelyeket a célközönséged tesz fel. Ezek kiváló kulcsszó ötleteket adhatnak.

**6. Versenytársak elemzése:** Ellenőrizd, hogy a versenytársaid milyen kulcsszavakra rangsorolnak. Az Ahrefs vagy SEMrush segítségével láthatod, hogy a versenytársaid mely kifejezésekre kapják a legtöbb forgalmat. Ez segíthet felfedezni olyan kulcsszavakat, amelyeket te is célozhatsz.

**7. Long-tail kulcsszavak:** Ne csak a fő kulcsszavakra koncentrálj. A long-tail kulcsszavak (hosszabb, specifikusabb kifejezések) általában kevesebb versennyel bírnak, és könnyebben elérheted velük a célközönséged. Ezek segíthetnek a magasabb konverziós arány elérésében is, mivel az emberek gyakran pontosabb kereséseket végeznek.

**8. Trendek és időszakosság:** Használj eszközöket, mint a Google Trends, hogy nyomon kövesd, hogyan változik a keresési érdeklődés egy adott kifejezés iránt az idő múlásával. Ez segíthet a tartalom tervezésében és a legfrissebb trendek figyelésében.

**9. Tartalom optimalizálás:** Miután megtaláltad a releváns kulcsszavakat, építsd be őket a tartalmadba. Használj változatos szinonimákat, hogy természetes maradjon a szöveg, és ne tűnjön spam-szerűnek.

**10. Folyamatos ellenőrzés:** A kulcsszavak népszerűsége és a verseny állandóan változik. Rendszeresen ellenőrizd a kulcsszó teljesítményét, és szükség esetén frissítsd a tartalmadat.

A célközönséged keresési szokásainak megértésével és a megfelelő kulcsszavak kiválasztásával növelheted a weboldalad láthatóságát, ami a látogatószám és a konverziók növekedéséhez vezet.

Ha pl. fitness témában szeretnél kulcsszavakat keresni, amelyek sok látogatót vonzanak, íme néhány lépés, amit követhetsz:

1. Kezdj a gondolatébresztéssel: Gondolj át, milyen kérdéseket tehetnek fel az emberek a fitnesszel kapcsolatban. Például: „Hogyan lehet fogyni gyorsan?”, „Mik a legjobb gyakorlatok a hasizom erősítésére?”, „Milyen diéta segít a zsírégetésben?”.
2. Használj kulcsszó-kutató eszközöket: A Google Ads-en belül található Google Keyword Plan-en túl az egyik legjobb eszköz még a Google Trends, amely lehetővé teszi, hogy nyomon kövesd a keresési trendeket és felfedezd, milyen kulcsszavak népszerűek egy adott időszakban. Itt láthatod, hogy egy adott kifejezés iránti kereslet hogyan változik az idő múlásával, ami segít az aktuális trendek azonosításában. Az eszköz segítségével megtudhatod, milyen régiókban érdeklik az embereket a különböző témák, és akár kapcsolódó kereséseket is felfedezhetsz, amelyek új ötleteket adhatnak a tartalmadhoz.
3. Nézz körül a versenytársaidnál: Elemezd, hogy a konkurens weboldalak milyen kulcsszavakra rangsorolnak. Ezt megteheted a SEMrush vagy a Moz eszközeivel, ahol láthatod, hogy a versenytársaid mely kifejezésekre kapnak forgalmat.
4. Fedezd fel a hosszú farkok kulcsszavakat: A hosszú farkok kulcsszavak (long-tail keywords) azok a kifejezések, amelyek általában három vagy több szóból állnak, és sokkal specifikusabbak. Például a „fitness edzés kezdőknek” vagy „otthoni zsírégető gyakorlatok” kifejezések nagyobb eséllyel hoznak releváns látogatókat.
5. Használj közösségi médiát és fórumokat: Nézd meg, hogy az emberek milyen kérdéseket tesznek fel a fitness témájában a közösségi média platformokon, mint például a Facebook vagy az Instagram. Fórumokon, mint a Reddit vagy a Quora, szintén hasznos információkat találhatsz.
6. Olvasd el a szakmai blogokat és cikkeket: Figyeld meg, hogy a fitness szakemberek milyen kulcsszavakat használnak a bejegyzéseikben. Ez inspirációt adhat számodra is, és segíthet új ötletekben.

