

Jak zarabiać w Internecie 100 euro dziennie?



www.100eurodziennie.pl

Jest to robocza wersja poradnika na temat zarabiania w Internecie.

Zarabianie w sieci

Spis treści:

Wstęp	5
„Co zrobić aby zarobić?”	5
 1. Co zrobić aby zarobić w Internecie.....	7
<i>Model zarabiania na mikro stronach internetowych.</i>	<i>7</i>
 2. Wybór branży	11
<i>Jak wybrać odpowiednią branżę?</i>	<i>11</i>
Osobiste predyspozycje	11
<i>Zainteresowania, hobby</i>	<i>12</i>
<i>Pracowitość</i>	<i>12</i>
<i>Znajomość branży i rynku.....</i>	<i>13</i>
 3. Jak zarabiać w Internecie?	14
<i>Model e-biznesu.</i>	<i>14</i>
<i>Mikrostrony.</i>	<i>14</i>
<i>Sklepy internetowe.</i>	<i>16</i>
<i>Komercyjne strony www.</i>	<i>17</i>
 4. Budowa serwisu zarobkowego.....	19
<i>Budowa serwisu zarobkowego</i>	<i>19</i>
<i>Płatne usługi - ogłoszenia.....</i>	<i>20</i>
<i>Płatne usługi - wizytówki</i>	<i>21</i>
<i>Płatne usługi – inne</i>	<i>22</i>
<i>Reklama banerowa</i>	<i>23</i>
<i>Reklama kontekstowa</i>	<i>23</i>
<i>Narzędzia do budowy serwisu zarobkowego</i>	<i>25</i>

Podsumowanie	27
6. Optymalizacja serwisu internetowego	31
7. Treść	38
Copywriting	40
8. Promocja serwisów internetowych	43
Reklama kontekstowa	43
Baner reklamowy	44
System wymiany linków	44
Pozycjonowanie	44
Marketing wirusowy	45
Marketing szeptany	45
9. Pozycjonowanie	47
10. Działanie + cel	49

Wstęp

„Co zrobić aby zarobić?”

Pytanie, które zadaję sobie każdy kto chce osiągnąć w życiu niezależność. Kto z nas nie marzył o fortunie i wolności o podejmowaniu działań przynoszących niezależność finansową i wolność lokalizacji, działań pozwalających funkcjonować bez względu na aktualne miejsce pobytu.

Czy twoja praca daje ci takie możliwości? Prawdopodobnie nie. Gdzie w takim razie działać aby uzyskać niezależność. Oczywiście w Internecie to tutaj, jak na razie, istnieje wolność i swoboda jakiej nigdzie indziej się nie uzyska. Oczywiście obwarowanie prawne istnieje również tutaj jednak wiele zagadnień jest jeszcze problematycznych co powoduje możliwość odnalezienia niszy i sposobu zarobkowania z każdego miejsca na ziemi. Po co wstawać codziennie rano, postępować schematycznie i jak robot powtarzać te same czynności jednocześnie nabijając komuś konto.

Podstawa niezależności to praca na własny rachunek, dlatego interesując się zarabianiem w sieci, należy pamiętać, że pomimo ogromnych możliwości trzeba bardzo dużo czasu poświęcić na analizy, teorię i naukę. Naukę wymagającą ogromnie dużo samokontroli i dyscypliny. Sukces w Internecie to obserwacja, analiza i kreatywność. Tymi cechami powinien się wykazać, każdy kto chce zarabiać w Internecie. Ale zarabianie w sieci jest absolutnie dla każdego.

Kilka zasad na początek:

1. Jeśli już pracujesz potraktuj zarobek w Internecie jako dodatkowy dochód.
2. Nasz poradnik jest tylko poradnikiem i może pomóc w zarabianiu w sieci.
3. Nasze porady to nie złoty środek lecz tylko opis możliwości jakie przynosi Internet i dzięki, którym my zarabiamy i codziennie stajemy się co raz bardziej niezależni.

