

**19. konferenca  
Dnevi slovenske informatike**

**Kako spremeniti spletno  
prisotnost v priložnost  
in strateško naložbo**

*mag. Stojan Košti, Temida d.o.o.  
mag. Simon Meglič, ePrvak d.o.o.*

17. 04. 2012



## Agenda

---

- Pozicioniranje, ponudba, vsebina
- SEO – prvi na Googlu, prvi v poslu
- Spletna analitika in poslovna analitika
- Kje delamo napake
- Ključ je dobra uporabniška izkušnja
- Izboljševanje uporabnosti
- Izgradnja dolgoročnega odnosa s stranko



## Pozicioniranje

---

- Pozicioniranje – nedvoumno sporočilo, kaj spletno mesto obiskovalcu nudi
- Elementi uspešnosti
  - Jasno izpostavljena ponudba na vstopni strani
  - “The more you tell, the more you sell”
  - učinkovita predstavitev (smo vredni zaupanja, kredibilnost)
- Hierarhija strani, tematski sklopi
- Določmo cilje in vizijo spletnega mesta



## Vsebina

---

- Ustrezna vsebina – implementacija najboljših praks
  - Raziskovanje ključnih besed
    - Relevantne ključne besede v začetek naslova
    - Povečajmo nabor ključnih besed (vsebina, podstrani, slike, povezave,...)
  - Gradimo povratne povezave (naravne povezave, rss viri, izmenjava s partnerji, spletni imeniki, družabna omrežja, blogi,...)
  - Optimizacija vsebine skozi analitiko

Google Analytics

 **FireStats**

 The Webalizer

Piwik

YAHOO! WEB ANALYTICS



## 10 dejavnikov optimizacije

---

1. Pogostost ključnih besed 5-7% vseh besed v besedilu
2. Zaporedje ključnih besed – ohranjanje enakega sklona
3. Položaj/lokacija ključnih besed – na vidnem mestu, odebeljene,...
4. Ključne besede v atributih alt, name, desc, title,...
5. Ključne besede v sidru (anchor) – povezave, URL naslovi,..
6. Delujoče notranje povezave
7. Največ trinivojska struktura menijev
8. Povezave med stranmi na nižji ravni
9. Zunanje povezave (vedno sveže, nove) z relevantnih spletnih mest
10. Starost spletne strani



## Vpis v iskalnike in imenike

---

- Slovenija

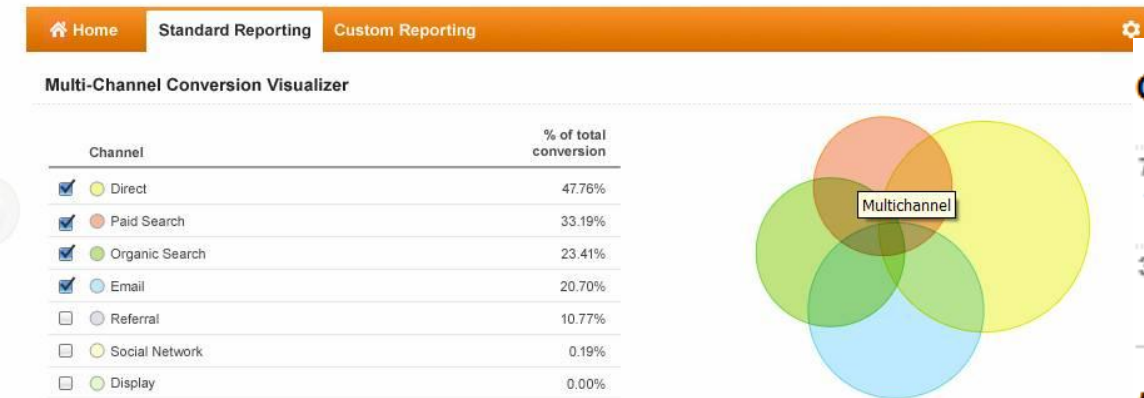
- najdi.si, matkurja.com, slowwwenia.com, odpri.si, spletni-imenik.si, web-imenik.net, zapomni.si,...

- Svet

- google.com, yahoo.com, bing.com, pogodak.hr, dmoz.org, companysites.info, businesspatrol.com, pegasusdirectory.com, efreedirectrory.com, birectory.com, linkdirectory.com, linkcentre.com, xhii.com,...



