

1. Optimizacija u 10 koraka

Danas najčešće kod web programiranja čujete da neko ima web sajt firme koji ima malu posetu, ne postoji u Google pretragama ili je na nekoj lošoj poziciji (na primer tek 5 strana). Zato je **dobro optimizovan sajt veoma važna stavka** pored svih ostalih programerskih elemenata – dizajn, prilagodljivost za mobilne itd. U nastavku pojasnićemo koje su to važne stavke koji bi trebalo da neko ko radi web sajtove da primeni da bi **sajt vremenom bio "vidljiv" na Google** i naravno tim omogućio bolju pozicioniranost. Za početak da naglasimo, ovde nije reč o **Plaćenim oglasima na Google (Add Words)** jer je to sistem – **"koliko para toliko muzike"**.

Koraci ovde prikazani baziraju se na **podešavanju nekih elemenata u samom kodu** kao i potrebnih aktivnosti koje su potrebne da bi se stranice indeksirale od strane Google-a. Da počnemo od toga da se Vi nekome uradili neki sajt ili web aplikaciju – nije važno da li običan web sajt, online prodavnica i sl ...

Idemo redom ...

1) Resposne web dizajn - prilagođenost za mobilne uređaje

Pre bilo kakvog početka programiranja web sajta odmah definišite da **sajt mora biti prilagođen za mobilne (tzv Response web dizajn)**. Prilagodljivost za mobilne u startu **daje "naznaku" Google da sajt bude vidljiv u pretrazi**. Preporučujemo da koristite već gotove Bootstrap biblioteke sa stilovima i JQUERY bibliotekama koji veoma brzo pozivaju sve potrebne elemente za efikasno renderovanje web sajta na svim mobilnih uređaja.

2) Jezik, title i meta tagovi u head sekciji

Neka određena web strana ima sadržaj koji promovise na primer **"izradu web sajtova"**. Za početak definišite koje su to ključne reči po kojima bi trebalo da se dođe do te stranice. Postaviti pitanje koja je **Vaša ciljna grupa**:

- to su ljudi koji žele web sajt, da je cena povoljna i da je firma iz Srbije

- Preporučljivo je da imate **verziju web sajta i bar na još jednom jeziku**, na primer engleskom.

Svaka strana bi trebalo da ima svoj **TITLE, ključne reči i opis. NE DUPLIRAJTE TE ELEMENTE NA OSTALIM STRANICAMA!**

- **Title** - maks. 70 karaktera

- **Keywords** - maks. 10. **Ključne reči bi trebalo da se pojavljuju u istom formi i u tekstu na toj stranici.**

- **Description** - Opis treba da bude **1-2 rečenice, maks. 160 karaktera**. Opis bi trebao da se pojavi i u samom tekstu na web strani.

U HEAD sekciju uneti sledeći kod ...

```
<title> Izrada web sajtova | već od 250 eura | Beograd </title>
<meta name="keywords" content="web dizajn, izrada web sajtova, izrada web sajtova cene, Beograd" />
<meta name="description" content="Bavimo se izradom web sajtova po veoma povoljnim cenama." />
```

3) Tekst na sajtu – Headings 1, 2 itd ...

Sam tekst čini suštinu informativnog dela web sajta I mora da ima neke forme koje omogućavaju da optimizacija bude dobo urađena. Ima nekoliko stavki koje bi trebalo da ubacite u tekst ...

- ✓ glavni naslov teksta u vidu ključnih reči i da bude **oivičen kao h1 tag (naslov pisati malim slovima. samo prvo slovo veliko.)**
- ✓ **preporuka:** glavni naslov da ima u sebi i brojeve (na primer "kursevi autocad-a u beogradu već od 100 eura" ili "popust od 20% na sve naše kurseve programiranja")
- ✓ podnaslov teksta u vidu opisa i da bude **oivičen kao h2 tag (naslov pisati malim slovima. samo prvo slovo veliko.)**
- ✓ tekst treba da bude paragrafski i **pojedine ključne reči boldovane** i da imaju formu **ključnih reči iz meta tags keywords**. preporuka je da se u tekstu nalaze i linkovi u formi ključnih reči koji vode do drugih web strana.
- ✓ početna (index page) obavezno mora da ima neki **tekst sa ključnim rečima**. google prati "gustinu" teksta kao osnovu za pretragu.
- ✓ **tekst ne sme da bude kopiran sa nekih drugih sajtova**
- ✓ **preporuka je da tekst glavnog sadržaja ima minimum 1900 reči.**
- ✓ **nemojte na web strani nizati ključne reči** one moraju biti logički implementirane u sam tekst.
- ✓ jezik kojim je pisan tekst mora da odgovara jeziku koji ste naveli na početku.