4. Jeśli ci się uda znaleźć swój kierunek zarabiania w sieci dopiero wtedy podejmij decyzje na temat swojego dalszego życia zawodowego.

1. Co zrobić aby zarobić w Internecie.

Model zarabiania na mikro stronach internetowych.

Nie ma złotego środka i to jest pewnik. Jednak Internet jest bezgranicznym targowiskiem możliwości. Internet w przeciągu ostatnich 10 lat odkrył możliwości zarabiania o jakich ludziom do tej pory się nawet nie śniło. Często trafia do bardzo specyficznych grup docelowych i dzięki swojemu nieograniczonemu dostępowi codziennie odkrywa nowe możliwości.

Takimi projektami docierającymi do specyficznych grup docelowych było m.in.:

- allegro.pl
- facebook.com
- amazoon.com
- nk.pl

Te portale wykorzystwały specyficzne potrzeby internautów, rozwijając swoją funkcjonalność zaczęły ogarniać coraz większy rynek. Dzięki temu ich przychody stają się trudne do ogarnięcia.

Nasz poradnik nie poda ci na tacy takich rozwiązań, ale postaramy się przybliżyć możliwości zarobkowe, które małymi krokami pozwolą na osiągnięcie niezależności i wolności, jednak cel zależy tylko i wyłącznie od ciebie. Twoja kreatywność i wytrwałość może w dużej mierze przyspieszyć osiągnięcie sukcesu.

Na zarabianie w sieci jest bardzo wiele już odkrytych sposobów, nie jesteśmy w stanie opisać ich wszystkich. Skupimy się więc na kilku.

Do najpopularniejszych sposobów zarabiania w sieci należą:

- reklama kontekstowa
- sklepy internetowe
- serwisy komercyjne
- sprzedaż e-booków
- mailing.

Wymienione tematy należą do jednych z wielu jednak łącząc te elementy możesz osiągnąć sukces. W środowisku panuje pogląd, że istnieje kilka szczególnych branż, na których można zarobić i są to takie branże jak:

- zarabianie w sieci
- dzieci
- odżywianie (popularne diety)

To tylko trzy kategorie w których szukać można niszy, dzięki której łatwiej będzie osiągnąć sukces. Nie jest to jednak takie proste.

Moje doświadczenie pokazuje, że trzymanie się jednego modelu zarabiania w sieci nie przynosi wymiernych efektów. Czyli nie tylko z AdSense człowiek żyje. Jeśli wybieramy sposób zarabiania w sieci tylko z reklam wyświetlanych na naszych stronach musimy liczyć się z tym, że sukces nie jest taki bliski.

Trudności jakie napotkamy to :

- długi okres oczekiwania na efekt,
- zmienne stawki reklam,
- konieczność stałej analizy konwersji
- kontrola wyświetlanych reklam pod kontem konkurencji

Długi okres oczekiwania - dopóki nie wygenerujemy jakimś cudownym sposobem ruchu na stronie internetowej nie mamy co liczyć na dochody z reklamy kontekstowej wyświetlanej na naszej stronie. Wszelkie zabiegi promocyjne, pozycjonowanie, mailing, banery itp. są czynnościami długofalowymi, których efekty są widoczne po dłuższym czasie.

Zmienne stawki - konkurencyjność fraz powoduje ciągłą weryfikację stawek i współczynników określających wysokość przychodów, może się okazać, że w ciągu roku przychody z tej samej ilości kliknięć w reklamy spadła nawet o 50 %. Z tych powodów analiza konwersji i odpowiedni dobór reklam ma ogromne znaczenie.

Wybraliśmy początkowo model zarabiania na reklamie kontekstowej w oparciu o mikro strony internetowe. Model ten charakteryzuje się tym, że tworzy się setki stron internetowych przynoszących dziennie od kilkudziesięciu centów do kilku euro.

