

Jak dlouho vydrží vaše SEO?

Optimalizaci pro vyhledávače (angl. zkratka SEO) dnes již bere vážně snad každý provozovatel webových stránek. Také nabídka služeb slibujících lepší výsledky ve vyhledávačích je velmi široká a různorodá. Různé přístupy k otázce optimalizace se mohou navzájem značně lišit jak ve zvolených metodách, tak i ve výsledcích.

Tak jako každý obor lidské činnosti, i SEO nabízí široké spektrum činností a metod, kterými se jejich uživatelé snaží **DOSÁHNOUT VYTYČENÝCH CÍLŮ**. Často se hovoří o různých metodách optimalizace, méně se již hovoří o jejich výsledcích. Jedním z nejvíce opomíjených aspektů optimalizace je její **TRVANLIVOST V ČASE**, tedy doba, po kterou jsou doporučené změny skutečně přínosné.

Do obecného povědomí již proniklo rozdělení metod optimalizace na white-hat a black-hat SEO, které ve volném překladu rozlišuje takzvané bílou (korektní, etickou) a černou (temnou, zakázanou) optimalizační magii. Tento pohled má samozřejmě své opodstatnění, na první pohled však nemusí být zřejmé rozdíly mezi oběma přístupy.

Do škatulky temných metod optimalizace se řadí postupy, které lze jinými slovy označit za neetické, případně zakázané. Zdrojem zákazů se rozumí **PRAVIDLA NASTAVENÁ PROVOZOVATELEM VYHLEDÁVAČE**, psaná i nepsaná. Black-hat optimalizace se provádí způsoby, které nijak nezlepšují kvalitu předmětného webu a jejich jediným cílem je zlepšení pozic ve vyhledávačích. Často využívají znalostí **SLABIN VYHLEDÁVACÍCH ALGORITMŮ** a používané postupy se v mnoha ohledech dají ztotožnit se spamem.

Takovéto "zakázané" postupy samozřejmě vyžadují jistou znalost problematiky, v mnoha případech se dá skutečně hovořit o technicky velmi pokročilém řešení. Možná i proto získalo SEO **POVĚST** jakési magie, pro majitele stránek přitažlivé, ale často obtížně pochopitelné.

Naopak takzvané white-hat SEO je založeno na metodách, které by se měly řídit jednoduchým pravidlem. To říká, že autoři by měli své webové stránky **UPRAVOVAT S OHLEDEM NA UŽIVATELE**, nikoliv na vyhledávače. Takový přístup je poctivý, což však bývá někdy vnímáno až pejorativně ve smyslu přehnané opatrnosti. Vychází však ze samotné podstaty fungování vyhledávačů.

Vyhledávače mají rády kvalitní weby

Primárním cílem každého vyhledávače totiž musí být poskytování kvalitních výsledků. Pouze uživatel, který na základě svého dotazu obdržel relevantní informace nebo mohl splnit požadovaný úkol, bude vyhledávač **PRAVIDELNĚ POUŽÍVAT**. Proto se autoři vyhledávačů snaží rozpoznávat skutečně kvalitní weby a odlišovat je od těch, které se pomocí různých triků snaží dosahovat vysokých pozic, aniž by však nabízely jakoukoliv **SKUTEČNOU HODNOTU**. Nic není dokonalé, ale dlouhodobý trend je jasný - vyhledávačům se v tomto snažení daří stále lépe a lépe.

Z toho vyplývá, že jedinou **DLOUHODOBĚ UDRŽITELNOU STRATEGIÍ** pro úspěch ve vyhledávačích je budování webů hodnotných pro uživatele. Jak se vyhledávací algoritmy zdokonalují, jejich schopnost rozpoznávat kvalitní weby se neustále zlepšuje. Jedině kvalitně provedené white-hat SEO je tedy zárukou skutečně dlouhodobé úspěšnosti webu.

Luštitelé algoritmů

Zatímco dlouhodobý přístup k optimalizaci prakticky splývá s definicí white-hat SEO, krátkodobá strategie nezahrnuje pouze temný protiklad z množiny black-hat triků. Mezi postupy, které zpravidla přinášejí pouze krátkodobý užitek, je nutné řadit i jakékoliv využívání znalostí o **SPECIFICKÝCH VLASTNOSTECH** jednotlivých vyhledávačů.

Pokud se rozhodnete provádět optimalizaci založenou na konkrétních vlastnostech či chybách vyhledávačů, musíte se připravit na **NEKONEČNÝ BOJ**. Algoritmy vyhledávačů se neustále vyvíjí, jak se jejich autoři snaží o zvyšování kvality nabízených výsledků. Seběmenší změna pak může způsobit výrazný propad v návštěvnosti webu, jehož úspěchy byly založeny například na znalosti čerstvě opravené chyby. Na druhou stranu je nutné přiznat, že trvanlivost konkrétních specifických vlastností nelze bez využití **KŘIŠŤALOVÉ KOULE** odhadnout. Zatímco některé své nedostatky vyhledávače odstraňují prakticky hned po té, co dojde k jejich využití provozovateli stránek, jiné zůstávají nevyřešené i několik let.

Není však nutné hovořit jen o chybách v algoritmech vyhledávačů. Uvedené **RIZIKO** platí pro všechny, kteří při tvorbě webu uvažují méně o skutečných uživateli a více o robotech vyhledávačů. Případný propad samozřejmě vyvolává potřebu nápravy, takže po propadu následuje opětovné hledání dalších vlastností a slabin, které by bylo možné využít. A tak stále dokola...

Taková situace je velmi **NEPŘÍJEMNÁ PRO ZÁKAZNÍKA**, který za "optimalizaci" svých stránek zaplatil. Pokud použité triky přestanou fungovat, nezbývá než znovu požádat dodavatele o radu, zpravidla dobře zaplacenou. Samozřejmě však není vůbec jisté, že se opět podaří nalézt mezery, které by bylo možné využít.

V případě použití zakázaných technik může být situace dokonce ještě horší. Web přistižený při používání nekalých postupů může být potrestán způsobem, který jeho výsledky ovlivní i na dlouhou dobu do budoucna. K takovému odhalení může vést jak zdokonalení vyhledávacích algoritmů, tak i ruční práce správců vyhledávače nebo nahlášení nespokojenými uživateli.

Jak je to tedy správně?

Krátkodobé strategie se samozřejmě **V PRAXI POUŽÍVAJÍ** a je možné s nimi slavit i úspěchy. Měli byste však dobře vědět, jak se lidově říká, do čeho jdete. Dokonce i zakázané praktiky lze využívat, pokud je cílem pouze **RYCHLÝ ZISK** a problémy spojené s odhalením nepředstavují problém. Rozhodně není dobrým nápadem zkoušení black-hat postupů na zavedeném webu, který by firma i v budoucnu ráda používala.

Dlouhodobě úspěšná optimalizace pro vyhledávače je primárně postavena **NA KVALITNÍM OBSAHU**. Teprve ve chvíli, kdy má web co nabídnout, je možné dalšími úpravami jeho úspěšnost ve vyhledávacích podpořit. Většina postupů má tak jako tak původ v oblastech důležitých pro uživatele – za všechny zmiňme přístupnost a použitelnost webu.