



שמוליק דורנבאום  
לקרוא וללמוד, להבין וליישם



ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## תוכן עניינים:

- **שמוליק דורנבאום: מי זה בכלל?**
- **הקדמה:** למה אני עושה את זה ומה אתם תדעו כשתסיימו לקרוא
- **פרק 1:** מה זה גוגל? (מעבר לזה שהוא אחלה אתר)
- **פרק 2:** מהו אתר אינטרנט? (דומיין / אחסון וכד')
- **פרק 3:** מהי שפת הקוד HTML ואיך היא קשורה לקידום אתרים?
- **פרק 4:** איך בונים מחקר מילות מפתח?
- **פרק 5:** מה זה נקרא אופטימיזציה לאתר? (פעילות Onsite)
- **פרק 6:** מילון קידום אתרים למתחילים
- **פרק 7:** מהם עדכוני גוגל ומה אכפת לנו מהם?
- **פרק 8:** מהי פעילות Offsite?
- **פרק 9:** איך עוקבים אחר פעילות SEO (ובעזרת אילו כלים כדאי)
- **פרק 10:** עונשים מגוגל, איך להמנע ואיך לפתור
- **סיכום:** קידום אתרים לשנים הבאות

## שמוליק דורנבאום: מי זה בכלל?

לא ידעתי איך לתאר במילים על עצמי עם הרחבות מיותרות ועל ההרצאות שלי, אז אלו כמה נקודות שלדעתי יעזרו לכם להבין מי אני:

- בן 33, נשוי, מבת ים + כלב חמוד שעונה כשקוראים לו
- מקדם אתרים / מנהל שיווק באינטרנט כבר מ-2008
- ב-2009 - למדתי ב SEOcollege (חברת הבת של SEO Israel)
- בשנים האחרונות ניהלתי כמה פרויקטים מאוד גדולים של SEO בארץ ובח"ל, חלקם בזמן שעבדתי כמנהל צוות של SEO Israel, חלקם בזמן שהייתי עצמאי וניהלתי את חברת VPR (Virtual Public Relations)
- אוהב מאוד את החיים הסושיאליסטיים, או בקיצור, פייסבוק. מומזנים לעקוב אחריי, אני כותב הרבה, כל עוד עושים לייקים, אני ממשיך.
- כבר מזה שנתיים ברציפות העברתי הרצאות על SEO בסביבת פיתוח של ג'ומלה בכנסים השנתיים של ג'ומלה בישראל (קישור להרצאה האחרונה: 20.10.14: <http://youtu.be/cHVbxUxdUsA>)
- אני מנהל כמה עמודי פייסבוק, ביניהם עמוד מצליח בעל 25,000 לייקים שנקרא "אל תתרבו" עמוד ציני ומצחיק על אנשים שאסור להם להתרבות (לא רציתי לאחל להם למות)
- בהמשך לסעיף הקודם, העלתי קליפ וויראלי, שיר שהלחנתי העשוי מסטטוסים מצחיקים שנכתבו בעמוד, הקליפ הגיע ל-480,000 צפיות תוך פחות מחודש, אחרי שפורסם בכל מדיה אפשרית, החל ממאקו, סטטוסים מצייצים, YNET, צינור לילה, TIMEOUT, כלכליסט ועוד (אם בא לכם להבין למה: <http://youtu.be/mBqJKszDKaE>)
- בשנת 2011 אחרי ניהול רצוף של כמה שנים של העסק הפרטי שלי, חליתי במחלת הסרטן למשך שנה של טיפולים, בדיקות, ניתוח וכו' החלטתי להרגע קצת ולראות דברים אחרת. כתבתי ספר אודות התקופה, ספוילר: אני לא מת בסוף. מוזמנים לקרוא: <http://30days.co.il>
- היום, אני בריא כמו שור (גם אוכל כמו שור), כותב המון על SEO, נותן שיעורים פרטיים לאנשי SEO מתחילים, ייעוץ אסטרטגי ושיווקי לחברות, ייעוץ SEO וייעוץ על איך מנהלים תיק לקוח מההתחלה ועד לתוצאות לחברות קידום אתרים ועוד. מוזמנים לבקר באתר הראשי שלי: [www.vprweb.co.il](http://www.vprweb.co.il)
- מלמד כמה שיעורים בקורס של SEO College (לרוב, אודות בניית קישורים)
- שאלות? מוזמנים לשלוח מייל: [seovpr@gmail.com](mailto:seovpr@gmail.com)
- ועכשיו, קדימה, ללמוד:

## הקדמה: למה אני עושה את זה ומה אתם תדעו כשתסיימו לקרוא

אנשים מכירים אותו בתור מנוע חיפוש, אני (והלקוחות שלי) מכירים אותו בתור מקור פרנסה בלעדי. גוגל, מהרגע הראשון שקם ועד היום, מביא מיליוני גולשים בכל יום למיליוני אתרים, חלקם בעזרת התוצאות האורגניות וחלקם בעזרת תוצאות ממומנות. אתם צריכים להבין משהו אחד, אם אתם לא שם (כן אני הולך להגיד את הקלישאה המוכרת) אתם לא קיימים.

אתר שנמצא בתוצאות בגוגל, יכול לקבל גולשים,  
אתר שנמצא גבוה בתוצאות של גוגל, יכול לקבל לקוחות.

בספר הקצר אך מקצועי הבא תקראו את העובדות החשובות ביותר שיש לדעת בתחום SEO בישראל, לא תהפכו להיות מקצועני פרסום ושיווק באינטרנט, אבל תדעו את הדברים הבאים:

- מאיפה בדיוק אתם צריכים להתחיל
- מהו מחקר מילות מפתח, ולאילו ביטויים אני צריך לכוון את האתר שלי לקידום
- איך להבין קוד HTML בכל אתר (שלכם / של מתחרים)
- איך מבצעים (ואיך לא!) אופטימיזציה לאתר
- מהם המושגים בתחום ומה פירושם
- איך להתמודד עם עדכונים של גוגל ולהיעזר בהם למען קידום האתר שלנו
- ועוד

קידום האתר תלוי אך ורק בכם, בשעות העבודה שלכם, בהיכרות שלכם עם האינטרנט וכמובן, לדעת לחפש בגוגל, למצוא - זו עבודתם של הלקוחות הפוטנציאליים שלכם.

אז למה אני עושה את זה בעצם? החלום שלי הוא להפסיק לראות אתרים שמתקדמים בכח הרמאות והטעויות, צריך ליישר קו בישראל, הרבה מאוד לקוחות מגיעים אלי בטענה של "עשו לי טעויות, תתקן לי" אז מכיוון שאתר הוא לא מכונת כביסה, צריך לדעת מלכתחילה לגשת לאתר בצורה נכונה ומקצועית. אם יש לכם שאלות, מענות, בקשות, העדפות ו/או סתם מחמאות, מוזמנים לדבר איתי במייל הג'מיילי שלי: [seovpr@gmail.com](mailto:seovpr@gmail.com), זמין בשמחה. (אם לגבי פרק ספציפי, שלחו לי את מספר הפרק ואת השאלה ביחד)

## פרק ראשון: מה זה גוגל?

אני יודע שזה נשמע כמו שאלה פשוטה ואתם בטח חושבים שאתם יודעים את התשובה, אז אל תחשבו ככה אפילו לא לרגע, מעבר לדברים שאתם רגילים לדעת על גוגל מויקיפדיה: "תאגיד רב-לאומי אמריקאי המספק שירותי חיפוש מידע ופרסום ברשת, רשתות חברתיות מקוונות ומערכת הפעלה למכשירים ניידים."

בואו נעשה סדר, גוגל הגיע עם חזון, החזון היה לתת לאנשים את התשובות הטובות ביותר בזמן הקצר ביותר, אני רוצה שתזכרו את המשפט הזה שכתבתי לאורך כל הספר, (אז אכתוב אותו שוב) גוגל תמיד רצו לתת את התשובה הטובה ביותר בזמן הקצר ביותר, מה שאומר שעל מנת שגולש יקבל את מה שגוגל רוצים לתת, האתר שיהיה במקום הראשון בתור התשובה הראשונה צריך לתת את התשובה הטובה ביותר בזמן הקצר ביותר. התבלבלתם? אני אסביר..

על מנת שהחזון של גוגל יתאפשר ברמה הכללית, גוגל בנו מנוע חיפוש עם אלגוריתם מורכב עד מאוד, כמה מורכב? יש בו מעל ל-200 סיגנלים שונים שאמורים להחליט איזה אתר יעלה לפני המתחרה שלו. פייר? בהתחלה זה לא היה כך, בהתחלה גוגל ניסו בסך הכל לתת תוצאות אבל כמו כל חוק בעולם, קודם כל הגיעו הפשעים ואז החלו להמציא חוקים חדשים.

גוגל נתנו מנוע חיפוש שיכול לסרוק את כל האתרים בעולם, כל שאתר צריך לעשות הוא לתת את הגישה לגוגל לסריקה ובאם האתר ימצא כשיר, יוכלו הגולשים למצוא את האתר במנוע החיפוש האימתני של גוגל.

גוגל ניסו לתת תוצאות רגילות ופשוטות ובעקבות "פשעי אינטרנט" ועוד כל מיני תחמנים שניסו לעבוד על גוגל ולתמרן את מנוע החיפוש שלו, גוגל החלו להציב יותר ויותר סיגנלים אשר גרמו לאתרים שרצו להגיע לעמוד הראשון לעבוד קשה, כמה קשה? לעשות עבודת SEO איכותית.

מה זה SEO בעצם? Search Engine Optimization, למרות שהבטחתי רק בפרקים הבאים לדבר על אופטימיזציה, רק שתדעו, שמדובר בפעולת התאמה בין האתר שלכם ולבין הקווים המנחים של גוגל, להעביר את האתר אופטימיזציה זהו בעצם התהליך של להראות לגוגל למה מגיע לנו להיות בעמוד הראשון בתוצאות של הלקוחות הפוטנציאליים שלנו.

האלגוריתם של גוגל מלא בסיגנלים כמו שאמרתי, השאלה היא מהם הסיגנלים? אז קודם כל תדעו שאנחנו לא יכולים לדעת את הסיגנלים ואין מקום אחד בעולם שיכול להגיד לכם מהם כל הסיגנלים שיכולים לגרום לכם להיות במקום הראשון, אחרי הכל אם היה כזה, כולנו היינו מיליונרים.

## פרק שני: מהו אתר אינטרנט?

אם יש משהו שאנחנו צריכים להבין לפני שאנחנו מחפשים את המקום הראשון בגוגל, זהו נושא האתר שלנו, אנחנו צריכים להבין למה יש קשר בין האתר שלנו ולבין החיפוש בגוגל.

קודם כל עלינו להבין ממה אתר מורכב, למשל יש לכם אתר שמורכב מ-5 עמודי תוכן פשוטים (אודות, צור קשר, איך מגיעים וכו'), האתר ה"פשוט" הזה כביכול מורכב מכמה דברים:

### 1. דומיין (שם מתחם)

האתר הזה נקרא בשם כלשהו, לא סתם, חשבתם והגעתם למסקנה שהאתר של חנות הפרחים שלכם צריך להקרא לפי שם החנות עצמה, לדוגמה שם העסק שלכם הוא "חזי והפרחים" אז אתם תיכנסו לאתר שמוכר דומיינים, לדוגמה אתר איגוד האינטרנט הישראלי: [http://www.isoc.org.il/domain\\_heb/registration.html](http://www.isoc.org.il/domain_heb/registration.html) שיעזור לכם להחליט דרך איפה לקנות את הדומיין, דרכם או דרך אתר חיצוני שהם ממליצים עליו. למשל, [heziNflowers.co.il](http://heziNflowers.co.il)

שם הדומיין שלכם צריך להיות בהתאם לשם העסק ובהתאם לאזור בו אתם משווקים. קצת על דומיינים:

- [co.il](http://co.il): דומיין Commercial שמכוון לישראל
- [com](http://com): דומיין Commercial אינטרנשיונל שמכוון לכלל העולם (לרוב, בארה"ב)
- [net](http://net): דומיין שקשור לרשתות תקשורת
- [org](http://org): מוסדות התנדבותיים וארגונים דומים
- [edu / ac](http://edu / ac): דומיינים של מוסדות אקדמיים (רק בעלי רשיונות של מוסדות כאלו יכולים לרכוש)
- [gov](http://gov): מוסדות ממשלתיים
- [לרשימה המלאה בויקיפדיה](#)

### 2. קבצים

האתר מורכב מקבצים, קבצים אשר מלאים בשורות קוד שונות (.net / asp / html / php וכד'), הקבצים הללו חייבים להיות על שרת. האתר אמור להכיל לא רק קבצי קוד אלא גם קבצי וידאו, סאונד, תמונות ועוד. תלוי בסוג האתר, לרוב, אתר תדמיתי אמור לשקול מבחינת קבצים כ-50-100 מגה מקסימום.