# Spletna analitika in poslovna analitika



## Goal Conversion Rate



**5.15%** Goal Conversion Rate



## **Analitika = razlika med poslovnim uspehom in ...neuspehom**

- Je ključen pogoj za ustvarjanje donosa na spletne investicije
- Je srce spletnega trženja
- Minimalna razlika v odstotnih točkah = velika sprememba v rezultatu
- Proces iskalnega marketinga je analitičen proces



## Kaj imajo skupnega iPad, Wii, Crocs, Google in Amazon.com?



**amazon.com**

**Google**



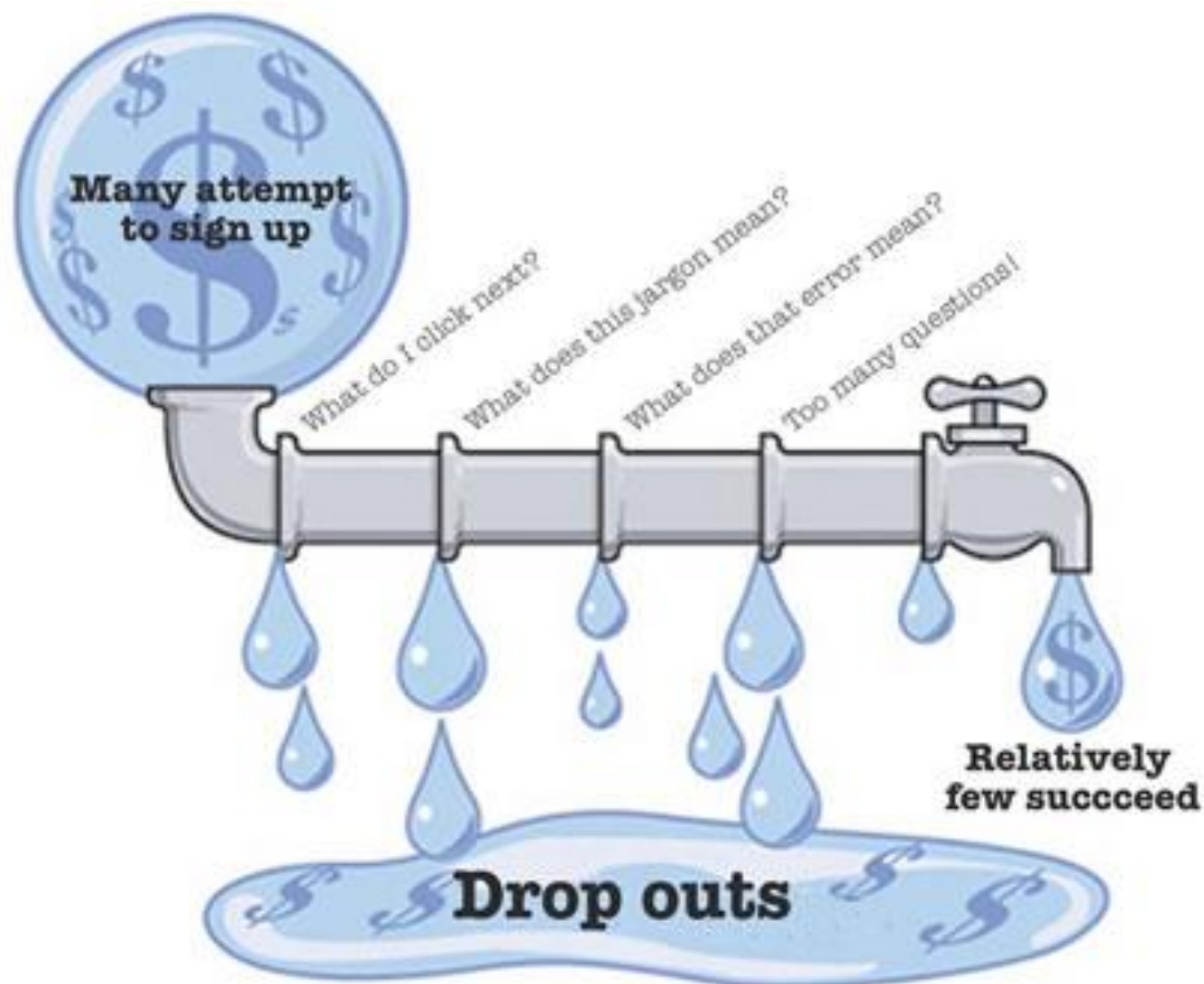
## Uporabniška izkušnja

- Uporabniki so "leni" in želijo čim manj časa posvečati učenju uporabe novega vmesnika.
- Pogosto imajo tudi premalo predznanja za zahtevne uporabniške vmesnike.





## Na koncu štejejo le številke!





## Izboljševanje uporabnosti

- Sledenje smernicam za uporabnost
- Pregled vmesnika s pomočjo strokovnjaka za uporabnost
- Testiranje na uporabnikih