7. Készíts tartalomstratégiát: Miután összegyűjtötted a potenciális kulcsszavakat, gondolkodj el, hogyan tudnád ezeket felhasználni a tartalmaidban. Készíts blogbejegyzéseket, videókat vagy infografikákat a legkeresettebb témák köré.

8. Optimalizáld a meglévő tartalmadat: Ha már van néhány bejegyzésed, nézd meg, hogy milyen kulcsszavakra rangsorolsz, és optimalizáld őket a legkeresettebb kifejezésekre.

9. Ne felejtse el a SEO alapelveket: Használj megfelelő címeket, meta leírásokat, és gondoskodj arról, hogy a kulcsszavakat természetesen integráld a szövegbe. A kulcsszavakat a címekben, alcímekben és a bejegyzés első 100 szavában helyezd el.

10. Kövesd nyomon az eredményeket: Használj analitikai eszközöket, mint a Google Analytics, hogy nyomon követhesd, mely kulcsszavak hozzák a legtöbb forgalmat a weboldaladra. Ezen információk alapján folyamatosan finomíthatod a stratégiádat.

Ezek a lépések segíthetnek abban, hogy olyan kulcsszavakat találj, amelyek növelik a látogatottságodat és elősegítik a bevételed növelését!

## Milyen egy jó cikk felépítése seo szempontból?

Egy SEO szempontból jól felépített cikk nemcsak a keresőmotorok számára vonzó, hanem a felhasználók számára is könnyen érthető és hasznos.

### Íme, egy általános vázlat:

#### 1. Alapos kulcsszó kutatás:

- Fő kulcsszó: A cikk központi témáját kifejező szó vagy kifejezés.
- Kapcsolódó kulcsszavak: A fő kulcsszóhoz kapcsolódó, szinonim vagy hasonló kifejezések.
- Hosszú farkú kulcsszavak: Specifikus, kevésbé versenyképes kifejezések, amelyek célzottabb forgalmat hozhatnak.

#### 2. Bevezető:

- Figyelemfelkeltő bekezdés: Egy érdekes kérdés, egy meglepő tény vagy egy erős állítás, ami felkelti az olvasó érdeklődését.
- Fő kulcsszó: A fő kulcsszó természetes módon történő beillesztése az első bekezdésbe.
- Cikk céljának meghatározása: Miért érdemes elolvasni a cikket? Milyen problémára ad megoldást?

#### 3. Tartalom:

- Struktúra: A tartalmat alcímekkel tagold, hogy könnyen áttekinthető legyen.
- Kulcsszó sűrűség: A kulcsszavakat természetes módon illeszd be a szövegbe, de ne erőltetsd túl.
- Alpontok: A fő gondolatokat bontsd ki alpontokra, hogy könnyebben emészthető legyen a tartalom.
- Lábjegyzetek, hivatkozások: Ha szükséges, hivatkozz megbízható forrásokra.

#### 4. Következtetés:

- Összefoglalás: Ismételd meg a cikk legfontosabb pontjait.
- Felhívás a cselekvésre: Kérj a látogatóktól valamilyen lépést, például kommentálást, megosztást vagy feliratkozást a hírlevélre.

#### 5. Metacímke és meta leírás:

- Metacímke: Rövid, informatív cím, amely tartalmazza a fő kulcsszót.
- Meta leírás: Rövid leírás, amely összefoglalja a cikk tartalmát és tartalmazza a fő kulcsszót.

## 6. Képek és videók:

- Releváns képek: Illusztrálják a szöveget és vonzóbbá teszik a cikket.
- Alt attribútum: A képekhez adj hozzá alt attribútumot, amelyben szerepel a kulcsszó.
- Videók: A videók is hatékonyan vonzzák a figyelmet és növelik az elköltött időt az oldalon.

## 7. Belső és külső linkek:

- Belső linkek: Hivatkozz más releváns cikkekre a saját weboldalon belül.
- Külső linkek: Hivatkozz megbízható forrásokra, de ne túlzásba vidd.

## 8. Mobilbarát kialakítás:

- A cikknek jól kell kinéznie és működnie minden eszközön.