### 3. אחסון

השרתים הללו הינם מחשבים שעובדים 24 שעות אונליין ונגישים באינטרנט. אתם לא צריכים לדעת קוד, אתם רק צריכים לחפש חברת אחסון ולבדוק מה היא יכולה לתת לכם, מקום פנוי באחסון? (תלוי במתכנת שלכם וגודל האתר) כמות תיבות מיילים שקשורות לאתר שלכם (לדוגמה: [info@heziNflowers.co.il](mailto:info@heziNflowers.co.il)) ועוד שאלות שלרוב, יענה עליהן אותו אחד שבנה את האתר שלכם, ואם אתם אלו שבניתם את האתר, רצוי מאוד שתדעו מה זה אחסון.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

## פרק שלישי: מה זה HTML ומה הקשר ל SEO?

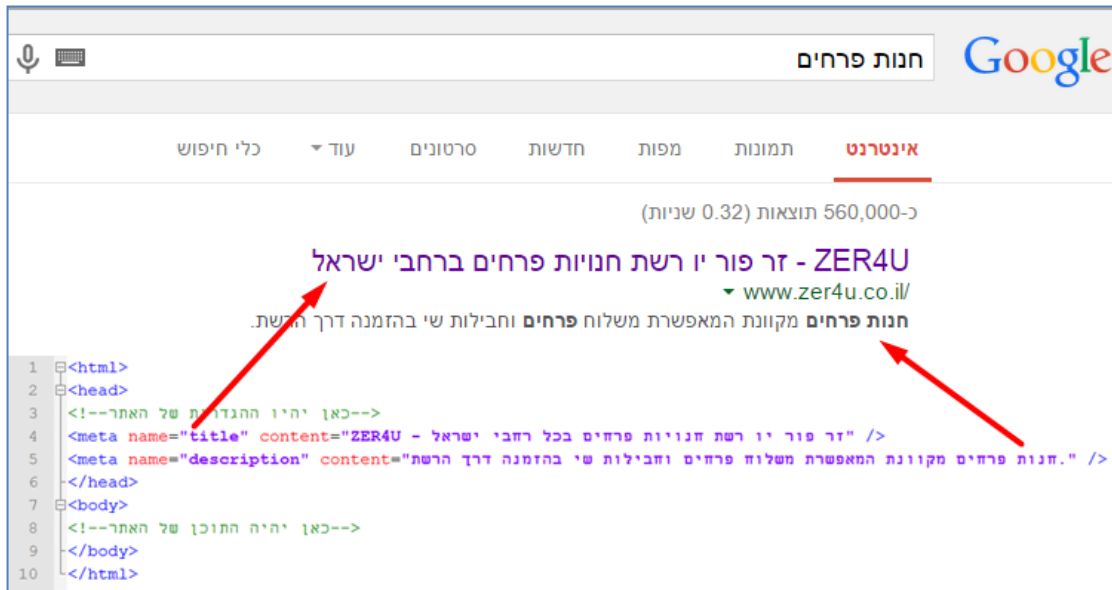
כמו שאמרתי בפרק השני, אתר בנוי מקבצים, ולמרות שכל אתר יכול להיות בנוי משפת קוד שונה, התצוגה של האתר בעיני הגולש ובעיני הסורקים של גוגל תמיד תהיינה בשפת HTML פשוטה. שפת ה HTML היא בעצם השלד המרכזי של אתרי האינטרנט בעולם, השפה תוכננה לעבוד על כל מחשב אפשרי בעולם, מאוד קלה ללימוד ולכתיבה. השפה מורכבת מכמה אלמנטים פשוטים של הרכבת משפטים ועיצובים כלליים, אנחנו מתכוונים ללמוד עכשיו את הבסיס על מנת לקשר את השפה לקידום האתר בפועל.

קודם כל, אין מה להיבהל, שפת ה HTML היא פשוטה לאחר שמבינים את הבסיס, שימו לב, רוצים לראות דוגמא? כנסו לכל אתר שאתם מכירים / אוהבים ולחצו על המקש הימני בעכבר במסך האתר, ולחצו על View Page Source, יפתח חלון חדש ובו HTML של העמוד עליו לחצתם, שוב, אין לכם מה להלחץ, זה לא שאתם יכולים לשנות משהו אבל בהחלט זה ייתן לכם מבט ראשוני על שפת הקוד.

כך נראה קוד אתר, הקוד מורכב משני אלמנטים חשובים מאוד, ההגדרות של העמוד ותוכן העמוד: (\*שימו לב, המספרים בצד הינם לעזרה בלבד מתוך Notepad++ תוכנה נוחה לכתיבת קוד)

```
1 <html>
2 <head>
3 <!-- כאן יהיו ההגדרות של האתר -->
4 <meta name="title" content="כותרת האתר הראשון שלי" />
5 <meta name="description" content="תיאור האתר הראשון שלי" />
6 </head>
7 <body>
8 <!-- כאן יהיה התוכן של האתר -->
9 </body>
10 </html>
```

כל עמוד HTML מתחיל ב"תגית" של HTML, ולאחר מכן, תגית של head, מה שמקנה לנו את המקום לכתוב את הגדרות העמוד, למשל, מה תהיינה כותרת העמוד בעיני גוגל? מה יהיה תיאור העמוד בעיני גוגל, לדוגמא, כתבתי בגוגל "חנות פרחים", הכותרת והתיאור שיוצאים באתר אלו נתונים שנמשכים מהקוד באתר, לדוגמא:

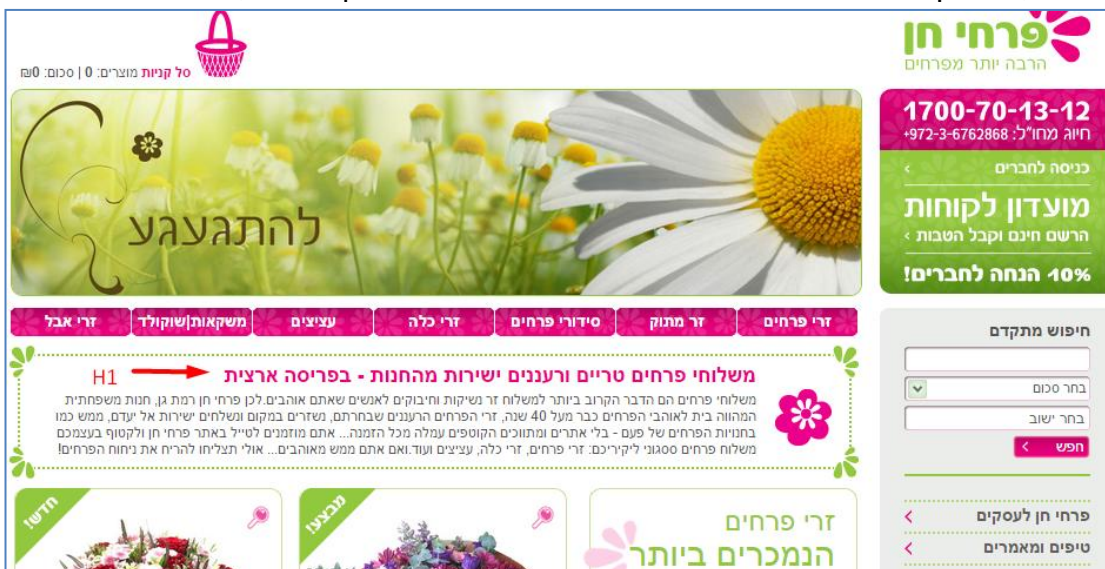


סידרתי את התמונה הנ"ל שתוכלו לראות מה צריך לכתוב בקוד האתר על מנת שזה יופיע בצורה שזה הופיע לי בתוצאות.

לשם כך, אנחנו למדים HTML על מנת שנרצה להראות לגולשים שלנו ולגוגל את המשפט השיווקי הראשון שיצטרך לתפוס את עין הגולש וכמובן, תיאור קצר שיסביר לו למה כדאי לו.

מעבר ל Title ולתגית Description שצינתי בדוגמא הנ"ל, יש עוד כמה תגיות חשובות שנצטרך לדעת לשנות / לשכתב בקידום האתר:

- H1 - כותרת שאמורה להראות לגולש ולגולשים מהו נושא האתר, בניגוד לתגיות הכותרת והתיאור, ניתן לעצב את הכותרת באיזו צורה שרק תרצו, לדוגמא:



ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת לאם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.



שמוליק דורנבאום  
לקרוא וללמוד, להבין וליישם

חיפוש: אינסטלטורים

לפי תחום עיסוק  לפי שם בית עסק

כל הארץ

מחירים כדאי לדעת פורמים מפות zap club

דף הבית > אינסטלטורים

**H1** → **אינסטלטורים**

סימנים מספים	שירותים מיוחדים	סוג שירות	אזור מתן שירות
מאפיינים נוספים	איתור נדילות במצלמה טר... (297)	פתיחת סתימות (545)	אזור ת"א והמרכז (1130)
זמינות	הכנה למדיח כלים (505)	תיקון פיצוץ צנרת (558)	אזור השרון (515)
שפות שירות נוספות	הכנה למכונת כביסה (514)	התקנת ברזים וכלים סני... (559)	אזור חיפה והקריות (426)
	הגברת לחץ מים (473)	הארכת צנרת מים (551)	אזור השפלה (379)
	תיקון משאבות (308)	החלפת צנרת (559)	אזור ירושלים (330)
	עוד/בחירה מרובה...	עוד/בחירה מרובה...	עוד...

תנ | קרוב אלי | מס' מדרגים | דירוג הגולשים | מידע | מיון לפי: **נמצאו 3131 תוצאות**

כותרת ה H1 הינה נחשבת קריטית בעולם ה SEO, כי מה שנכתוב בכותרת הזו באתר, ייחשב בעיני גוגל וכמובן בעיני הלקוח הפוטנציאלי שלכם, הנושא החשוב ביותר לעמוד זה.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## פרק רביעי: איך בונים מחקר מילות מפתח?

הפרק הזה אמור להיות אצלכם מודפס ותלוי בכל קיר בבית עד שתבינו שזהו הנושא שאמור להפוך את האתר שלכם מ"שמעתי עליו פעם" ל"כל דבר שאני מקליד בגוגל אני מגיע אליו".

**\*חשוב: קודם כל, לפני הכל, חשוב מאוד שתעבדו עם כלי שתוכלו להסתמך עליו על מנת להטמיע את כל מה שאנחנו מדברים עליו כאן ב-E-Book שלי. אני עובד עם Zefo, מציע לכם שתעשו אותו הדבר, במיוחד שזה יקל עליכם עם בניית התהליך, כך תראו מה אני עשיתי.**

לחצו כאן להרשמה בחינם ל Zefo ל 30 יום.

תכירו את המערכת קודם (לא צריך כרטיס אשראי)

»»» Zefo.co.il «««

\*חשוב לתהליך הלימוד

(אם תירשמו דרך eBook שלי, תוכלו לקבל גישה ל 30 יום חינם במקום 14. חברים טובים שם, דאגו לכם :)

**כל אתר שתיכנסו אליו אי פעם, בנוי מהיררכיה מסוימת, היררכיה אשר אמורה לעשות שני דברים חשובים:**

1. לנווט את הגולש לתשובה שהוא מחפש (הרי הוא שאל שאלה שגרמת לו להגיע אליכם)
2. לנווט ולהבהיר לגוגל את חשיבות העמודים, מה עמוד הבית מקדם ומה עמוד פנימי מקדם?

לדוגמא, נקח אתר שנושאו הוא "הרחקת יונים". הלקוח רוצה לבנות אתר להרחקת יונים ולא בטוח מה צריך קודם ומה צריך אחר כך. אז מה אנחנו יודעים על הלקוח?

1. הוא עוסק בנישה דיי ספציפית
2. הוא עוסק בנישה דיי קטנה
3. הוא יכול להגיע לכל חלקי הארץ בקלות (הוא נייד וללא משרד קבוע)

איך אני משתמש במידע הנ"ל לבניית מחקר מילות מפתח?

1. בונה טבלת אקסל מוכנה לפי נושאים (תמונת מסך מצורפת)
2. נכנס לכלי מתכנן מילות המפתח של גוגל: <http://goo.gl/Oh4sQY>
3. מתחיל לכתוב ביטויים הקשורים לעולם הרחוקת יונים (רצוי מאוד לבקש מהלקוח קודם רשימת ביטויים שמעריך שגולשים כותבים על מנת להגיע לאתר שלו)
4. נעזר בכלים חיצוניים לנחש "תוספות" לביטוי הראשי, כמו באתר: <http://ubersuggest.org>  
הכלי יציג לכם מגוון מילות מפתח, רובן ללא חיפוש כלל אך המנוע הנ"ל מבוסס על Google Suggest (המילים שקופצות אוטומטית לאחר הקלדה בשורת החיפוש)

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.