Prosty rachunek:

100 stron przynoszących po 1 euro dziennie z reklamy kontekstowej to 100 euro dziennie. 100 euro dziennie to ok. 12 000 złotych miesięcznie. Matematyka mówi swoje. Ten model jest do osiągnięcia i tysiące osób na całym świecie zarabia właśnie tak.

Wydawałoby się, że model obrany przez nas jest doskonały, ale niestety zabiegi jakie musimy poczynić, aby ten model zarabiania w sieci przyniósł efekt, są dość uciążliwe i pracochłonne. Dlatego zaczynając działania w sieci proponuje podejść do tych wyliczeń z dystansem, a obierając swoją drogę dokładnie to przemyśleć. Osoby, które nie mają o zarabianiu w Internecie, żadnych wiadomości zachęcam na początek do lektury Internetu i książek, aby nabrać trochę wiadomości od praktyków dziedziny.

Model zarabiania w oparciu o mikrostrony jest ciekawym rozwiązaniem jednak jak zawsze należy pamiętać o optymalizacji kosztów. Tworzenie takiej ilości podstron

na wielu domenach podnosi znacznie koszty dlatego całość działań już na starcie należy sobie dobrze rozplanować. Należy także, dobierać możliwie jak najwięcej darmowych narzędzi takich jak blogi internetowe, darmowe hostingi itp.

Skupimy się na problematyce właśnie takiego modelu zarobkowego, postaramy się opisać najważniejsze zagadnienia z nim związane, które wskażą Ci odpowiedni kierunek.

2. Wybór branży

Jak wybrać odpowiednią branżę?

Pytanie, które powinniśmy postawić sobie na początku, przygody z internetowym biznesem. Jednak odpowiedź na to pytanie uzyskamy dokładnie czytając, i zapoznając się z materiałami niniejszego e-booka. Dlaczego tak jest?

Ponieważ na dobór odpowiedniej dla nas branży składa się dużo czynników.

Według mnie najważniejsze z nich to:

- osobiste predyspozycje
- zainteresowania, hobby
- pracowitość
- znajomość branży i rynku

Postaramy się przedstawić poszczególne elementy. Zacznijmy od:

Osobiste predyspozycje

Pisząc o osobistych predyspozycjach mam na myśli, predyspozycje młodego e-biznesmena, do pisania tekstów, obserwacji branży, cierpliwości i podzielności uwagi.

Nie odniesie sukcesu internetowego człowiek nie posiadający umiejętności pisania. Internet to tekst ubrany w kod. Jeśli zamierzamy zarabiać tylko i wyłącznie na stronie internetowej wyświetlającej reklamy kontekstowe, itp, musimy zdać sobie sprawę, że strona www nie może istnieć bez tekstu. Dodatkowym aspektem są coraz wyższe wymagania stawiane przez wielkiego brata, Google, który dba o

jakość Internetu. Wprowadzane przez Google algorytmy powodują, iż strony zawierające skopiowane treści przestają się liczyć w serpach.¹

A to powoduje spadek liczby odwiedzin, czego efektem jest utrata przychodów ze strony www. Dlatego umiejętności przelewania myśli na stronę internetową jest niezwykle ważny, pamiętać jednak należy, że pisanie do Internetu (copywriting)² rządzi się również swoimi prawami.

Zainteresowania, hobby

Logicznym jest, iż łatwiej pisze się na tematy, które nas interesują, na które posiadamy jakąś wiedzę. Posiadana wiedza nie musi być w tym przypadku na poziomie eksperckim, ale na pewno im więcej informacji posiadamy na jakiś temat tym łatwiej przyjdzie nam stworzenia odpowiednich tekstów.