## További tippek:

- Egyedi tartalom: Kerüld a másolt tartalmakat, mindig hozz létre eredeti anyagot.
- Frissítés: Rendszeresen frissítsd a cikkeket, hogy mindig aktuálisak maradjanak.
- Elemzés: Használj SEO eszközöket, hogy nyomon követhesd a cikk teljesítményét és folyamatosan optimalizálhasd.

## Példa egy jól felépített cikk vázlatára:

- Cím: Hogyan készítsünk tökéletes omlettet? (Fő kulcsszó: tökéletes omlett)
- Bevezető: Miért olyan népszerű az omlett? Milyen típusú omletteket különböztetünk meg?
- Tartalom:
  - Az omlett alapanyagai
  - A tökéletes omlett elkészítésének lépései
  - Különböző omlett variációk
- Következtetés: Összefoglalás, felhívás a kommentelésre, recept megosztása.

## Felhasználói szándék:

- Információs keresés: Ha a felhasználó információt keres, a cikknek részletes és átfogó választ kell adnia a kérdésére.
- Navigációs keresés: Ha a felhasználó egy konkrét weboldalt vagy terméket keres, a cikknek egyértelműen vezetnie kell a megfelelő oldalra.
- Ha a felhasználó vásárolni szeretne, a cikknek ösztönöznie kell a vásárlásra.

## Mutasd meg, hogy szakértő vagy a témában.

- Authority (hitelesség): Építsd fel a hitelességedet hivatkozásokkal, díjakkal vagy szakmai tapasztalattal.
- Gondoskodj arról, hogy a tartalmad pontos, friss és megbízható legyen.
- Fókuszálj a felhasználói élményre: A felhasználó legyen a középpontban.
- Használj hosszú farkú kulcsszavakat: Ezek kevésbé versenyképesek és célzottabb forgalmat hozhatnak.
- Készíts felsorolásokat és pontokat: Ezek könnyebben olvashatók és megjegyezhetőek.
- Variáld a mondatfelépítést: Ne használj monoton mondatszerkezeteket.
- Használj fejléceket: A fejlécek segítenek a tartalom tagolásában és a kulcsszavak kiemelésében.

Egy példa egy részletesebb cikkvázlatra:

- Cím: A legjobb növények kezdő kertészeknek – teljes útmutató (Fő kulcsszó: kezdő kertész)
- Bevezető: Miért érdemes kertészkedni? Milyen növények ideálisak kezdőknek?
- Tartalom:
  - A legkönnyebben gondozható növények listája
  - Tippek a növények kiválasztásához
  - Ültetés lépésről lépésre
  - Gondozási tippek
  - Gyakori kérdések és válaszok
- Következtetés: Összefoglalás, felhívás a kertészkedésre, ajánlás további olvasmányokhoz.

Egy SEO-optimalizált cikk nemcsak a keresőmotorok számára vonzó, hanem a felhasználók számára is értékes és hasznos tartalom. A sikeres SEO-stratégiához elengedhetetlen a folyamatos tanulás, az adaptáció és az új trendek követése.



# A KULCSSZÓ SZÁNDÉKÁNAK JELENTŐSÉGE AZ SEO-BAN

## Miért fontos a keresési szándék?

Amikor valaki beír egy kifejezést a keresőbe, az nem csak egy sor karakter, hanem egy szándék is. Ez a szándék lehet információs jellegű (pl. "mi az a SEO?"), navigációs (pl. "Facebook bejelentkezés"), tranzakciós (pl. "iPhone 14 Pro Max megvásárlása") vagy lokális (pl. "közelben lévő pizzéria").

A keresőmotorok, elsősorban a Google, folyamatosan fejlesztik algoritmusukat, hogy a felhasználóknak a lehető legrelevánsabb eredményeket mutassák. Ennek érdekében nemcsak a kulcsszavak jelenlétét vizsgálják az oldalakon, hanem azt is, hogy a tartalom mennyire felel meg a felhasználó szándékának.

## Miért fontosak a vásárlási szándékú kulcsszavak?

- **Konverzió:** Ezek a kulcsszavak azt jelzik, hogy a felhasználó valószínűleg vásárolni szeretne. Ha az oldalad pontosan erre a szándékra ad választ, sokkal nagyobb az esélye, hogy a látogató vásárlóvá válik.
- **Verseny:** Általában kevesebb a verseny ezeknél a kulcsszavaknál, mint az általánosabb kifejezéseknél.
- **Célozottság:** A vásárlási szándékú kulcsszavakkal pontosabban tudod megcélozni a célközönséged.