- הרחקת יונים גוש דן
- הרחקת יונים גן יבנה
- הרחקת יונים גגות רעפים
- הרחקת גוזלי יונים
- הרחקת יונים ברמת גן

#### הרחקת יונים + ד

- דוקרנים להרחקת יונים
- הרחקת יונים דיסקים
- הרחקת יונים דחליל
- הרחקת יונים דפי זהב
- הרחקת יונים דבק
- הרחקת יונים דוקרנים מחיר
- הרחקת יונים דיסק
- הרחקת יונים דחלילים
- הרחקת יונים בדרום
- הרחקת יונים גוש דן

#### הרחקת יונים + ה

- הרחקת יונים השוואת מחירים
- הרחקת יונים בהרצליה
- הרחקת יונים המלצות
- הרחקת יונים הדברה אלקטרונית
- הרחקת יונים הוד השרון
- הרחקת יונים הום סנטר
- הרחקת יונים הדברה
- הרחקת יונים המקצוענים
- הרחקת יונים האצל
- הרחקת יונים המלצה

#### הרחקת יונים + ו

- הרחקת יונים וניקיון
- הרחקת יונים וניקוי
- הרחקת יונים והדברה
- הרחקת יונים ויקיפדיה
- הרחקת יונים ועד בית
- הרחקת יונים ועורבים
- הרחקת יונים ועטלפים
- הרחקת יונים חיפה והקרית

5. מתחיל לחפש נפחי חיפוש מעניינים וגדולים ומקליד למחקר מילות המפתח החדש שלכם:

H	G	F	E	D	C	B	A
<b>מחקר מילות מפתח - הרחקת יונים</b>							
<b>הרחקת יונים + תיאור</b>		<b>הרחקת יונים איזורי</b>			<b>הרחקת יונים + שיטות</b>		
נפח חיפוש	ביטוי	נפח חיפוש	ביטוי	נפח חיפוש	ביטוי	נפח חיפוש	ביטוי
110	הרחקת יונים מחיר	140	הרחקת יונים בראשון לציון	2900	הרחקת יונים		
70	הרחקת יונים לצמיחת	50	הרחקת יונים באשדוד	260	דוקרנים נגד יונים		
50	הרחקת יונים השואת מחירים	50	הרחקת יונים בחיפה	90	רשתות נגד יונים		
		50	הרחקת יונים במודיען	90	הרחקת יונים אלקטחנית		
	<b>למה להרחיק יונים?</b>	50	הרחקת יונים בבאר שבע	70	מוצרים להרחקת יונים		
נפח חיפוש	ביטוי	30	הרחקת יונים בצפון	20	דחליל להרחקת יונים		
390	כני יונים	30	הרחקת יונים ברעננה				
70	קרציני יונים	20	הרחקת יונים ביחשלים				
40	לשלת יונים	20	הרחקת יונים בנתניה				
30	מחלות יונים	20	הרחקת יונים תל אביב				
		10	הרחקת יונים אשדוד				
	<b>ביטויים נרדפים</b>	10	הרחקת יונים בחולון				
נפח חיפוש	ביטוי	10	הרחקת יונים כפר סבא				
210	סילוק יונים	10	הרחקת יונים ברמת גן				
170	הדברת יונים	10	הרחקת יונים אשקלון				
50	גחש יונים	10	הרחקת יונים בהרצליה				

6. שימו לב שמחקר מילות מפתח בנוי מנושאים / ביטויים / נפח חיפוש. תמיד אפשר להוסיף "טאבים" נוספים למחקר שלכם למען המשך עבודה מסודרת. למשל:

מחקר מילות מפתח - הרחקת יונים				
E	D	C	B	A
<b>מחקר מילות מפתח - הרחקת יונים</b>				
<b>הרחקת יונים + שיטות</b>				
			נפח חיפוש	ביטוי
	כתבת העמוד	מרחק מעמוד הבית (בהקלקות)	2900	הרחקת יונים
	http://www.urm.co.il/	0	320	דוקרנים נגד יונים
	urm.co.il/דוקרנים-נגד-יונים/	1	260	רשת נגד יונים
	urm.co.il/רשת-נגד-יונים/	1		

ככל שתעמיקו יותר במחקר שלכם, תוכלו לבנות את ההיררכיה בצורה נכונה יותר ומכוונת מטרה, לצורך העניין, אם אתם יודעים שהביטוי "דוקרנים נגד יונים" הוא ביטוי שמצליח להביא את הלידים האיכותיים יותר, לא חייבים לדחוף אותו לעמוד פנימי מדי, או לפחות לקשר אליו מעמוד הבית.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עושים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייששו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא ימכר כמוצר עצמאי אלא רק ינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשי / קוראיו של שמוליק דורנבאום

עמוד הבית | שאלות נפוצות | מוצרים להרחקת יונים | צור קשר

URM הרחקת יונים לצמיתות

מתוך כתבה של מנחם הורוביץ (שווה בדיקה)

**הרחקת יונים - מתוך כתבה של מנחם (הורוביץ) שווה בדיקה**  
from samuel

ניר מנדלי  
"יהי" - הדברת מזיקים ונזקים יונים

01:56

vimeo

**הרחקת יונים לצמיתות, בהבטחה!**

בכל בית, חשוב מאוד לשמור על ניקיון. החל מבפנים ועד למרפסות שלם בחוץ, הבריאות שלם לחב תלויה בכך. חיות רבות מנסות להתקרב לפתח ביתנו, חלקן ידידותיות וחלקן לא נעימות לרוב יושבי הבית. יונים, הן חיות נעימות למראה, אבל בהחלט לא לבריאות יושבי הבית. הרחקת יונים זהו עניין חשוב, החל משום שלשלת היונים הינה בעייתית ויכולה להזיק כמק חמור ועד משום שיונים, יכולות להדביק את בני האדם בכינים, פתושים, סלמנלה ומחלות לא נעימות נוספות. הגנו על הבית, קראו לנו ונרחיק את היונים לצמיתות

**התקשרו עכשיו: 03-6816404**

חיזוק עמודים פנימיים מעמוד הבית

**הגנה על מערכות סולאריות**

יונים אוהבות לשבת בהרבה מאוד מקומות סביב הבית שלם, באשר גגות אשר מלאים בפנאלים סולאריים, חובתכם להגן עליהם לפני שיונים יחליטו לעשות את צרכיהם עליהם, חיסום לנם שיפוצים בענשרות אלפי שקלים כבר עכשיו

**עבודות בגובה**

לא לכל חברה יש רישיון לעבודות בגובה, למ, יש רישיון שמקנה למ אפשרות להגיע לחלונכם מכל מקום בבנין, כך שלא תצטרכו לחשוב קודם אם יש גישה. אנחנו נדאג לזה.

**בעזרת דוקרנים נגד יונים**

לכל חברה יש את השיטה שלה, אנחנו דואגים להשתמש בשיטות שונות ומגוונות למען התאמה אישית לכל בית ובית. דוקרנים הינן דרך מעולה להרחיק יונים במידה ומדובר במקום צר וארוך שלרוב גורם להן לשבת עליו (קרא עוד..)

פוסטים אחרונים | איזורי שירות | חשוב לדעת | לייק?

בנוסף, לא כל ביטוי הוא נושא שהלקוח יכול להתחבר אליו, לדוגמה, הביטוי "הדברת יונים" הינו ביטוי שמחפשים אותו כ-200 איש בחודש, מצד שני, **הלקוח לא מדביר יונים! הלקוח לא מוכן להרוס את שמו הטוב רק בשביל לקבל עוד ככמה גולשים בחודש, מה עושים? מבקשים מהלקוח לכתוב מאמר "למה הדברת יונים אסורה או לא מומלצת" וכך, הוא גם כותב משהו חדשתי לאתר שלו וגם בעצם מצליח להביא גולשים מביטויים שלא חשב עליהם וכמובן, אפילו במקרה הטוב, יצליח לשנות את דעתו של הגולש שחיפוש כרגע להדביר את היונים שלו.**

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עושים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק ינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

איך זה נראה בפועל אצלי במערכת ה-ZEFO:

The screenshot shows the ZEFO Efficient SEO Platform interface. At the top, there's a navigation bar with 'שמוליק דורנבאום' and 'עזרה'. The main header includes 'www.urm.co.il' and 'אתר'. A dropdown menu is open, showing 'נישה: הרחקת יונים - איזורי'. Below this, there's a table titled 'הרחקת יונים - איזורי' with columns for 'מנוע חיפוש', 'מילות מפתח', 'חיפוש חודשיים', 'חיפוש יומיים', 'מיקום', and 'פעולות'. The table contains several rows of data, with some cells marked with red 'X' icons. A blue button 'הוספת מילות מפתח' is visible. On the right side, there's a sidebar with sections like 'מילים ומיקומים', 'קוד האתר', and 'מתחרים'. At the bottom, there's a 'שמירה והמשך לצעד הבא' button.

יצרתי בעצם "נישה" לכל קבוצת מילות מפתח שהראיתי בתחילת הפרק. כך יצרתי לעצמי "סדר בבלאגן" וכמובן, סדר לחודשיים הבאים להבנת הפרויקט והכנתו לאסטרטגיה הכוללת.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשי / קוראיו של שמוליק דורנבאום

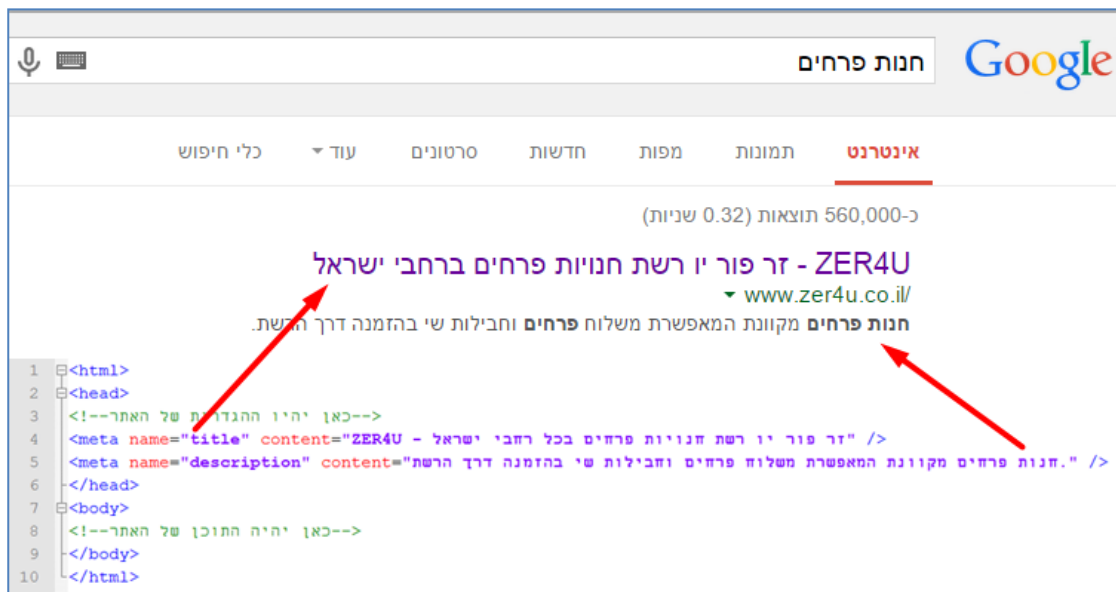
## פרק חמישי: מה זה אופטימיזציה לאתר?

בנו לכם אתר אינטרנט, יופי, הוא עלה לאוויר ואפילו כשכותבים את השם של העסק שלכם אתם בעמוד הראשון בגוגל. מדהים. העניין הוא שללא אופטימיזציה (עבודת Onsite) כל ביטוי אחר שיקלידו בהקשר רלוונטי ישיר לעסק שלכם לא יעלה אף תוצאה שלכם.

בהמשך לדוגמא מפרק רביעי, במידה ויש לנו עמוד שמדבר על "דוקרנים נגד יונים", אנחנו מודעים לכך שהביטוי צריך להיות בעמוד, השאלה היא איפה? כי אחרי הכל אמנם ביצענו מחקר מילות מפתח אבל איפה בדיוק להציב את הביטוי? האם בכותרת? בתיאור? פוטר?

אז קודם כל, במידה ואתם משתמשים במערכות קוד סגור, תבקשו מהמתכנת שבנה לכם את האתר גישה לשינוי / הוספת תגיות מותאמות לכל עמוד, למשל: Title, Description, H1, H2.

כמו שלמדנו בפרק 3, ברגע שנשנה את התגיות הנ"ל, גוגל יציג אותנו בצורה שיווקית טובה יותר עבור הגולש, זוכרים?