Jeśli nie znam się na modelarstwie to nie powinienem ruszać tego tematu, ponieważ popełnię za dużo błędów i praca włożona w dany projekt może spalić na panewce. Oczywiście można zakupić teksty u copywriterów, ale jak już pisałem zależy nam na minimalizowaniu kosztów związanych z prowadzoną działalnością. Druga sprawa jeśli byłoby mnie stać na profesjonalne teksty, to znalazłbym inny lepszy sposób inwestowania w e-biznes, niż zarabianie z kliknięć w reklamy.

Pracowitość

To również jeden z elementów predyspozycji jakie powinienes posiadać, prowadząc e-biznes. Do tego trzeba by również dodać wytrwałość i upór.

Nie prawdą jest, że zarabianie w Internecie jest szybkie i łatwe. Jak każda działalność gospodarcza również prowadzenie własnego e-biznesu jest trudne i wymaga dużo pracy. Praca jaką wkładamy w takie przedsięwzięcie jest na pewno większa na początku niż później kiedy już zbudujemy sobie odpowiednią maszynkę

¹ wyniki wyszukiwania w wyszukiwarkach

² tworzenie treści reklamowych w postaci tekstów, scenariuszy, na potrzeby reklamy, strony internetowej, ulotki itp.

do zarabiania pieniędzy. Jednak jest to przedsiębiorstwo i liczyć się musisz z ciężką pracą. Jeśli jesteś, przy tym, człowiekiem wytrwałym i upartym to odniesiesz sukces.

Znajomość branży i rynku

Popularność internetowego biznesu stała się tak duża, że w Polsce coraz trudniej znaleźć niszę wśród poszczególnych branży, szczególnie tych najlepiej opłacanych. Cztery lata temu założyliśmy portal, który w ciągu kilku miesięcy w mało popularnej branży przynosił ok. 3000 zł z samych reklam kontekstowych. W tej chwili ten sam portal mający ok. 180 tysięcy użytkowników miesięcznie jest jednym z najlepszych w branży.

Znajomość branży i rynku pozwala na sprawniejsze działanie i prace nad portalem. Tworząc kilkanaście stron w branży, w której posiadasz jakąś wiedzę łatwiej będzie ci tworzyć teksty, dobierać słowa kluczowe i promować swoje strony. Podobnie będzie kiedy zaczniesz zarabiać na sprzedaży miejsc reklamowych na tych stronach. Znając dany rynek łatwiej będzie ci dotrzeć do firm, które zainteresowane będą kupnem reklamy. Znajomość branży pozwoli również na podejmowanie konkretnych działań wraz ze wzrostem konkurencji, nawet jeśli uda nam się trafić na niszę, to musimy liczyć się z tym, że konkurencja w e-biznesie nie śpi.

Tak jak w 2008 roku serwis pozycjonowany po trzech frazach w bardzo szybkim tempie zyskiwał na popularności tak dzisiaj, wprowadzając kolejne serwisy branżowe tego typu nie można tak szybko wbić się na czołowe miejsca w wynikach wyszukiwania. Nawet stosując aktualne techniki optymalizacji serwisów, które w porównaniu pierwowzorem są dużo lepsze.

3. Jak zarabiać w Internecie?

Model e-biznesu.

Odpowiedni model prowadzenia działalności zarobkowej w Internecie zależy tylko i wyłącznie od nas. Postaram się przedstawić kilka najbardziej popularnych sposobów zarabiania w sieci. Modele te mogą być przez każdego w różny sposób kompilowane, dzięki czemu uzyskać można dużo lepsze efekty finansowe.

Mikrostrony

Sklepy internetowe

Komercyjne strony www

Programy partnerskie

To tylko cztery modele e-biznesu spośród naprawdę ogromnej możliwości jaką Internet nam dostarcza. Te przykłady mogą stanowić wykładnię do tworzenia własnych systemów dochodowego biznesu w sieci.