Példák vásárlási szándékú kulcsszavakra:

- "iPhone 14 Pro Max ár"
- "Nike cipő rendelés online"
- "Legjobb kávéfőző"
- "[terméknév] akció"
- "[szolgáltatás] Budapest"

Próbáld meg kitalálni, milyen kérdéseket tehetnek fel a potenciális vásárlók.

Google keresősáv: Amikor beírsz egy kulcsszót a Google keresősávjába, a rendszer automatikusan kiegészíti a kifejezést, és javaslatokat tesz.

## Hogyan optimalizálj a vásárlási szándékú kulcsszavakra?

- **Címek és leírások:** A címben és a meta leírásban használd a kulcsszót.
- **Tartalom:** A tartalom legyen informatív és győződj meg róla, hogy a felhasználó megtalálja a keresett információt.
- **CTA (Call to action):** Hívj fel a vásárlásra egyértelmű és vonzó CTA-val (pl. "Vásárolj most", "Add a kosárhoz").
- **Landing oldalak:** Készíts különálló landing oldalakat az egyes termékek vagy szolgáltatások számára.

A vásárlási szándékú kulcsszavakra való optimalizálás kulcsfontosságú a konverziók növelésében. Ha megérted, hogy a felhasználók milyen szándékkal keresnek, pontosabban tudod megcélozni őket és növelni az eladásaidat.

# A SEO EGY FOLYAMATOSAN VÁLTOZÓ TERÜLET, DE NÉHÁNY ALAPELV MINDIG IGAZ MARAD.

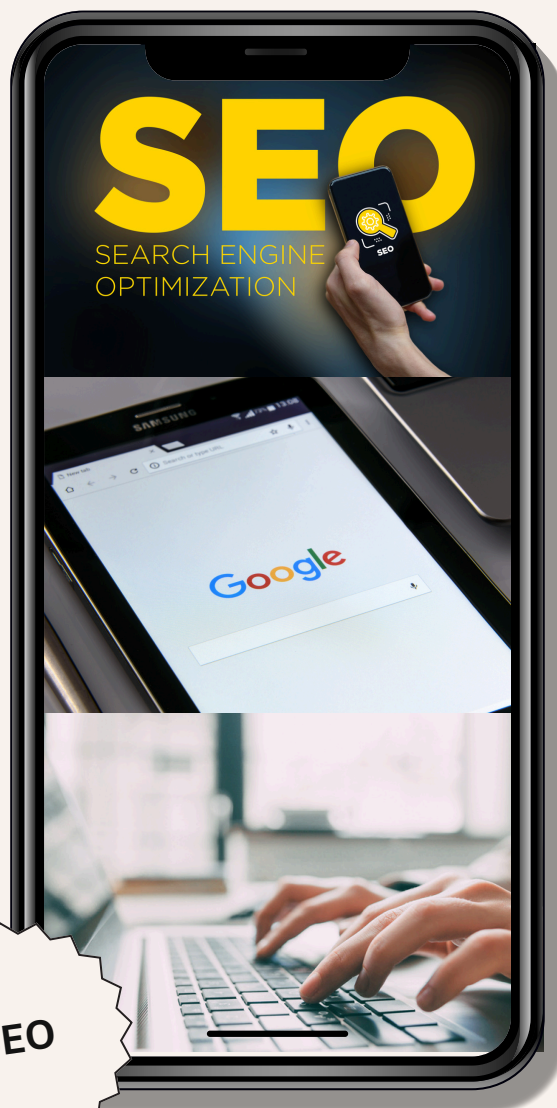
- **Minőségi tartalom:** A Google algoritmusok egyre jobban képesek megérteni a természetes nyelvet, ezért a minőségi, egyedi és informatív tartalom a legfontosabb.
- **Technikai alapok:** A gyors betöltődés, a mobilbarát kialakítás, a megfelelő metacímkek és meta leírások mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a keresőmotorok könnyebben indexeljék és rangsorolják a weboldalad.