התגיות האלו נמצאות בקוד האתר שלנו, במידה והוא אתר שמבוסס HTML בלבד, הקוד יצטרך להיות מוקלד כמו בדוגמא למעלה, אך אם האתר בנוי על מערכת קוד פתוח, הנושא יותר קל לתפעול בעזרת פלאגינים או הרחבות פשוטות.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת לאם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## בוורדפרס:

יש להתקין פלאגין פשוט שנקרא [Yoast](#) והפלאגין יאפשר לכם להטמיע את הנתונים הנ"ל בצורה הקלה ביותר, ניהול עמוד באתר יתרחב ויציג את התגיות עבורכם שתוכלו למלא:

**WordPress SEO מוגש על ידי Yoast**

כללי | אנליזה | מתקדם | חברתי

---

**דוקרנים נגד יונים - להרחיק ולא לפגוע! URM**

/www.urm.co.il/דוקרנים-נגד-יונים/

לא צריך לפגוע ביונים על מנת להרחיקן, דוקרנים נוצרו על מנת לקלקל שגרת יונים, לא לפגוע בהן

**תצוגה מקדימה של הסניפס**

?

---

דוקרנים נגד יונים

:Your focus keyword was found in

(Article Heading: **Yes (1)**  
(Page title: **Yes (1)**  
(Page URL: **Yes (1)**  
Content: **No**  
Meta description: **No**

**מילות מפתח להתמקדות:**

?

---

דוקרנים נגד יונים - להרחיק ולא לפגוע! URM

**נותר SEO:**

?

---

לא צריך לפגוע ביונים על מנת להרחיקן, דוקרנים נוצרו על מנת לקלקל שגרת יונים, לא לפגוע בהן

**Meta Description:**

?

---

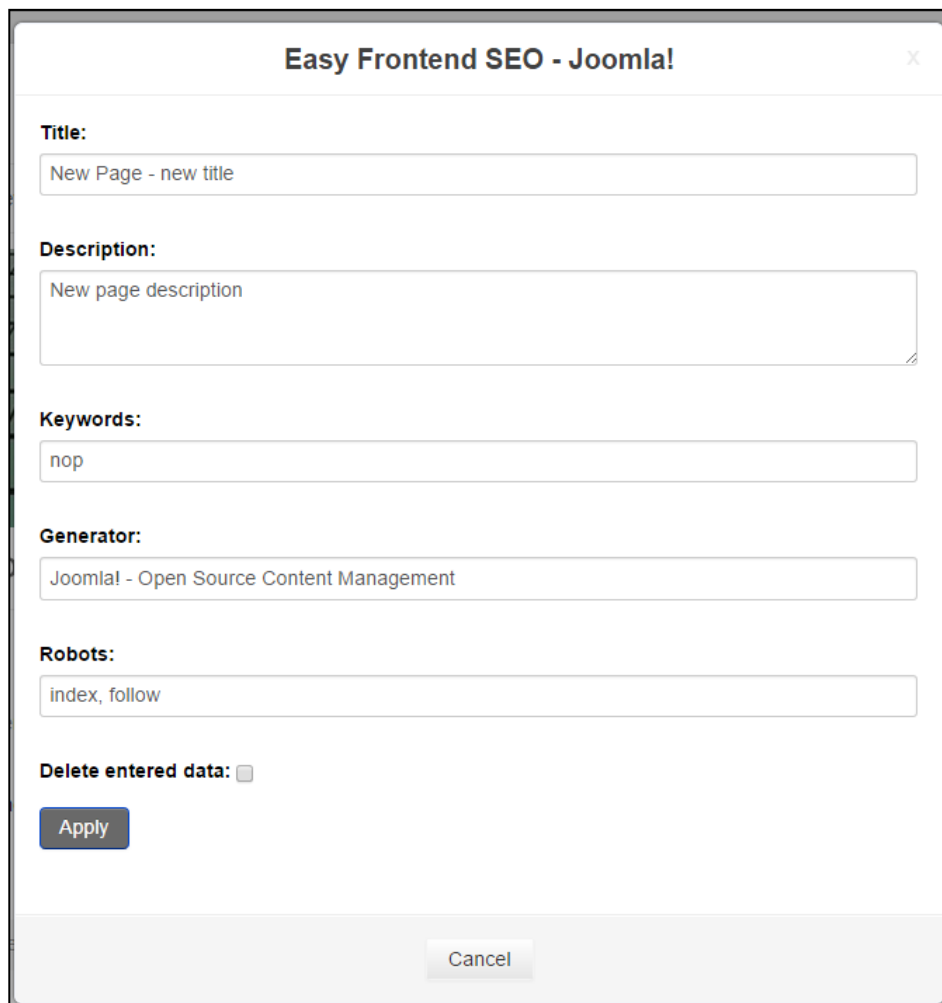
תצוגת ה- meta description מוגבלת ל-156 תווים, נותרו **68** תווים.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק ינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## ג'ומלה:

אפשר להתקין פלאגין פשוט שנקרא [easy frontend seo joomla](#) והפלאגין יאפשר לכם להטמיע את הנתונים הנ"ל בצורה הקלה ביותר מתוך העמוד באתר עצמו, ניהול עמוד באתר יתרחב ויציג את התגיות עבורכם שתוכלו למלא:



מעבר להוספת / שינויי התגיות, אנחנו צריכים לזכור שיש תוכן, אסור לנו להתמקד יותר מדיי אך ורק בתגיות, אחרי הכל, הגולשים שלנו גם קוראים (כך אנחנו מקווים לפחות) את התוכן עצמו. בשנת 2009, 2010 מקדמי אתרים עדיין היו מתעקשים על לכתוב ביטויי מפתח לפי מספר אחוז מדויק כזה או אחר על מנת שגוגל "יאהב", אז כבר בניסוח שלי הבנתם שזה שטויות וזו צורת עבודה עתיקה מאוד, אומרים שבנוסח כתיבה טבעי, אנחנו עושים את עבודת ה SEO הטובה ביותר מבלי לשים לב. אז קודם כל תכתבו בצורה הטבעית שלכם, אבל עדיין, רק לצורך הבנה כללית, שימו לב ותעברו על התוכן ותשאלו את עצמכם כמה שאלות חשובות:

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

- האם כתבתי את הביטוי המרכזי של העמוד בתוך התוכן? (יותר מפעם אחת?)
- האם הצלחתי לענות על השאלה של זה שהגיע לעמוד? למשל אם כתב בגוגל "הרחקת יונים מחיר" האם באמת נתתי לו את המחיר? נתתי לו אומדן? שיהיה לו עם מה להשוות?
- האם השתמשתי בביטויים נרדפים או סמנטיים על מנת לקשר את התוכן? לגוגל יש אלגוריתם שנקרא Phraserank, האלגוריתם הזה עובד על בסיס ביטויים סמנטיים לביטוי המרכזי, לצורך העניין, במידה ואנחנו כותבים עמוד עכשיו באתר בנושא "הרחקת יונים מחיר" אז עלינו לחפש את הביטוי בגוגל ולראות מה עוד גוגל חושב שקשור:

חיפושים הקשורים ל: הרחקת יונים מחיר	
פתרון נגד יונים	הגנה מפני יונים
הרחקת יונים השוואת מחירים	הדברת יונים מחירים
רשת יונים מחיר רשתות	רשת יונים מקצועית רשת חבלים
הדברת יונים מחיר	reshetyonim רשת יונים

גוגל בעצם אומר לכם, מי שכתב "הרחקת יונים מחיר" כתב גם את הביטויים הנ"ל, אם תוכלו לכתוב על זה כמה מילים או אפילו פסקה לשניים מהנושאים הנ"ל, הגולש בטוח יהיה שמח לקרוא.

אחרי שעברנו על הביטויים, הטמענו את הביטוי ואת הביטויים הנרדפים שלו, היינו רוצים לדאוג לדברים מסביב לתוכן, למשל כמה נושאים שהיינו רוצים לדאוג להם:

- יש תמונות ברוב העמודים, האם הם גדולות מדי? וכשאתם אומר גדולות, אם התמונה עוברת את ה-200kb אין שום סיבה שלא נערוך אותה, אם זה לא אתר של תמונות ונופים, אין סיבה שלא נערוך ונהפוך אותה קטנה יותר למען גלישה חלקה יותר של הגולש (אל תשכחו, לא לכולם יש "כבל תת ימי" או כל מיני דרכים להאיץ באינטרנט לטעינת דפי אינטרנט)
- עדיין בנוגע לתמונות, כל תמונה באינטרנט מקבלת לרוב שם משלה, על מנת שיכירו בה בתוצאות החיפוש של גוגל תמונות, רצוי מאוד להשתמש בתגית ALT, התגית הינה משמשת גם את הלקויי ראייה שמשמשים בתוכנות ספציפיות שמקריאות להם את התגית וגם עבור גוגל, שלא יודע לקרוא תמונות (כך הוא טוען לפחות) - לדעת מה התמונה מספרת.
- כמה קישורים יוצאים (במידה ויש) נמצאים בעמוד הספציפי? אמנם אין הגבלה "חוקית" אך בהחלט יש את גבולות ההיגיון, במידה ויש אתר עם 20 עמודי תוכן ובכל עמוד יהיו 50 קישורים יוצאים, לא צריכים להיות גאונים גדולים בשביל להבין שזה נראה כאתר ספאמי, קישורים זה בסדר גמור, אבל צריך לדעת איך להוציא אותם. קישור יוצא אמור להיות למקום רלוונטי נוסף, הן באם מדובר בקישור לעמוד פנימי אחר באתר והן באם מדובר בקישור חיצוני לאתר רלוונטי חיצוני.
- חשוב: אם מדובר בקישור שנתקבל תשלום עליו, על פי "חוקי גוגל" יש לקשר לאתר בעזרת קוד nofollow על מנת שלא יעביר PageRank, אחד ממדדי גוגל לאיכות אתר באינטרנט. גוגל אוסר על אתרים להעביר PageRank בתשלום, הדבר עובר על תנאי השימוש הברורים מאוד של גוגל
- חשוב ואמור להיות ברור מאלינו: יש לבדוק שהתוכן שנמצא בעמוד שאתם עובדים עליו, לא קיים בשום אתר אחר! כלומר, לדאוג שלא יהיו שכפולי תוכן בשום מצב שהוא, אחרי הכל, כולנו יכלנו לבנות מחדש את ויקיפדיה

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, ייקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

## פרק שישי: מילון קידום אתרים למתחילים

ככל שנכנסים יותר לעולם ה-SEO, מגלים יותר ויותר ביטויים ומושגים אשר נדמה שרק מקדמי אתרים מבינים מהם, על מנת לעשות קצת סדר עבורכם, להלן כמה מהביטויים החשובים (באם יש מושג ששמעתם ולא מצאתם ברשימה, אתם מוזמנים לשלוח לי בהודעה אישית שנעלה את המושג לאיבוק לגרסה הבאה)

### סדר הביטויים מסודרים לפי אותיות ה-ABC בלבד ולא עפ"י חשיבות

- **ALT**  
קוד אשר מציג שם אלטרנטיבי לתמונה, עבור - SEO נעשה שימוש בקוד על מנת להציג את התמונות בגוגל תמונות וכמובן, לעזור לכבדי ראייה להבחין בין תמונות
- **Black Hat**  
שיטות קידום שחורות הינן שיטות קידום "אסורות" על פי הקווים המנחים של גוגל.
- **Breadcrumbs**  
ניווט פנימי באתר על ידי "פירורי לחם", עוזר לגוגל להבין את היררכיית העמודים (דוגמא: עמוד הבית << אודות צוות החברה << אודות שמוליק דורנבאום)
- **Cache**  
דף מטמון, דף אשר שמר את הגרסה האחרונה של האתר לפי הפעם האחרונה שגוגל סרק את העמוד
- **Canonical**  
תג בקוד ה-HTML אשר מצביע עבור גוגל על העמוד המקורי מבין שכפולי עמודים פנימיים באתר. (התג הינו בגדר המלצה בלבד ולא פקודה כמו הפניית 301)
- **Conversion**  
המרה, השגת יעד מבוקש. המרה יכולה להיות התקשרות, יצירת קשר עם בעל האתר או אפילו רק לחיצה על וידאו
- **Conversion Rate**  
יחס המרה, מתייחס למספר או אחוז הגולשים אתר אינטרנט שהפכו מגולשים אקראיים ללקוחות פוטנציאליים שביצעו פעולות בהתבסס על מטרות בעלי האתר, כמו מילוי טופס יצירת קשר או קנייה באתר
- **Description**  
לרוב הכוונה לתג ה"תיאור" בעמוד ה-HTML, השורות שמוצגות בגוגל בתוצאות החיפוש
- **Domain**  
דומיין, כתובת האתר שלכם [www.domain.co.il](http://www.domain.co.il) :
- **Duplicate Content**  
תוכן משוכפל, עפ"י גוגל אין להעתיק תכנים מאתר אחר (כך גם בעולם הפחות ווירטואלי, אין להעתיק "יצירה" של אחר)
- **Google**  
אם אתם לא יודעים מה זה, אתם בעסק הלא נכון :)
- **Google bot**  
רובוטים של גוגל המבצעים את הסריקה באתרי האינטרנט
- **Google Bombing**  
הפנייה גדולה עם אלפי / עשרות אלפי קישורים על Anchor ספציפי למען קידום ביטוי לעמוד לא רלוונטי. אחד המקרים הידועים בהיסטוריה של גוגל, כאשר חיפוש בגוגל "כישלון חרוץ" היו מגיעים (בארה"ב) לתוצאה הראשונה - עמוד אודות ג'ורג' בוש.
- **Google Dance**  
ריקוד גוגל הינו כינוי למקרים בהם אתר ממוקם בתוצאות החיפוש במקום כלשהו ובחיפוש נוסף יראה בעמוד אחר לחלוטין (נמוך / גבוה), סוג של ריקוד התוצאות בעמודים השונים
- **Htaccess**  
קובץ נסתר אשר נמצא על שרתי Linux (לרוב) ובעזרתם אפשר לנהל הפניות 301, 302, עמודי 404 וכד'