4) Linkovi u formi ključnih reči i bez ekstenzije html, php

Kada kreirate linkove, odnosno stranice, linkovi moraju da imaju formu ključnih reči. Takođe, preko HTACCESS fajla podesiti da se linkovi u Browseru prikazuju **bez ekstenzija html ili php** odnosno da je link što jednostavnije forme. Na primer link koji vodi do stranice "izrada-web-aplikacija" tako da pun link ima formu: www.ime-domena/izrada-web-aplikacija

HTACCESS fajl je fajl bez ekstenzije koji se mora tako zvati ".htaccess" sa tačkom ispred i ide u nivou gde je index fajl. Unosom sledećeg koda definišete naznaku serveru da se pokrene engine koji generiše link bez ekstenzije .html ili .php na kraju linka

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-f
RewriteRule ^([\^\.]*)$ $1.php [NC,L]
RewriteRule ^([\^\.]*)$ $1.html [NC,L]
```

5) Sitemap.xml i robots.txt

Danas na internetu postoje **online generatori koji kreiraju Sitemap (MAPU SAJTA)** veoma jednostavno i kao rezultat daju fajl naziva **sitemap.xml** (u XML formatu). XML format je format sličan HTML-ovom načinu kodiranja jer se sastoji od TAG-ova s tim da ovde tagovi predstavljaju sve linkove koji se nalaze na sajtu. Kada se kreira fajl sitemap.xml potrebno da je UPLOAD-ovati na server odnosno tamo gde je sajt postavljen (u folder gde se nalazi index fajl).

robots.txt – su je običan fajl TXT ekstenzije koji se takođe mora Upload-ovati na server u nivou index fajla I gde se daje naznaka Google za sitemap

```
User-agent: Googlebot  
  
Disallow:  
sitemap: https://www.ime-domena.rs/sitemap.xml
```

6. Kreirati stranicu - mapa-sajta (www.ime-domena/mapa-sajta)

Pored fajla sitemap.xml koji se Uplad-uje na server preporuka je da se kreira posebna stranica iste forme kao i sve stranice web sajta, ali na kome će biti prikazani svi linkovi na sajtu. Mapa sajta u toj formi omogućava posetiocu da ne traži preko navigacije nego na jednom mestu ima otvorene sve linkove.

7. Protokol da bude HTTPS

Odaberite provajdera (onome kome plaćate domen i hosting) da Vam omogući opciju da vaš domen ima formu <https://www.tekoms.co.rs/> odnosno da ima **HTTPS protokol sa S na kraju**. Google Chrome je tu opciju uveo i daje prednost kod rezultata pretraga sajtovima koji imaju HTTPS protokol. Kada Vam provajder omogući tu opciju sve linkove treba prelinkovati i dodati S na kraju HTTPS linka. Takođe, uraditi novu mapu sajta gde je listing linkova sa HTTPS.

8. Otvorite stranice na društvenim mrežama - Facebook, Instagram ...

Dobra pozicioniranost se zasniva i na tome da Google "prepozna" da je Vaš sajt zastupljen na drugim sajtovima (zato i služe razni portalima gde se forme oglašavaju) ili česta ponuda firmi po principu **"postavite Vaš baner ovde"**. Drugim rečima, ako Vas ima na više sajtova koji imaju linkove koji vode do vas samim tim postajete **"interesantniji" za Google**. Naravno, oglašavanje na nekim portalima košta ali postoji više opcija da se Vaš sajt pojavi na nekim drugim sajtovima:

- ✓ Otvorite Facebook, Instagram, Pinterest stranicu (besplatno) ukoliko je akcenat Vaših proizvoda na slikama (na primer svet mode, prodaja slika, odeće, obuće itd)
- ✓ Sa firmama koje imaju veze sa vašom delatnošću uradite razmenu linkova (banera)

Gledajte da Vas svugde ima !

9. Pišite blogove

Google prati i koliko se posetioци zadržavaju na Vašem sajtu. Što znači, da je potrebno nešto što nije samo pregled artikala ili usluga. Zato je preporuka da sajt ima i odeljak gde bi bio blog u kome bi se nalazili tekstovi koji **nemaju prodajni karakter nego čisto informativnu formu čak i neke stručne savete.**

Pisanje bloga možda zahteva dodatno vreme da se smisli tema, obradi, podesi po pitanju ključnih reči itd ali je svakako važno jer će neki posetilac da traži neki proizvod da vidi neke korisne informacije (neplanira da kupi) ali pretragom dolazi do sajta gde su tražete informacije, čita detaljno tekst (čime se zadržava na sajtu) i postoji velika mogućnost da se odluči da kupi taj proizvoda baš kod Vas.

Blog, u marketinškom smislu, ima za cilj da preko infomacija, saveta, razmišljanja dođe do potencijanih kupaca.

10. Linkovi, linkovi i samo linkovi !!!

Kada razvijate sajt bilo da je firma, web prodavnica ili portal, **suština su linkovi** odnosno stvaranje **mreže linkova unutar samog sajta**. Na primer, ako imate ponudu da radite sajt za neku firmu **koja ima samo 10 proizvoda najčešća greška bi bila da svih 10 proizvoda postavite na jednu stranicu naziva proizvodi. Preporuka je da se kreira 10 stranica naziva proizvoda** (naravno bez dodatnih ekstenzija na kraju lina) I da imate 10 linkova u formi ključnih reči.

Takođe, u **samom tekstu ubacujte reči u formi ključnih reči** koje su **link ka nekoj strani** gde je određeni artikal. Ova mreža linkova se lako stvori kad se radi web sajt za neke firme koje imaju veliku ponudu (na primer, web shop sa nekoliko artikala) ali opet sa druge strane kada neko zatraži sajt mnogo manjih dimenzija po pitanju ponude odnosno **maksimalno osmisliti sajt tako da se da se razvije mreža linkova.**