## A felhasználói élmény a legfontosabb

- **Egyszerű navigáció:** A látogatóknak könnyen meg kell találniuk a keresett információt.
- **Mobilbarát weboldal:** Egyre több felhasználó mobiltelefonon böngész az internetet, ezért a weboldaladnak mobilbarátnak kell lennie.
- **Gyors betöltődés:** A lassú weboldalak elriasztják a látogatókat.

## A linképítés nem halott, de megváltozott

- **Minőségi linkek:** A természetes, releváns linkek továbbra is fontosak a rangsorolás szempontjából.



A TARTALOM A KIRÁLY, DE A TECHNIKAI OPTIMALIZÁLÁS A TRÓN! A TARTALOM A KIRÁLY, DE A  
A SEO EGY HOSSZÚ TÁVÚ BEFEKTETÉS A SEO EGY HOSSZÚ



# GYAKORLATI PÉLDÁK:

Tegyük fel, hogy van egy weboldalad, ahol részletesen bemutatod a Millenáris őszi programját. Az oldal tartalmazza az események időpontjait, leírásait, helyszíneit, és akár jegyvásárlási lehetőséget is.

Miért fontos a SEO ebben az esetben?

- **Több látogató:** Ha valaki Budapesten él és érdeklődik őszi programok iránt, akkor valószínűleg beírja a Google-ba, hogy "őszi programok Budapest" vagy "Millenáris őszi program". Ha a te oldalad jól szerepel a keresési találatok között, akkor sokkal több ember fogja megtalálni és meglátogatni.
- **Célközönség:** Az SEO segítségével pontosan azokat az embereket tudod elérni, akiket érdekelnek az őszi programok. Nem kell véletlenszerűen reklámozni, hanem közvetlenül azokhoz juthatsz el, akik már eleve keresik ezt a típusú információt.
- **Növekvő jegyeladás:** Minél több ember látogatja meg az oldalad, annál nagyobb az esélye annak, hogy valaki megvásárolja a jegyeket az eseményekre. Ezáltal növelheted a rendezvények látogatottságát és a bevételedet.
- **Márkaépítés:** Ha az oldalad folyamatosan magas helyezést ér el a keresőmotorokban, az növeli az oldalad és a Millenáris márkájának ismertségét.

Hogyan segíthet az SEO?

- **Kulcsszóoptimalizálás:** Használj olyan kulcsszavakat, amelyeket az emberek valószínűleg beírnak, amikor őszi programokat keresnek Budapesten (pl. "Millenáris őszi program", "őszi fesztiválok Budapest", "budapesti programok október").
- **Minőségi tartalom:** Készíts részletes és érdekes leírásokat az eseményekről, használj vonzó képeket és videókat.

- Mobilbarát weboldal: Sokan okostelefonon keresnek programokat, ezért fontos, hogy az oldalad jól nézzen ki és gyorsan betöltődjön mobil eszközökön.
- Linképítés: Próbáld meg minőségi linkeket szerezni más weboldalakról, amelyek szintén az őszi programokkal foglalkoznak.
- Közösségi média: Oszd meg az oldalad tartalmát a közösségi médiában, hogy még több emberhez eljuss.

A SEO egy kiváló eszköz arra, hogy a Millenáris őszi programját minél többen megismerjék. Ha megfelelően optimalizálod az oldaladat, akkor növelheted a látogatószámot, a jegyeladást és a márkaismertséget.

### **Egy újabb SEO példa: Személyi edző, aki online edzéstervet készít**

A helyzet: Egy személyi edző szeretne több ügyfelet szerezni az online edzésterveivel.

Cél: A blogján keresztül szeretné bemutatni a szolgáltatásait és elérni azokat, akik otthon szeretnének edzeni.

Hogyan segíthet az SEO?

#### 1. Kulcsszó kutatás:

- Általános kulcsszavak: online edzésterv, otthoni edzés, személyi edző online, fogyás, izomépítés, alakformálás, stb.
- Célcsoport specifikus kulcsszavak: nőknek szóló edzésterv, férfiaknak szóló edzés, kezdőknek szóló edzés, stb.
- Problémákhoz kapcsolódó kulcsszavak: súlyfelesleg, mozgásszegény életmód, stb.