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

- **HTML**  
שפת קוד פשוטה שעליה בנוי בסיס אתרי האינטרנט
- **Index**  
אינדקס, בשונה ממנוע חיפוש, מציג תוצאות של עסקים שנרשמו (ידינית מצדם או מצד האתר) ולא יודע לעקוב אחר הנעשה באתר כמו מנוע חיפוש (מה שאומר שאם האתר שלכם נופל והוא רשום באינדקס, הוא עדיין יהיה רשום שם עד שתבקשו אחרת מבעלי האתר)
- **Keyword Density**  
צפיפות מילות מפתח, מקרים בהם בעמוד אחד ישנו מספר גדול מידי של הביטוי המקודם בהתאם לשאר התוכן, חלק ממקדמי האתרים בעולם יגיד שזה עומד על אחוז ספציפי כמו 3% או 4% מהתוכן אך יותר ויותר נראה כאילו תוכן שנכתב בצורה איכותית וישירה פשוט מביא תוצאות טובות יותר מבלי להסתכל ולבחון את מספר הפעמים שזה מופיע בעמוד
- **Link**  
קישור, הן אם יוצא והן אם נכנס, קישור שיוצא בצורת HTML החוצה מהאתר (a href) לרוב
- **Link Farm**  
חוות קישורים, אתרי ספאם אשר מוציאים כמות גדולה מידי של קישורים (Black Hat style)
- **NoFollow**  
קוד NoFollow אשר נמצא בקוד ה HTML שמסביר לגוגל שאין לו מה לעבור דרכו, כלומר לא לסרוק את יציאת הקישור, ברמת ה SEO משתמשים המקדמים בקוד הזה על מנת לא לתת קרדיט שקישור שיוצא (לרוב מעולה באמת הקרדיט לחברת בניית האתר / קידום האתר)
- **PR / PageRank**  
פנטגון רשום, הממד הראשוני של גוגל לאתרי אינטרנט, מ N/A עד 10 (גם 0 זה PR). הממד מתייחס לכמה קישורים המפנים לאתר שלכם, ככל שמספר הקישורים גדל כך גם מספר ה PR עולה. בעולם ה SEO ה PR אבד מערכו למרות שאתר בעל PR גבוה מקבל סריקות תכופות יותר מגוגל
- **PPC - Pay Per Click**  
שיטת התשלום של גוגל אדוורדס, תשלום על פי קליק, תלוי בתחום. אם זה תחום תחרותי בו הרבה מתחרים מעלים קמפיינים של PPC בגוגל התשלום פר קליק עולה בהתאם
- **Redirect**  
הפניות באתרי אינטרנט, בעולם ה SEO משתמשים בהפניות למען שימור וותק של אתר/עמוד באינטרנט, למשל באם האתר עלה מחדש לאחר שינוי בעיצוב או במערכת הניהול יש לבצע הפניות 301 (הפניה קבועה) מכתובת העמוד הישן לכתובת העמוד החדש
- **301 הפנית**  
הפניה קבועה לעמוד חדש
- **302 הפנית**  
הפניה זמנית לעמוד חדש (בדרך נעשה בשימוש בזמן העלאת אתר זמני או עמוד נחיתה)
- **404**  
עמוד שגיאה מותאם אישית, כאשר גולש הגיע לעמוד שלא נמצא באתר לא צריך להגיע לעמוד ברירת המחדל של הדפדפן שהעמוד לא נמצא אלא לעמוד 404 מותאם אישית של האתר אשר משאיר את הגולש באתר ומסביר לו את הטעות
- **Robots.txt**  
קובץ של קוד המפנה רובוטים עם אמירה של מה לסרוק ומה לא לסרוק, למשל כמו עמודי ניהול האתר, עמודי משתמשים רשומים וכד.
- **SEM**  
שיווק במנועי החיפוש (Search Engine Marketing) החל מבאנרים ושיטות שיווק שונות במנועי החיפוש
- **SEO**  
שם הכללי של התחום. Search Engine Optimization, כלומר, אופטימיזציה לאתר לפי קווים מנחים של גוגל (ומנועי החיפוש בכללי)

- **SERP**  
עמוד התוצאה בגוגל, מקדמי אתרים משתמשים בקיצור זה לרוב במיילים או בהודעות ישירות בין מקדמים Search Engine Results Page
- **SPAM**  
ספאם, מילה מוכרת בתחום האינטרנט בכללי, בעיקרון זהו הזבל של האינטרנט, כמויות ענקיות של מיילים ששולחים אנשי הספאם לכל מקום ולכל מייל פתוח אפשרי
- **Sandbox**  
ארגז החול, עמודים אחרונים של תוצאות החיפוש (לפעמים גם עמוד 5 יכול להחשב כארגז חול לאתרים מסויימים) מקום בו "קבורים" האתרים שעדיין נמצאים תחת בדיקה בגוגל, לרוב אתרים חדשים שגוגל עובר עליהם ובודק שהם אתרים איכותיים ואמיניים ולא ספאמים
- **Title**  
לרוב מדובר על כותרת הדפדפן, השורה הראשונה שקורא ומציג גוגל בתוצאות החיפוש. משתמשים בו בעזרת קוד מטא<title>:
- **Trustrank**  
דירוג האיכות של גוגל שהגיע לאחר זמן מה שעבד ה PageRank כלומר, לאחר שראו שהפייג'ראנק לא מספיק, הוסיפו מדד נוסף שהוא פרמטר האמון שיש לגוגל באתרים כמו YNET או תפוז או אתרים גדולים כאלו ואחרים שמוכרים ופחות "מספאימים" בקישורים יוצאים ונכנסים

## פרק שביעי: מהם עדכוני גוגל?

אם אתם התחלתם לאחרונה להיכנס לתחום קידום האתרים בגוגל, בטח הכרתם כבר קבוצה אחת או שתיים של "קידום אתרים" בפייסבוק או עוקבים כבר אחרי בלוגים מקצועיים של קידום אתרים כמו פבל (askpavel.co.il) וכד'. השאלה היא, האם אתם מבינים במה מדובר? מה זה אומר כל ה"פינגווין/פנדה/יונה" ודומיהם? מהיום הראשון שגוגל יצאו לאור, הבינו שהם חייבים לעדכן את האלגוריתם שלהם בתכיפות גבוהה על מנת למנוע ספאם וBlack hat SEO (אם אתם לא יודעים מה זה בלאק האט חזרו לפרק 6).

אז קודם כל, על מנת לעשות לכם קצת סדר בבלאגן, בוא נפשט את שמות העדכונים ובמה הם התמקדו בשנים האחרונות:

### עדכון פנדה

- תאריך יציאה: 23/02/2011
- הוכר בהתחלה בתור: עדכון "ספאם" (Webspam Update)
- למה פנדה: על שמו של אחד המהנדסים בגוגל שאחראים על האלגוריתם
- השפיע על: 12% מהתוצאות
- מטרת עיקריות:
  - ענישה של אתרים עם תוכן דל(!)
  - אתרים עם יותר פרסומות מתוכן אמיתי
  - אתרים עם סממני איכות ירודים

### עדכון פינגווין

- תאריך יציאה: 24/04/2012
- השפיע על: 3% מהתוצאות (שמועות מספרות שפגע ביותר)
- מטרת עיקריות:
  - ענישה של אתרים עם "אופטימיזציה יתרה" (Over Optimization)
  - ענישה של אתרים שהפעילו בניית קישורים פסולה

### עדכון יונק דבש (Hummingbird)

- תאריך יציאה: 20/08/13 (למרות שרק בספטמבר יצא לפועל)
- למה יונק דבש: כמו החיה, עדכון "מהיר ומדויק"
- מה שונה מעדכונים: גוגל מחשיבה את העדכון ה"ל"ל כמנוע חיפוש בפני עצמו ושיפור יכולות עצום להשבת תוצאות לגולש
  - תוצאות טובות ומדויקות יותר בתוצאות החיפוש
  - פחות התאמת ביטויי מפתח מבוקשים לפי תגי מטא של כותרת ויותר התאמה של תוכן ומענה קונטקסטואלי טוב יותר לשאלות (מה שנקרא - Conversational Search)

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

## עדכון יונה

- **תאריך יציאה:** 24/07/2014
- **השפיע על:** תוצאות לוקאליות
- **למה יונה:** כמו החיה, תמיד חוזרת הביתה
- **מטרות עיקריות:**
  - לעזור / להוריד עסקים לוקאליים בעולם
  - שיפור הבנת אזורים ומרחקים גאוגרפיים

למה בעצם אנחנו צריכים לדעת את שמות העדכונים בגוגל? פשוט, הם לא מתכוונים להפסיק איתם בזמן הקרוב, ככל שיותר אנשים ינסו לתמרן ולחבל בתוצאות החיפוש בגוגל, כך גוגל ימשיכו לעדכן את העדכונים הגדולים והחשובים כמו פנדה ופינגווין שאחראים על הרבה מאוד מתוצאות החיפוש.

ברגע שאתם יודעים את הבסיס, תוכלו לדעת מה שלמרות שעדכון פנדה יצא מזמן, יוצא עוד מעט עדכון פנדה 3? ואז תוכלו לדעת למה להעריך.

יותר מזה, מעבר לזה שאנחנו רוצים להיות מעודכנים ולדעת מתי כל עדכון של גוגל יוצא או מגיע, אנחנו רוצים לדעת שאם חלילה איבדנו תנועה בצורה חדה מתאריך מסוים (או תודה לאל קיבלנו תנועה גבוהה מסוימת) נדע לשייך את זה לעדכון ונוכל לדעת מה לתקן או לשבח בהתאם.

## פרק שמיני: מהי פעילות Offsite?

למדנו בפרקים האחרונים איך לסדר את היררכיית האתר ולדאוג שגוגל יקרא את האתר שלנו כמו שצריך בהתאם לביטויים שאנחנו מקדמים, אבל לפעמים לא משנה כמה נדאג שהמסעדה שלנו תהיה נקיה עם אוכל מעולה, אם לא נגרום לאנשים להגיע ולטעום, אף אחד לא יאמין לנו שאנחנו איכותיים.

### אז סליחה על האנלוגיה המורכבת אז הנה אני אסביר מה התכוונתי:

ברגע שאנחנו מבינים שהאתר שלנו מוכן "טיפ טופ" ועובד בצורה תכנותית מעולה ואף מלא בתכנים ותגיות מותאמות וכד', עלינו להתחיל להשיג קצת "הפניות" מהאתרים הרלוונטיים ברשת, או יותר נכון "קישורים". לדוגמא, במידה ויש לנו אתר של הרחקת יונים, היינו מאוד רוצים שאתרים שמתעסקים בהדברות או בניקיון הבית, ימליצו עלינו בתור חברה מומלצת לטיפול ביונים.