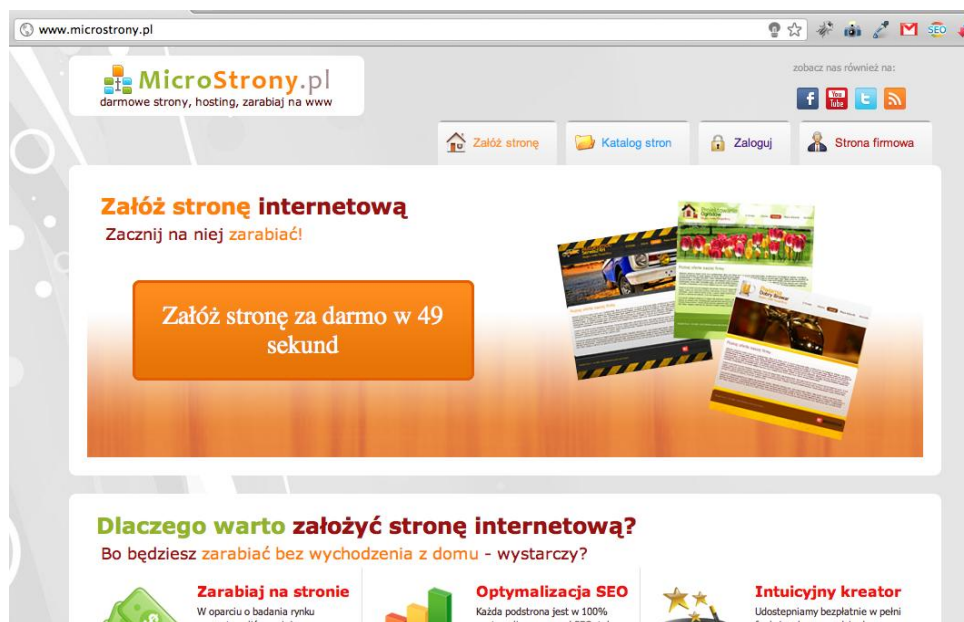
Mikrostrony.

Jest to propozycja bardzo ciekawa, którą należy dokładnie zaplanować. Odpowiedni dobór branży, najlepiej kilku. Dobór słów kluczowych, w tym przypadku należy wybrać odpowiedni wiele słów kluczowych. Sposób zarabiania na tego typu stronach internetowych jest niezwykle prosty. Znajdujemy sobie branżę odpowiednio nam bliską, spełniającą warunki niszowej, a później tworzymy kilka lub kilkanaście stron www. Strony te zawierać powinny kilka podstron, do

których prowadziły będą kolejne słowa kluczowe w menu. Tak naprawdę ilość tych stron ograniczana jest przez możliwości doboru niszowych słów kluczowych w danej branży. Tym sposobem słowa kluczowe wyszukiwane przez użytkowników powodują ruch na stronach, na których teksty zawierają słowa kluczowe bardziej konkurencyjne.

Przykładowo ustalając jako kategorie menu takiej strony, „hosting Zabrze”, powodujemy, że w prosty sposób podstrona pojawi się dość wysoko w wynikach wyszukiwania, a teksty o hostingu spowodują wyświetlanie bardzo dobrze płatnych reklam na stronie, jeśli skorzystamy z Google adsense. Nawet jeżeli ta fraza nie będzie od razu w top 3 to w dość prosty sposób możemy ją podnieść w wynikach lub tanio zlecić pozycjonowanie jej.

Tworząc takie strony należy pamiętać aby maksymalnie zoptymalizować koszty. Wybierać możliwości zakładania takich stron za darmo na dostępnych platformach tego typu, blogach itp. Dobrze jest stworzyć również kilka stron bardziej profesjonalnych czyli z indywidualną domeną i hostingiem. W tym przypadku aby koszty były minimalne należy bardzo dokładnie przyjrzeć się ofercie rejestratora domeny oraz dostawcy usług hostingowych. Koniecznym jest porównanie ofert kilku firm.