#### 1. Tartalom optimalizálás:

- Blogbejegyzések: Írj részletes blogbejegyzéseket különböző témákban, például: "Hogyan állíts össze hatékony otthoni edzéstervet?", "A legjobb gyakorlatok kezdőknek".
- Videók: Készíts rövid edzésvideókat, amelyeket feltöltesz a YouTube-ra és beágyazod a blogodba.
- Ingyenes anyagok: Készíts egy ingyenes e-bookot vagy egy rövid edzésprogramot, amit a látogatók letölthetnek.

#### 1. On-page optimalizálás:

- Kulcsszó sűrűség: Használd a kiválasztott kulcsszavakat természetes módon a szövegben.
- Fejlécek: Használj fejléceket (H1, H2, stb.) a szöveg tagolására és a kulcsszavak kiemelésére.
- Belső linkek: Hivatkozz más releváns blogbejegyzésekre vagy oldalakra a weboldalon belül.

#### 1. Linképítés:

- Hivatkozások más weboldalakról: Próbáld meg linkeket szerezni más weboldalakról, például egészségügyi portálokról, fitness blogokról vagy online magazinokról.
- Vendégbejegyzések: Írj vendégbejegyzéseket más releváns weboldalakra, amelyekben hivatkozhatasz a saját oldaladra.

#### 1. Közösségi média:

- Oszd meg a bejegyzéseket: Oszd meg a blogbejegyzéseket és a videókat a közösségi média platformokon, hogy eljussanak még több emberhez.
- Csatlakozz releváns csoportokhoz: Csatlakozz olyan Facebook csoportokhoz vagy fórumokhoz, ahol az emberek az edzéssel és az egészséges életmóddal foglalkoznak.

## Miért működik ez?

- Szakértői státusz: Az informatív és hasznos tartalmak szakértőként pozicionálják az edzőt.
- Bizalomépítés: Az ingyenes anyagok és a videók bizalmat építenek és közelebb hozzák az ügyfeleket.
- Célzott forgalom: A megfelelő kulcsszavak használatával az edző pontosan azokat az embereket tudja elérni, akik érdeklődnek az online edzés iránt.
- Példa címre: "Hatékony otthoni edzésterv kezdőknek – Ingyenes edzésprogram letölthető!"
- Példa meta leírásra: "Szeretnél formába lendülni otthonról? Ebben a cikkben megtalálod a legjobb gyakorlatokat kezdőknek. Töltsd le ingyenes edzésprogramot és kezd el még ma!"
- Ezzel a módszerrel a személyi edző felépítheti az online jelenlétét és több ügyfelet szerezhet az edzésterveire.

Az SEO egy olyan eszköz, amely segítségével a személyi edző saját maga építheti fel az online jelenlétét, és közvetlenül elérheti a célközönségét. Ezáltal növelheti a bevételét és hosszú távon fenntartható üzletet építhet.

## Miért fontos a SEO egy webshop tulajdonosának?

Segít abban, hogy a potenciális vásárlók könnyebben megtalálják a webshopot a keresőmotorokban, így növelve a látogatottságot és a bevételt.

Nézzünk néhány konkrét példát:

- Növekvő forgalom: Ha valaki például "kék női póló" kifejezésre keres, akkor a jól optimalizált webshopod megjelenik az első találatok között. Ez azt jelenti, hogy több ember fogja meglátogatni az oldaladat, és nagyobb eséllyel vásárolnak is.
- Célzott vásárlók: Az SEO segítségével olyan vásárlókat tudsz megszólítani, akik már aktívan keresnek a termékeidre. Ez azt jelenti, hogy a marketing költségeid hatékonyabban használhatod fel, mivel a hirdetésekhez képest kisebb a szóródás.
- Hitelesség építése: Egy jól optimalizált webshop megbízhatóbbnak tűnik a vásárlók szemében. Ha a weboldalad a keresőmotorok első oldalain jelenik meg, az azt jelenti, hogy a keresőmotorok is relevánsnak és hitelesnek ítélik meg.
- Versenyelőny: Ha a versenytársaid nem foglalkoznak SEO-val, akkor te könnyen előnybe kerülhetsz. A magasabb helyezések a keresőmotorokban azt jelentik, hogy több vásárlót szerezhetsz meg.
- Hosszú távú bevétel: Az SEO egy hosszú távú befektetés. Ha egyszer felépítetted a webshopod SEO-ját, akkor hosszú távon is folyamatosan érkezhettek új vásárlók.