### אז קודם כל צריך לחשוב איך להגיע לאנשים:

- קבוצות פייסבוק להחלפות קישורים (מספיק שתכתבו בחיפוש בפייסבוק "החלפות קישורים" ויעלו מעל 10, תבחרו את אלו עם מספר המשתמשים הגדול ביותר מן הסתם)
- כותבים "הרחקת יונים" (אני עדיין בדוגמא כמובן) בגוגל ושולחים הודעות לאלו שנמצאים בעמודים רחוקים קצת, כמונו ברוב המקרים
- מתקשרים עם חברות קידום אתרים נוספות, בודקים מי אחראי על השת"פים והקישורים ומדברים איתו ישירות

### מה חשוב לדעת:

- אין כזה דבר קישור לא טוב, יש מה שנקרא קישור "לא טבעי", אמנם קשה להשיג קישורים טבעיים כשאתם לא מותג גדול ומוכר, אבל בהחלט אפשר לעזור לגולש הבין מהו קישור חיצוני ומהו קישור פנימי, כלומר, להבהיר את כוונותינו ולא לנסות להסתיר קישורים וכד'
- קישור איכותי - קישור שגולש ירצה לעבור דרכו וידע שהוא עובר לאתר / עמוד אחר



**עכשיו שאנחנו יודעים עם מי אנחנו רוצים לדבר, מה חשוב לנו?**

- לבדוק את טיב האתר המקושר (בעזרת אתרים כמו / ahrefs.com / majestic.com וכד')
- להראות מקצועיות, לא לחכות עד שיעלה את הקישור שביקשתם, אם יש לכם כבר את המאמר ואת הקישור שלו, תעלו עכשיו אצלכם, אל תחכו לראות מי יעלה קודם להיות מקצוענים בפנייתכם למקדם / לבעל האתר. תכתבו פניה אישית שמסבירה את רמת השת"פ, פחות מהסגנון ה"כדאי לך נשבע לך" ויותר "שני האתרים שלנו נמצאים באותו עמוד התוצאות בגוגל תחת הביטוי "הרחקת יונים" ויש לי עמוד מאמרים ופוסטים איכותיים שיכול להתאים בדיוק עבורך"
- תעקבו אחר הקישורים שלכם, לדעת כמה פעמים השתמשתם באותו ביטוי מקשר, מה כמות הקישורים שיוצאת מהעמודים שמקשרים
- מעקב אחר האנליטיקס (נדבר עליו יותר בהמשך) לבדיקת כמה אנשים הגיעו מהקישור שקיבלנו

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת לאם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

למשל קישור מאינדקס עסקים, לא צריך להיות קר ופשוט. אפשר גם להרחיב (באתרים שנותנים לכם לפחות כמו זה, bsns.co.il):


**אינדקס עסקים, אינדקס המציג עסקים זמינים בזמן אמת!**

שכחתי סיסמא | הרשמה

משתמש

סיסמא

התחברות



**BSNS**  
עסקים באינטרנט

**אזור** (נמו: תל אביב, נתניה)


**שם עסק ו/או סיווג** (נמו: עורך דין, אינסטלטור)

חפש


**פרסם את העסק שלך  
חינם!**

**חיסושים מומלצים**

- פיצריות
- הובלות
- הדברה
- אטרקציות-לאירועים
- הפקות-אירועים
- עוגות-חתונה
- נסיעות
- מוצרי-תינוקות
- תיקון-מכשירים-סלולריים
- אינסטלטורים
- פרחים
- ניקיון



**URM הרחקת יונים** ללא פגיעה ביונים (פתוח)



צוות URM מרחיק יונים מקצוענים שנמצאים בשטח מעל לעשור, מכירים כל מטר מרובע בישראל, עובדים עם בניינים גדולים, בניינים קטנים ובתים פרטיים, בואו לראות איך עושים הרחקת יונים מקצועית.

צוות URM מכיר את שלל איזורי ישראל ואף עובדים מקצה לקצה, מהדרום ועד לצפון. URM עובדים עם צוות של מקצוענים ועם התעודות הרלוונטיות והטובות ביותר שיש לתחום, למשל, לכל עובד יש תעודת מדביר, לכל עובד יש את האישור לעבוד בגבהים שונים בעזרת חברות הביטוחים המוכרים והטובים בתחום. אל תעבדו עם חברת הרחקת יונים עד שאתם לא בטוחים שיש להם את האישורים הנדרשים לכך!

**בואו להכיר אותנו קצת יותר טוב:**

- לאתר הבית של URM - [הרחקת יונים](#)
- לסרטון אודות [הרחקת יונים](#) ב-VIMEO

**יצירת קשר**

**כתובת**  
דרום/צפון/מרכז

**טלפון**  
1-800-222-662

**אתר**  
[www.URM.co.il](http://www.URM.co.il)

קישור מובן לאתר

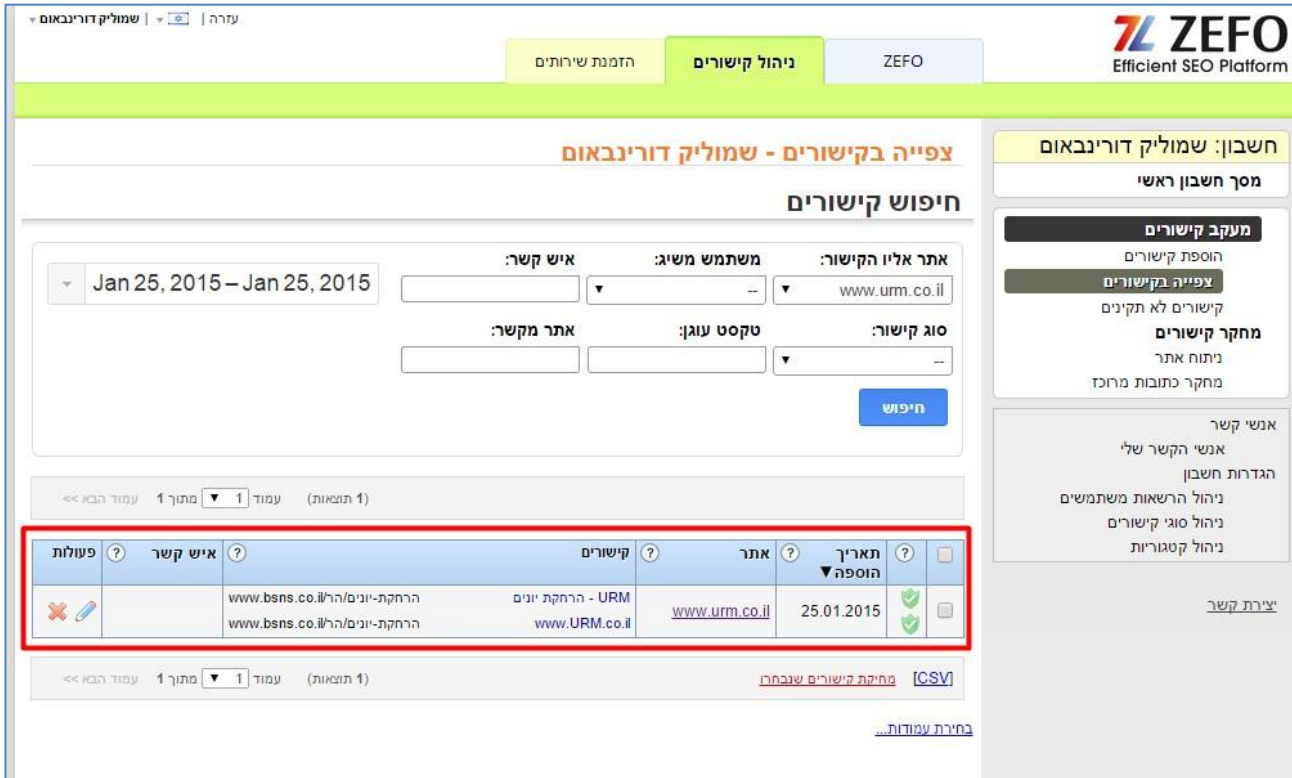
תוכן חלף ולא קצר

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עושים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שישעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

שוב, כמו ברוב התהליכים שלנו, היינו רוצים מעקב ולדעת שאנחנו לא מאבדים קישורים ולא מאבדים את הכח שיצרנו לאסטרטגיה, אחת הסיבות העיקריות שאנחנו עוקבים אחר קישורים - זה לא עניין של אגו או "למה הורידו לי את הקישור" זה יותר עניין של הבנת קפיצות / ירידות במיקומים בעקבות דברים שעשינו, ואם יורידו לנו קישור ותהיינה קפיצה במיקומים, אם לא נעקוב - איך נדע?

במערכת ה-ZEFO, אפשר לשמור קישורים לאתר, למשל, הקישור שהוצאנו באתר bsns.co.il הנ"ל. נוכל לראות אותו כך במערכת:



שמוליק דורנבאום | עזרה | ZEFO

הזמנת שירותים | **ניהול קישורים** | ZEFO

Efficient SEO Platform

**חשבון: שמוליק דורנבאום**

מסך חשבון ראשי

**מעקב קישורים**

הוספת קישורים

**צפייה בקישורים**

קישורים לא תקינים

**מחקר קישורים**

ניתוח אתר

מחקר כתובות מרכז

אנשי קשר

אנשי הקשר שלי

הגדרות חשבון

ניהול הרשאות משתמשים

ניהול סוגי קישורים

ניהול קטגוריות

יצירת קשר



צפיה בקישורים

אתר אליו הקישור:  משתמש משיג:  איש קשר:

סוג קישור:  טקסט עוגן:  אתר מקשר:

חיפוש

1 תוצאות (1 עמוד | 1 מתוך 1 עמוד הבא <<)

פעולות	איש קשר	קישורים	אתר	תאריך הוספה	
 		הרחקת יונים/הר/הר www.bsns.co.il	URM - הרחקת יונים www.URM.co.il	www.urm.co.il	25.01.2015
		הרחקת יונים/הר/הר www.bsns.co.il			

1 תוצאות (1 עמוד | 1 מתוך 1 עמוד הבא <<)

[מחיקת קישורים שנבחרו](#) [CSV]

[בחירת עמודות...](#)

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שיעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת לאם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא ימכר כמוצר עצמאי אלא רק ינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## פרק תשיעי: איך עוקבים אחר פעילות SEO?

אם יש משהו שאסור לנו לשכוח בכל פעם שאנחנו מתיישבים ליד המחשב, זהו נושא האחריות שלנו. אנחנו לא עובדים "לשם שמיים" (ברוב הזמן לפחות) ואנחנו צריכים לדעת שמה שאנחנו עושים מתכוון לעבוד בצורה נכונה ואיכותית. על מנת להגיע למסקנות נכונות ואסטרטגיה בנויה היטב (ושתעזור לנו להכין אסטרטגיות לאתרים הבאים, לפחות באותו נושא) אנחנו צריכים לעבוד עם מערכות שונות. החל ממערכות של גוגל כמו אנליטיקס ו-ווב-מאסטר-טולס ועד למערכות שנשלם עליהם בכספנו הטוב, כמו מג'סטיק, זפו (ZEFO), SimiliarWeb ועוד.

**נתחיל לאט ובזהירות.**

### Google Analytics

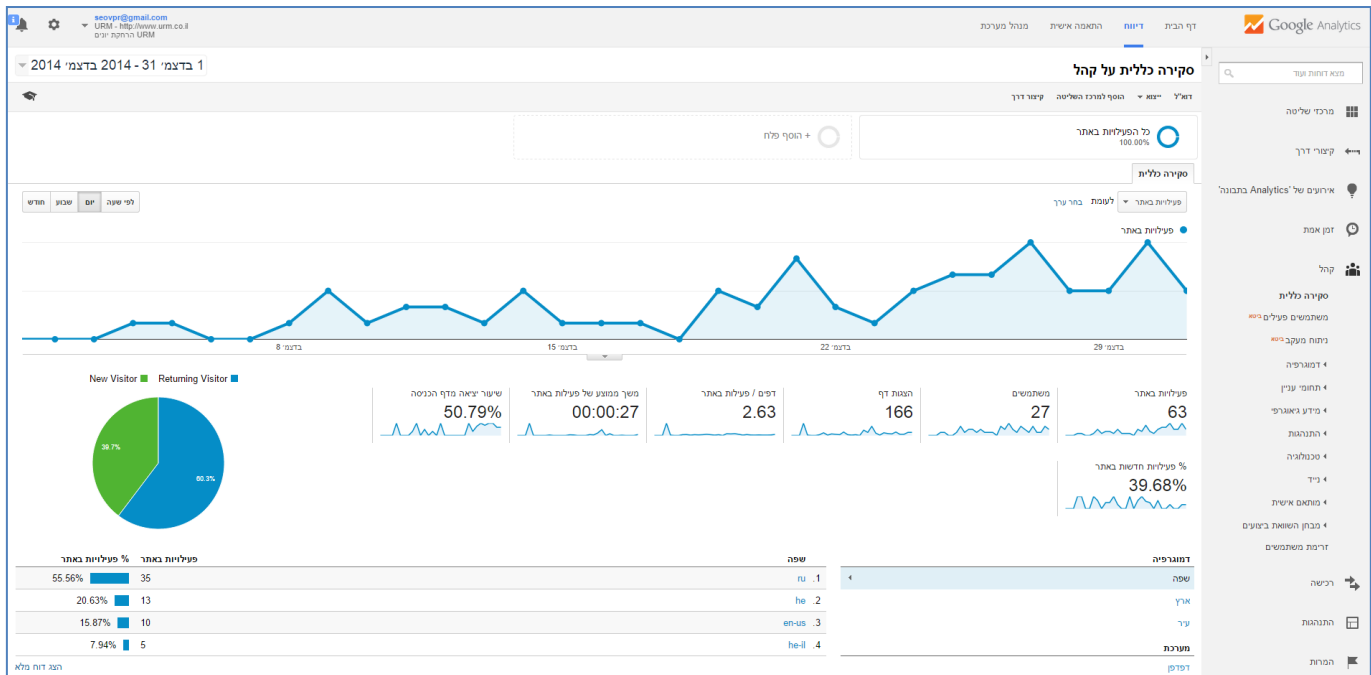
קודם כל, לפני שאנחנו מגיעים לעמוד הראשון בגוגל בכל הביטויים שבחרנו (בעזרת השם וגוגל). אנחנו נרצה לדאוג שהאתר שלנו מעודכן עם קוד מעקב של גוגל, על מנת שנוכל להכיר יותר טוב את הגולשים ואת דרכי הפעולות שלהם באתר. מכירים גוגל אנליטיקס? לא מכירים??