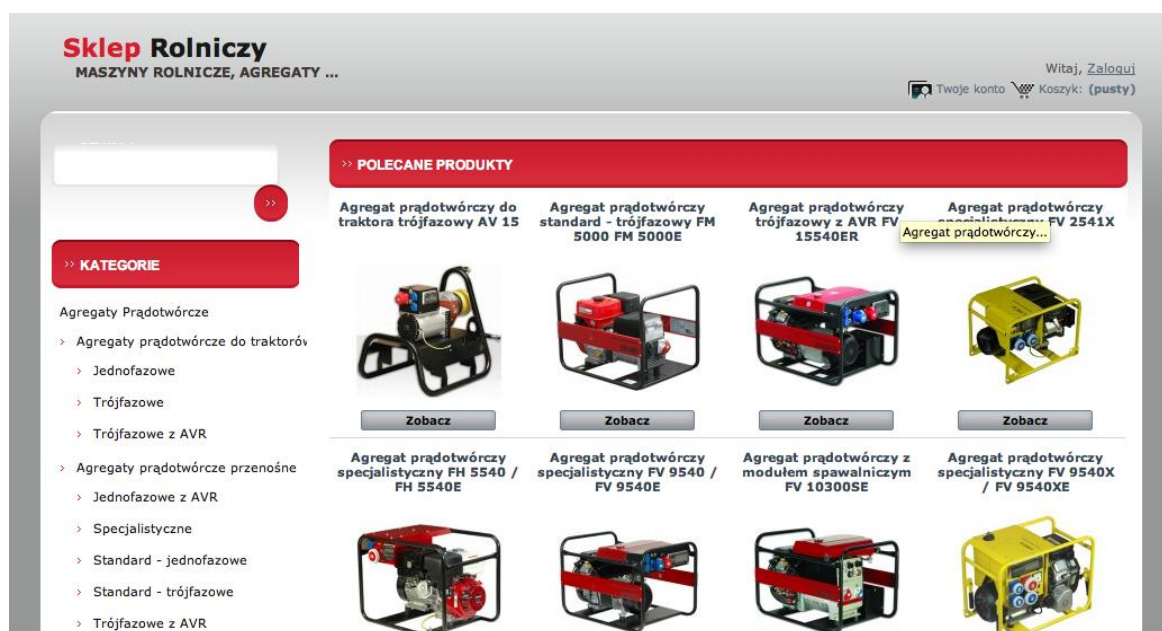
Powyżej przykładowa platforma do tworzenia własnych stron: www.microstrony.pl

Korzystając z powyższej platformy otrzymujemy, krótką instrukcję co należy zrobić i jak zaprojektować Manu, aby nasza strona zoptymalizowana była pod wyszukiwarkę **Google**. E-book, którego właśnie czytasz również przedstawia kilka ciekawych rozwiązań, o których możliwe, że nie do tej pory nie wiedziałeś.

Sklepy internetowe.

Sklepy internetowe stają się coraz bardziej popularnym sposobem prowadzenia działalności handlowej. Spowodowane jest to niskimi kosztami prowadzenia sklepu oraz docieraniem do bardzo dużej grupy klientów, nie tylko w swoim regionie. Sklepy internetowe to dobry model biznesowy pod warunkiem, że posiadamy jakieś produkty na sprzedaż. Idealnie jeśli jesteśmy ich producentem jednocześnie. Ostatnio w TV można było obejrzeć reportaż o pszczelarzu, który prowadzi sprzedaż miodu z własnej pasieki właśnie poprzez internet. Uzyskuje cenę za litr miodu ok 20 zł, kiedy w skupie proponowano mu ok. 6 zł za litr. W tym momencie w sezonie zarabia na tyle aby móc się utrzymać na rynku i dorobić na własne wydatki. Przykład ten nie jest odosobnionym przypadkiem, takich możliwości sklepy internetowe dostarczają bardzo wiele. Popularne stają się rękodzieło, biżuteria, ozdoby, czy elementy dekoracyjne, produkowane i sprzedawane we własny zakres. Koszty w tym momencie stają się dużo mniejsze niż w przypadku tradycyjnych sklepów.