Konkrét példa:

Tegyük fel, hogy egy online cipőbolt vagy. Ha a webshopodat jól optimalizálod a "női sportcipő" kulcsszóra, akkor amikor valaki ezt a kifejezést beírja a Google-ba, a te oldalad fog megjelenni az első találatok között. Ez azt jelenti, hogy azok a nők, akik éppen sportcipőt keresnek, nagy valószínűséggel a te oldaladon fognak vásárolni.

A SEO egy olyan eszköz, amely segítségével a webshop tulajdonosok növelhetik a láthatóságukat, a forgalmat és a bevételüket. Egy jól optimalizált webshop nem csak a keresőmotorokban, hanem a vásárlók szemében is hitelesebb és vonzóbb lesz.

## Miért fontos az SEO egy hírportálnak vagy tematikus oldalnak, amely a Google Adsense-ből él?

Egy hírportál, tematikus oldal esetében az SEO nem csak egy eszköz a látogatószám növelésére, hanem a bevétel stabilizálására és növelésére is.

Íme, néhány konkrét ok:

- **Stabil és organikus forgalom:** A SEO segítségével olyan látogatókat szerezhetsz, akik nem hirdetésekre kattintanak, hanem a keresőmotorokban találnak rád. Ez azt jelenti, hogy a bevételed nem függ annyira a hirdetési ártól és a hirdetési aukciótól.
- **Magasabb CTR:** Azok a látogatók, akik a keresőmotorokon keresztül érkeznek a hírportálra, általában célzottabbak és nagyobb valószínűséggel kattintanak a hirdetésekre. Ez magasabb kattintási arányt (CTR) eredményez, ami pedig magasabb Adsense bevételt jelent.
- **Növekvő oldalnézések:** A SEO által generált forgalom nem csak a főoldalt, hanem a belső oldalakat is meglátogatja. Ez több oldalnézést eredményez, ami több hirdetési lehetőséget jelent.
- **Hitelesebb forrás:** A keresőmotorokban előkelő helyen szereplő hírportálok hitelesebbnek tűnnek a felhasználók számára. Ez bizalmat épít, és a látogatók hajlamosabbak lesznek visszatérni és több időt tölteni az oldalon.
- **Alacsonyabb hirdetési költségek:** Mivel az SEO által generált forgalom nem kerül pénzbe, így több pénzt fordíthatsz más marketing tevékenységekre vagy a tartalom fejlesztésére.

## Hogyan segíti az SEO a hírportál Adsense bevételét?

- **Releváns hirdetések:** A keresőoptimalizálás segítségével a hírportál tartalma még relevánsabbá válik a keresőmotorok számára. Ez azt eredményezi, hogy a Google relevánsabb hirdetéseket jelenít meg az oldalon, amelyekre nagyobb a valószínűség, hogy a látogatók rákattintanak.
- **Jobb felhasználói élmény:** A jól szerkesztett, könnyen navigálható és gyorsan betöltődő weboldal jobb felhasználói élményt nyújt. Ez a hosszú távon a látogatók számának növekedéséhez és a magasabb Adsense bevételhez vezet.
- **Mérhető eredmények:** Az SEO eszközök segítségével pontosan nyomon követheted, hogy melyik kulcsszó hozza a legtöbb látogatót és bevételt. Ez lehetővé teszi, hogy optimalizáld a stratégiádat és a leghatékonyabb csatornákra összpontosíts.

Az SEO és az Adsense egymást erősítő párost alkotnak egy hírportál esetében. Az SEO segít a hírportálnak abban, hogy több látogatót szerezzen, míg az Adsense lehetővé teszi, hogy ezekből a látogatókból bevételt generáljon.





**A SEO egy komplex és folyamatos folyamat, amelynek célja, hogy weboldalad a lehető legmagasabb helyen jelenjen meg a keresőmotorokban. Azáltal, hogy megérted az SEO alapelveit és folyamatosan fejleszted a stratégiádat, növelheted a weboldalad láthatóságát és sikerét!**

# KÖSZÖNÖM



## HOGY VELEM TARTOTTÁL!

**TOVÁBBI E-BOOKOK ÉS VIDEÓS KURZUSOK  
A WEBOLDALAMON!**



**NÉZD  
MEG!**

[KLIKK IDE ÉS NÉZZ KÖRÜL!](#)