- [לחצו להרשמה](#)
- [סרטונים ביוטיוב של גוגל להדרכה על אנליטיקס](#)

גוגל אנליטיקס נותן לנו בעצם את כל מה שאפשר כמעט על הגולש בזמן שהוא באתר (וכמובן, מאיפה בכלל הגיע ברוב הפעמים) שלא תבינו לא נכון, יש הרבה מאוד מה ללמוד בכלי הלא פשוט הזה של גוגל, אבל בואו נלמד את הדברים הפשוטים על מנת שתוכלו לעקוב אחר הנעשה באתר שלכם.

האתר URM.co.il שעליו אני מראה לכם את רוב הרעיונות והנתונים הוא אתר חדש יחסית, האתר בעל מספר כניסות דל אך מספיק טוב על מנת שתבינו את הנתונים החשובים שיש באנליטיקס להבין.

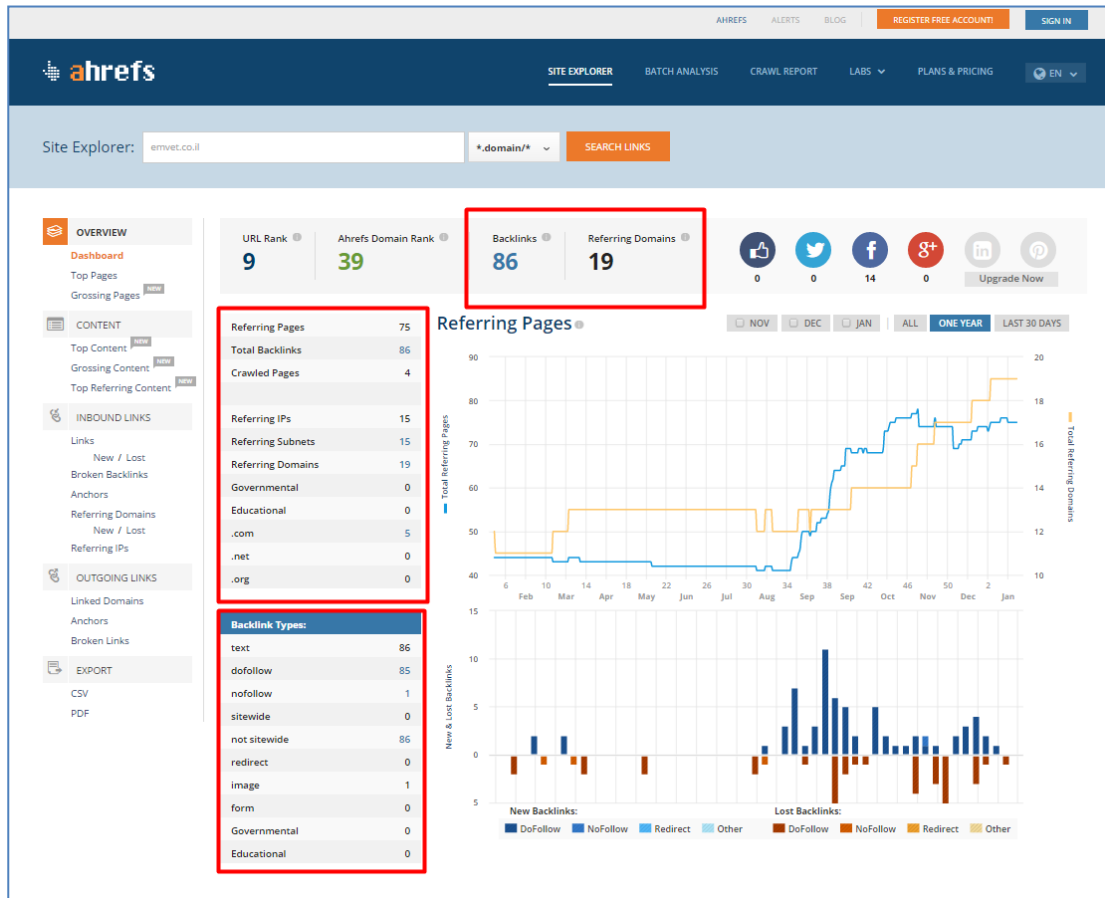
## כך נראה עמוד הכללי של כניסות לאתר באנליטיקס:



שימו לב, כל "טאב" כמעט שקיים במערכת האנליטיקס, יכול להיות דיי פשוט (במיוחד אם זה בשפה העברית) למשל, הנושא של "משתמשים", לא צריך להיות מדען בשביל להבין שמדובר בגולשים, מספר "הצגות דף" מן הסתם גדול יותר ממספר המשתמשים מכיוון שהוא סופר את מספר הדפים שגלשו בו כל המשתמשים, כך שלפי תמונת המסך שלי, 27 גולשים בדקו כ-166 עמודים (יכול להיות שזה גם בדיקות שלי ממחשב או שניים כמובן)

## ahrefs.com

האתר הנ"ל הוא כמו מג'סטיק הישן, המוכר והטוב עם קצת יותר צבעים וUI נעים יותר. אז שימו לב, הקלדתי באתר הנ"ל כתובת של אתר שקידמתי עד לא מזמן, (uzm.co.il הוא חדש ולא רציתי להראות לכם נתונים דלים מדי).



ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום



בצילום מסך השני מופיעים בעצם הביטויים שבעזרת 19 האתרים שלנו מקשרים לאתר הראשי, חלקם בביטוי "וטרינר 24 שעות" / "וטרינר בפתח תקווה" ועוד. הביטויים הללו לא תמיד נראים טבעיים אך עם הדגש הנכון, אפשר יהיה להבין מהו הקישור.

**הנתונים הטובים יותר שם הינם כתובת האתר שמפנה את הקישור, לדוגמא:**



כלי נוסף חשוב מאוד לתהליך הקידום, כלי נוסף של גוגל בשם Webmaster Tools, אליו אפנה בהמשך EBook בשם WMT (שימו לב, שאחר כך לא תגידו "לא ידעתי, לא קראתי").

הWMT הוא כלי שנוצר במיוחד עבור בעלי אתרים מצד גוגל, הוא נקרא בעברית "כלי מנהלי האתרים", מאוד ברור נכון? יופי. עכשיו אסביר למה:

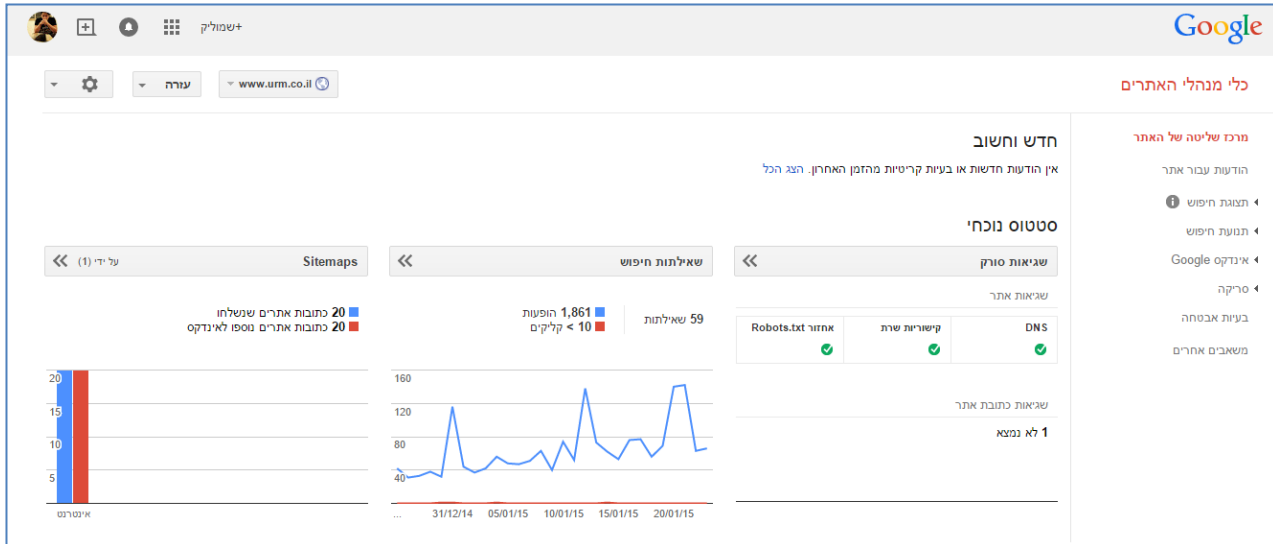
- [קישור להרשמה](#)
- [קצת על הכלי ביוטיוב מצד גוגל](#)

הכלי הנ"ל אמור לעזור למנהל אתר להבין קצת יותר טוב איך גוגל קורא את האתר שלו, למשל, באם גוגל לא מצליח לסרוק את האתר בעקבות בעיות טכניות - גוגל יציג את הבעיות ואף גם את הפיתרון על מנת שבעל אתר (גם כזה שהוא לא טכני) יצליח לפתור את הבעיה בעצמו. לרוב בכל אופן.

בעזרת כלי WMT, גוגל נותן אפשרויות תיקונים לHTML (זוכרים את פרק שלוש?) גוגל בעצם מסביר אילו תגי מטא נמצאו כפולים (דיברנו על כמה גוגל לא אוהבים שכפולי תכנים) ואילו תגי מטא לא נמצאו כלל.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

## נתחיל מעמוד הפתיחה של WMT:



בעמוד הבית של WMT, גוגל נותן לכם מבט כללי מלמעלה, דברים כמו "שגיאות סורק" במידה וגוגל לא הצליחו לסרוק את העמודים באתר. "שאלות חיפוש" שזה בעצם התוצאות בגוגל, כמה פעמים "הופעתם" מול הגולשים וכמה מהם הקליקו (לחצו הכוונה) לאתר שלכם (אל תיבהלו מאחוזים נמוכים כאן, עדיין מדובר ב"לצוץ" מול 9 תוצאות אורגניות ועוד כמה ממומנות).

נושא Sitemap זה נושא שלא כל אחד אוהב / רגיל לעבוד איתו אבל אני ממליץ מאוד, על מנת לעשות חיים קלים לגוגל ולסריקות, ממליץ להפעיל "מפת אתר" אשר תמפה עבור גוגל את עמודי האתר וברגע שתהיינה מוכנה המפה, להעלות לגוגל ולתת לו בכפית את האתר שלנו.

אנחנו אמנם יודעים שלאחר [urm.co.il](http://urm.co.il) יש מעט קישורים נכנסים, אך עדיין, גוגל מוצא את כל הקישורים שאתם מכירים שקיבלתם הרבה לפניכם.

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק יינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

Google

כלי מנהלי האתרים

מרכז שליטה של האתר

הודעות עבור אתר

תצוגת חיפוש

תנועת חיפוש

שאלות חיפוש

קישורים לאתר שלך

קישורים פנימיים

פעולות ידניות

מיקוד בינלאומי

התאמה לשימוש בנייד

אינדקס Google

סריקה

בעיות אבטחה

קישורים לאתר שלך

סך כל הקישורים  
11

מי מספק את המספר הרב ביותר של קישורים

4	bsns.co.il
3	tapuz.co.il
2	ניקייןלאחרשיפוץ.com
1	4free.co.il
1	magia-li.co.il

עוד »

שימו לב, כאשר חיפשנו את האתר שלנו במג'סטיק או ב[ahrefs](#) לא מצאנו את הקישורים שגוגל מצא. זה לא אומר שהכלים האלו לא שמישים עבורנו כי אחרי הכל, היינו רוצים לבדוק את הקישורים של המתחרים אבל עדיין, גוגל בהחלט יוצא נתונים יותר עדכניים ויותר מדויקים מכל אתר אחר ברשת.

אפשר לראות בעמוד ה"SiteMap" שהגשתי עבור גוגל את מפת האתר שלי והוא מצא את כל העמודים שהצגתי עבורו (אחרי הכל אין הרבה ודיי קלים לגישה מגוגל)

יש לי באתר 3 מאמרים שהעלתי כפוסטים ו17 עמודי תוכן. גוגל קיבל על מגש של כסף את כל הנתונים בצורה הטובה ביותר.