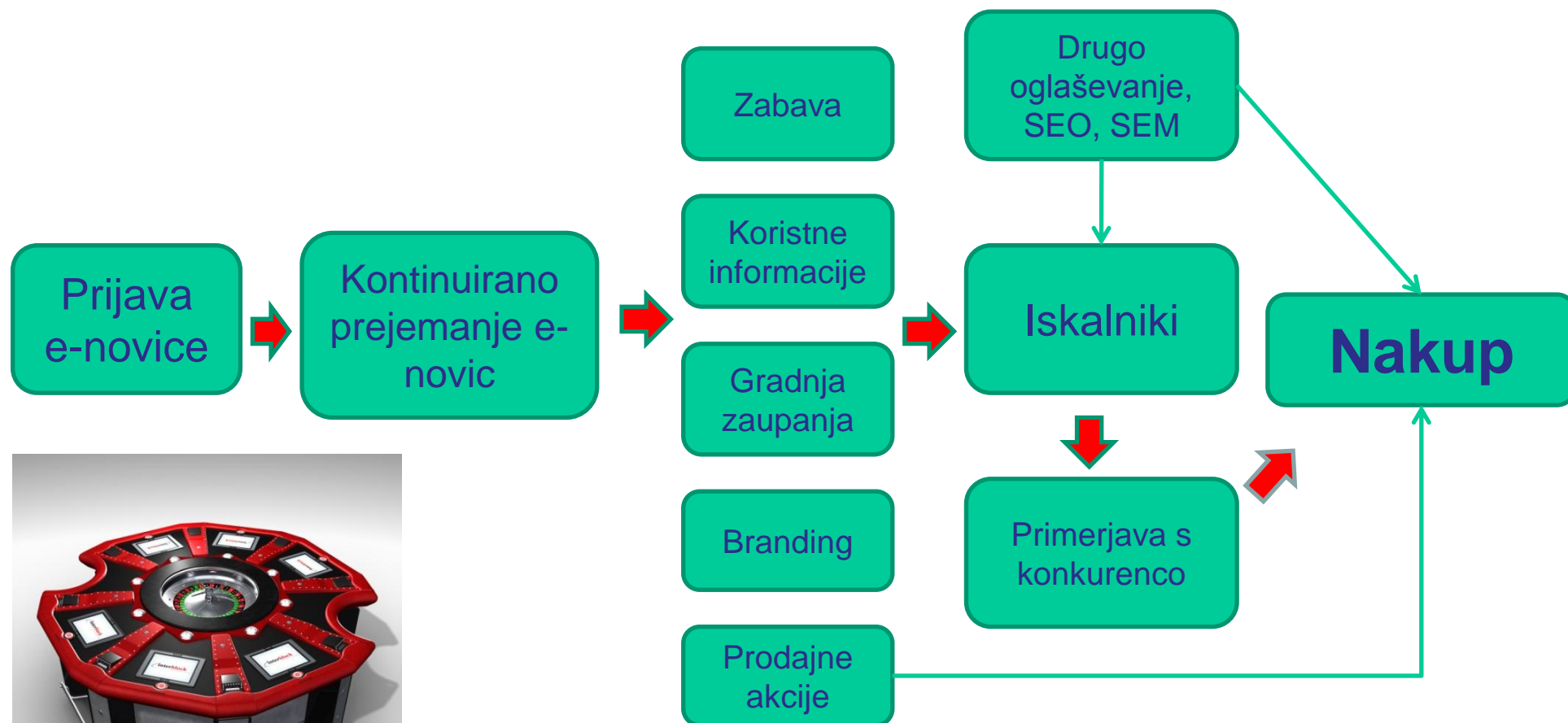


## Zgradite odnos s stranko





## Kako s pomočjo spleta prodaja izdelek ali storitev?

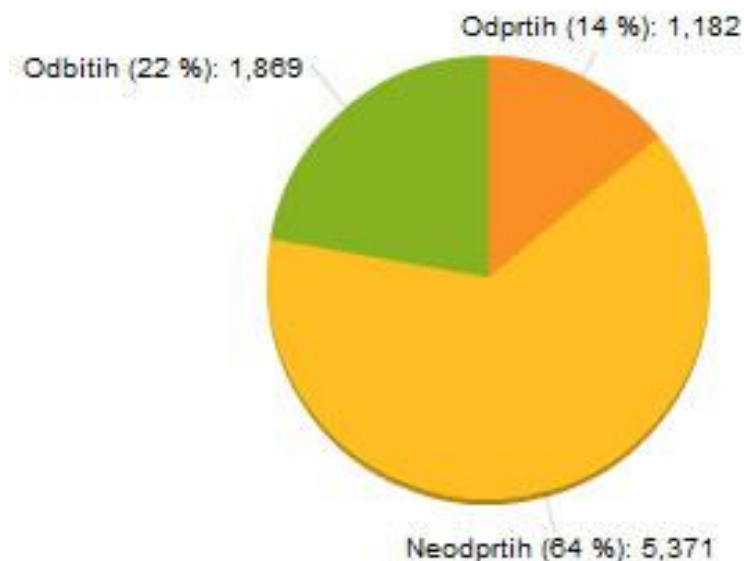




## Statistika: Orodje za email marketing

Koliko je:

- odprtih,
- klikov na določeno povezavo,  
(najbolj brane vsebine),



Avtomatsko taganje (Google Analytics)



***Hvala za vašo pozornost !***

*več na:*

[www.eprvak.si](http://www.eprvak.si)

mag. Simon Meglič

[simon@eprvak.si](mailto:simon@eprvak.si)



[www.temida.si](http://www.temida.si)

mag. Stojan Košti

[stojan.kosti@temida.si](mailto:stojan.kosti@temida.si)