Sklepy internetowe mają tą zaletę, że nie mając własnych produktów sprzedażowych, również można prowadzić taki e-biznes. W takim przypadku może nie być to tak intratny interes jak w przypadku sprzedaży własnych produktów, ale jest to równie dobry pomysł na biznes. Wiele branż w sieci, czy duże sklepy www prowadzą coś takiego jak program partnerski, o którym jeszcze przeczytasz w tym e-booku. Na podstawie takich programów partnerskich można również rozpocząć prowadzenie sklepu internetowego.



Poniżej przykład sklepu internetowego w branży rolniczej, z kategorią agregaty prądowórcze.

Dodatkowym atutem sklepów internetowych jest ilość darmowego oprogramowania do ich prowadzenia. Co stanowi kolejny czynnik obniżania kosztów. Darmowe skrypty jednak w przypadku, gdy chcemy je rozbudowywać na nasze potrzeby, dodawać kolejne moduły do obsługi sklepu, niestety nie zawsze nam na to pozwalają. Dlatego od nas zależy z jakiego rozwiązania będziemy korzystać. Dysponując budżetem na wykonanie sklepu może lepiej przeznaczyć go na konkretny przemysłowy projekt sklepu internetowego dopasowanego na nasze potrzeby.

Komercyjne strony www.

Ten temat jest nam najbardziej bliski jednak, nie jest to możliwe w tym e-booku, aby wyczerpująco opisać wszystkie metody działania, techniki jakie należy wykorzystać aby uzyskać jak najlepsze efekty. Postaramy się, w kilku zdaniach przedstawić postępowanie przy projektowaniu serwisów e-commerce. Jakie systemy reklamowe do tego wykorzystać i jak zaprojektować stronę aby przyniosła nam korzyści.

Jak w każdym przypadku o sukcesie strony www przede wszystkim decyduje odpowiedni dobór słów kluczowych, o tym w dalszej części e-booka. Kolejnym elementem jest odpowiednia grafika strony, kolorystyka czy układ graficzny.

Najważniejszym docenianym przez Google elementem jest funkcjonalność serwisu oraz jego treść. Na temat copywritingu również w dalszej części naszego e-booka.

Funkcjonalność strony komercyjnej powoduje, że jest ona bardziej przyjazna użytkownikowi za czym idzie lepsza ocena w rankingu Google, powoduje to lepszą optymalizację serwisu i wyższe wyniki w wyszukiwarce. Google ocenia stronę na podstawie kilkuset czynników, jednak do podstawowych czynników należą właśnie użyteczność strony i niepowtarzalne, unikatowe treści.

UWAGA!!! Nie kopiuj tekstów z innych serwisów internetowych, jeśli nie będziesz tego przestrzegał możesz liczyć się z nałożeniem kary przez Google.

4. Budowa serwisu zarobkowego.

Budowa serwisu zarobkowego

Jak wynika z licznych badań użytkownicy Internetu zwracają szczególną uwagę na niektóre obszary i elementy stron WWW. Eyetracking, czyli śledzenie ruchu gałek ocznych, umożliwia przeprowadzenie pomiarów punktów oraz ruchu gałki, z dokładnością do milisekund. (www.edisona.pl)

Dlaczego wspominam o tych badaniach? Badania eyetracking'owe rzetelnie, a co najważniejsze obiektywnie pozwalają nam badać zainteresowanie użytkowników treścią strony. Badania eyetracking'owe umożliwiają:

- 1) obliczenie czasu, przez który użytkownik skupi wzrok na elemencie,
- 2) określenie kolejności śledzonych przez użytkownika elementów,
- 3) wyznaczenie obszarów największego zainteresowania.