[שליח מחדש SITEMAP](#)
[Sitemap בדיק](#)

## אינדקס של Sitemap

מרכז שליטה של האתר

הודעות עבור אתר

- תצוגת חיפוש
- תנועת חיפוש
- Google אינדקס
- סריקה
  - שגיאות סורק
  - נתונים סטטיסטיים של סריקה
  - אחזר כמו Google
  - בדוק robots.txt
  - Sitemaps**
  - פרמטרים של כתובת אתר
  - בעיות אבטחה
  - משאבים אחרים

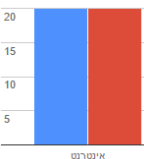
/sitemap\_index.xml **אינדקס**

אינדקס של Sitemap זה הוגש ב-21 ביולי 2014 ועובד ב-17 בינוי 2015.

[שגיאות אינדקס](#)
[Sitemap שגיאות](#)
[Sitemaps באינדקס זה](#)

תוכן Sitemaps

כל סוגי התוכן	דפי אינטרנט	הגוש
הגוש	20	20
נספח לאינדקס	20	20



מיפויי Sitemap באינדקס Sitemap זה (כל סוגי התוכן)

הצג 25 שורות | 1-2 מתוך 2

סוג	תעוד	בעיות	פריטים	הגוש	נספח לאינדקס
Sitemap	21 בינוי 2015	-	אינטרנט 17	17	17
Sitemap	22 בינוי 2015	-	אינטרנט 3	3	3

	#
Sitemap	
/page-sitemap.xml	1
/post-sitemap.xml	2

ספר זה נכתב על ידי שמוליק דורנבאום, מומחה SEO מאז 2008. כל מה שנכתב בספר נכתב בעקבות מקרים שקרו, תיקי לקוחות שקודמו, עונשים שהתקבלו במשך השנים לאתרי הלקוחות וכמובן, בעקבות שנים של ניסיון. אין שמוליק דורנבאום אחראי על תוצאות המעשים שייעשו בעקבות קריאת הספר ופעולותיו, האלגוריתם של גוגל משתנה ברמה יומית ואין על שמוליק לדעת האם זה יעזור להגיע לאותן תוצאות שהגיע בעצמו.

\*הערה: ספר זה לא יימכר כמוצר עצמאי אלא רק ינתן כבונוס או כמתנה עבור גולשיו / קוראיו של שמוליק דורנבאום

## פרק עשירי: עונשים מגוגל, איך להמנע ואיך לפתור

אם יש משהו שאנחנו צריכים להיזהר ממנו במיוחד זה תסמין ה"מטרה של גוגל". אנחנו לא רוצים להפוך להיות תחת המיקרוסקופ האכזרי של גוגל, אני לא מקצין שום דבר באימרה הזו, גוגל מענישים אתרים בכל יום ובכל יום בעקבות כך, אתרים נדחקים בתוצאות החיפוש ומאבדים את מקור הפרנסה שלהם בתוך ימים ספורים.

סיבות אפשריות לענישה מגוגל: (ענישה לרוב מסתכמת בהרחקת האתר מתוצאות החיפוש. לפעמים בכמה עמודים אחרנית ולפעמים ללא מציאתם בתוצאות כלל)

- **בניית קישורים לא טבעית:** כבר דיברנו על החלפות קישורים, גוגל מאוד סולד מהנושא הזה, כי ברגע שהמציאו את ה-PR (Pagerank) אנשי גוגל הבהירו שכל שיהיו לאתר יותר קישורים - הוא יקבל דירוג יותר גבוה. הדבר הראשון הפסול שקרה מאז זהו נושא ה"הגזמה". כאלו שקנו וקיבלו קישורים מכל מיני אתרים, מכל מיני מקומות בעולם וכמובן, מנושאים שלא רלוונטיים כלל.
- **איך מונעים:** קישורים זה לא שוק פתוח, בדקו כל קישור תחת מיקרוסקופ, שאלו את עצמכם, האם אני בתור גולש שנכנס לעמוד הספציפי שממנו קיבלתי את הקישור, האם הייתי לוחץ על הקישור? אם לא, האם זה עיצוב הקישור? האם זה בגלל שהקישור לא מציג עצמו כקישור? אלו בדיוק השאלות שגוגל שואל את עצמו בזמן הבדיקה. אל תגרמו לו לפקפק בכם, פרנסה יכולה להעלם בהרף עין.
- **נענשתם?** לא תמיד בגללכם, לפעמים מתחרים יכולים להרע לכם ולקנות קישורים עבורכם משום שיודעים מה ההשלכות. גוגל אמנם רק רובוט, אבל יכול להקשיב אם שולחים להם טופס מסודר, למשל, מוזמנים להגיש לגוגל מסמך אשר מפרט את הקישורים, [לחצו כאן לראות את עמוד הנושא ב-WMT](#)
- **אופטימיזצית יתר:** גם על זה קצת דיברנו אבל בהרחבה אפשר להגיד שגוגל לא עיוורים ורואים לפעמים בעלי אתרים שמנסים לעשות בכח "עבודת קידום" אז לא, להציף 200 פעמים את הביטוי "הרחקת יונים" לא יעשה את התהליך שלכם טוב יותר מול גוגל. אל "תעבדו" קשה מדי, זה נראה מתועש מדי.
- **איך מונעים:** תנסו לעבור על הטקסט, תחשבו, כמו תמיד, האם הגולש האקראי יהנה מהתוכן? אם אתם לא יודעים לענות על השאלה, תשלחו לכמה חברים, משפחה ואפילו ההורים, אנשים שלא קרובים לתחום השיווק ושיכולים לעבור על האתר לכמה רגעים על מנת להבין, "האם הגולש מקבל את מה שהוא רצה?" בדרך כלל, ביטוי שחוזר על עצמו יותר מדי פעמים גורם לבלבול ולהסחת דעת מהנושא האמיתי באתר.
- **תוכן מועתק:** במידה וגוגל מצא שהתוכן שבאתר שלכם מועתק מאתרים אחרים ברשת, הוא יכול להוריד אתכם במיקומים, בניגוד לבעיות אחרות שכתבתי, תוכן מועתק יכול לגרום להורדה בעמוד או שניים מקסימום (לפעמים) בלבד.
- **איך מונעים:** תפסיקו לגנוב תוכן ואל תתעצלו! סתם, לא תמיד אתם אשמים (אני מקווה) לרוב, אנשים שרואים תוכן טוב ואיכותי בתחום שלהם באתר אחר, מעדיפים להעתיק או לנסות לשנות מילה או שתיים לפעמים שהם מעלים לאתר. אז דעו לכם מעתיקנים יקרים, כולם בסוף נתפסים.

## סיכום: קידום אתרים לשנים הבאות

אתם צריכים לזכור, גוגל כאן להישאר, גוגל לא מתכוונים להעלים. עליכם להבין לאן הרוח נושבת ולזרום לשם, אל תנסו ללכת נגד הרוח, זה קשה יותר ממה שאתם חושבים, כלומר אל תנסו לרמות, לשקר או לזייף, כמו שאמרתי קודם, כולם נתפסים בסופו של יום.

### בסופו של דבר, אתם צריכים לדאוג לכמה דברים חשובים לגבי האתר שלכם:

- שתמיד יהיה תוכן נקי, איכותי, חדש ומעניין (שיהיה מעניין לשיתוף מאתרים אחרים)
- שתמיד האצבע שלכם על הדופק, כלומר, אם עמוד ספציפי יורד במיקומים או עולה שתהיה לכם הסיבה למה זה קרה, לא בשביל להתגאות אלא בשביל ללמוד מזה, מה לעשות יותר ומה לעשות פחות להבא
- שאף פעם לא תמכרו את הנשמה שלכם לכסף, זה שמישהו רוצה לקנות קישור מהאתר שלכם למען העברת PR לא אומר שאתם צריכים לעשות זאת, לפעמים לא משנה המחיר, (הרי זה לא שירצו לקנות מכם במיליונים). אתם רוצים להעביר טראפיק לאתר של מישהו אחר בתשלום? אין בעיה בכלל, שהקישור שיעלה שיהיה תחת nofollow שיבהיר לגוגל שמדובר בקישור בתשלום אך ללא העברת pagerank למען זיוף תהליכי SEO
- לא לעשות ניסוי וטעייה על דברים שאתם לא מבינים ובטח לא על אתרים שלא שלכם, פרנסה לרוב עומדת על הפרק, התייעצו עם אנשים, עם מקדמים, עם אנשי שיווק, העיקר לא לעשות משהו על דעת עצמכם בלבד.
- השתדלו תמיד להתעדכן באתרים של מקצוענים, כאלו שיודעים איך לנתח את השוק ואת הלך רוח הדברים בעולם ה-SEO.

## אז איך מתקדמים מכאן? רשימה קצרה שתסדר לכם את המחשבות:

1. חושבים על רעיון (:)
2. קונים דומיין לשם החברה (רצוי לפי התמקדות במדינה בה האתר מקודם)
3. קונים אחסון, מעלים שם / בונים שם את האתר החדש
4. האתר ריק, זמן טוב לבצע מחקר מילות מפתח (\*בעיקרון, אפשר קודם מחקר ואז קניית דומיין ואחסון, לא קריטי, העיקר שלא יעלה כלום לאוויר עד שאין מחקר מוכן)
5. מתחילים לבנות היררכייה בהתאם למחקר שעשינו ולחלק עמודי נחיתה בהתאם לחשיבות, למשל, ביטוי מרכזי "הרחקת יונים" יכוון לעמוד הבית, "רשתות נגד יונים" יכוון להיות עמוד פנימי באתר, בעקבות חשיבותו ובעקבות מספר החיפושים היחסית) גדול, נקשר אותו מהתפריט הראשי שבעמוד הבית
6. כותבים תוכן ענייני ונכון לגולש שרוצה לדעת מידע / לקנות רשתות / לדבר עם נציג
7. מבצעים אופטימיזציה לתוכן, מוודאים שתגיות המטא הרלוונטיות לכל עמוד מעודכנות, שאין טעויות כתיב, שאין קישורים מיותרים, שיש קישורים לעמודים פנימיים נוספים.
8. לאחר עליה לאוויר מוודאים שהאתר ללא תקלות טכניות כלל (להיעזר בWMT, מבחינת עמודי 404, הפניות בעייתיות, כפילויות של תגיות מטא וכד')
9. מתחילים פעילות Offsite, דואגים לרשום את החברה בכמה אינדקסים של אתרים (דפי זהב, easy וחבריהם)
- a. מבקשים החלפות קישורים והמלצות מספקים שעובדים איתכם (או אתרים רלוונטיים אחרים)
- b. נכנסים לפורומים מקצועיים (!!)) ברשת (כמו "משפטי" / "1213" וכד') ומגיבים עם קישורים רלוונטיים לאתר במידה ויש
- c. מבקשים מבלוגים איכותיים ומקצועיים ברשת להעלות סקירה אודותיכם או שתכתבו עבורם פוסט מקצועי בתחומכם (בעל קישור nofollow במידת הצורך)
10. במידה ונתקלים בשאלה / בעיה / קושיה, מוזמנים לפנות אליי, מקדם אתרים מנוסה שיכול לעזור לכם בכל סוג של בעיה (מקווה)
- a. [www.VPRweb.co.il](http://www.VPRweb.co.il)
- b. 054-7126629
- c. seovpr@gmail.com

## כמה לינקים שיעזרו לכם להתמודד עם עולם ה-SEO:

(\*)הקישורים נוצרו בעזרת המערכת של גוגל Goo.gl שמקצרת קישורים ארוכים ונותנת מעקב לאחר הקלקות.  
חשוב לי. כדאי שיהיה חשוב גם לכם)

### בעברית:

- ✓ <http://goo.gl/PB3SSz> - בלוג חדשות קידום אתרים של SEO Israel
- ✓ <http://goo.gl/jqCe4l> - בלוג קידום אתרים של פבל
- ✓ <http://goo.gl/yHZhFv> - קבוצת קידום אתרים מקצועית בפייסבוק
- ✓ [ZEFO.co.il](http://ZEFO.co.il) - בשביל המעקב והתהליך כולו

### באנגלית

- ✓ <http://goo.gl/F23eQu> - בלוג חדשות קידום אתרים של בארי שוורץ
- ✓ <http://goo.gl/BhA3lf> - מגזין שיווק באינטרנט (מתעדכן על בסיס יומי)
- ✓ <http://goo.gl/lmZs4j> - היסטוריית עדכונים של עדכוני גוגל ע"פי MOZ
- ✓ <http://goo.gl/l2POAW> - ערוץ היוטיוב של MOZ
- ✓ קיצורי URL של גוגל: Goo.gl

❖ [VPRweb.co.il](http://VPRweb.co.il) אתר הבית שלי, שמוליק דורנבאום: