



TRENDS



VODIČ ZA INTERNET PRISUSTVO

Sopstveni internet sajt, na svom domenu, osnova je kvalitetnog online nastupa

Lako pronalaženje sajta u moru internet lokacija je ključno za što veći broj posetilaca. Izdvojili smo osnovne korake bitne za izradu sajta i njegov doprinos uspehu neke kompanije na tržištu.

Pre svega, treba odabrati nacionalni internet domen ukoliko se obraćate lokalnom tržištu. Gugl se trudi da pri pretraživanju isporuči što relevantniji rezultat svojim korisnicima, a jedan od glavnih signala za relevantnost nekog sadržaja za lokalnu pretragu je upravo **internet domen**. U 97% pretraga preko Gugla iz Srbije korisnici traže sajtove namenjene lokalnom, srpskom tržištu, a u rezultatima pretrage se daje prednost sajtovima na lokalnim, nacionalnim internet domenima, kao što je naš .RS.

Pri izboru domena, treba obratiti pažnju na reči koje čine poslovni internet identitet. Idealno bi bilo da

je domen istovetan nazivu firme, organizacije, projekta, brenda, proizvoda ili usluge, ili barem da direktno asocira na njih. Međutim, ako je takav naziv predugačak ili se sastoji od više reči, treba razmisliti o skraćenoj varijanti ili skraćenicima od početnih slova, ali pri tom treba voditi računa da i takav naziv treba da bude lak za pamćenje. Poželjno je izbegavati nazive domena sa ciframa, kao i nazive sa crticom (-). Smatra se da naziv domena ne treba da ima više od 20 karaktera, a imajte u vidu da je on i deo e-mail adrese iza znaka „@“.

Postavlja se pitanje kako odabrati pravi CMS za sajt. CMS može da bude baziran na open source, custom i drugim rešenjima, a proizvođač sajta mora naručiocu da obrazloži prednosti i mane svakog ponuđenog rešenja. Popularna open source rešenja su WordPress, Joomla

i Drupal, a da li su pravo rešenje zavisi od potreba i mogućnosti naručioca. CMS mora da omogući, između ostalog, SEO funkcionalnosti, responsive dizajn, WYSIWYG editor sa opcijama za lako i brzo formatiranje teksta, rad sa šablonima web strana i CSS stilovima, šerovanje sadržaja na društvenim mrežama, analitiku i statistiku posećenosti sajta...

Kako urediti sadržaj i šta je najbitnije u pogledu sadržaja? Sadržaj, kao najvažniji element sajta, mora da bude prilagođen i ljudima i pretraživačima. Ako je primeren posetiocima, logično strukturiran i redovno ažuriran, sadržaj je ono zbog čega posetioce dolaze na sajt, zbog čega se vraćaju, zbog čega preporučuju sajt svojim prijateljima. Sadržaj je ono što Gugl pretražuje, tako da se SEO najviše zasniva na optimizaciji sadržaja sajta, kroz profesio-

nalno napisane tekstove koji sadrže bitne ključne reči, ali ne treba zaboraviti ni slike i njihov opis, jer Gugl i to „čita“.

Pored sadržaja, sajt mora biti jasan, pregledan i jednostavan za posetioce. Koncept sajta utiče na sve njegove sastavne elemente (sadržaj, dizajn i programiranje), i taj početni korak mora da uradi neko sa iskustvom. Njegov zadatak je da osmisli strukturu sajta (teme, logične celine, redosled, istaknuti elementi...), sadržaj po odeljcima sajta, web stranama i nivoima navigacije, kao i sagledavanje potrebnih funkcionalnosti sajta, kao i zahtev za dizajnere i programere.

Da li je poželjno imati i poslovni blog na sajtu? Kratak odgovor je „Da“. Lični ili poslovni blog je najbolji način za stalno umnožavanje bitnih ključnih reči – što voli Gugl, a i najbolji način za content marketing – što vole posetioce.