Przykładowy wynik takiego badania dla wyszukiwarki Google znajduje się poniżej.



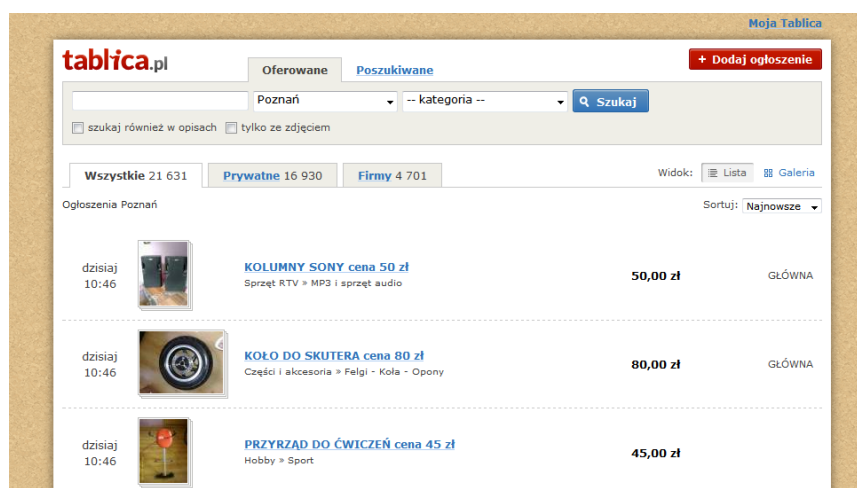
Obraz badania eyetracking'owe [źródło: Oficjalny Blog Google]

Użytkownik przeglądający strony internetowe patrzy na tekst, zupełnie inaczej niż osoba, czytająca prasę. Dla internauty istotne jest pozyskanie informacji w szybki sposób. Odwiedzający strony internetowe prześlizgują się przez tekst, a nie czytają go od początku do końca. Warto się więc zastanowić nad umieszczaniem różnych elementów na stronie, w celach zarobkowych. W zależności od modelu zarobkowego jaki obierzemy, architektura naszej strony powinna być solidnie przemyślana. Mam nadzieję, że powyższy przykład jasno obrazuje fakt, że warto poświęcić dłuższą chwilę i zobaczyć jak zbudowane są serwisy podobne do tego, który chcemy stworzyć.

We wcześniejszym akapicie zasugerowałem, że strategia budowy serwisu zaborowego zależy od „modelu” jaki wybierzemy. Możliwości jest wiele, a poniżej przedstawione zostaną tylko niektóre, moim zdaniem ważniejsze z nich.

Płatne usługi - ogłoszenia

Po pierwsze w celu zarobków możemy zbudować serwis, w którym nasi potencjalni użytkownicy będą umieszczać różnego rodzaju ogłoszenia. Przykładem tego typu serwisu, może być serwis **tablica.pl** czy **erata.pl**



Przykładowy wygląd listy ogłoszeń, będących ofertami sprzedaży [źródło: <http://tablica.pl/>]

Serwisy tego typu są dość proste składają się one z kategorii w których użytkownicy umieszczają tematycznie zgodne z kategorią ogłoszenia. Po wejściu w odpowiednią kategorię użytkownikowi docelowemu przedstawiany jest zestaw ofert najbardziej mu odpowiadających. Kategorie w tego typu serwisach mogą przyjmować wiele rozmaitych podziałów.


Najczęściej tworzy się kategorię według:

1. województw
2. miast
3. zainteresowań
4. modeli
5. wielotematyczne

Naszym celem jest zarabianie na ogłoszeniach jakie wystawiają inni. W tym celu wystarczy odpowiednio zintegrować dowolny system płatności z naszą witryną. Każdy, kto będzie chciał wystawić swoje ogłoszenie na naszym serwisie będzie musiał uiścić odpowiednią opłatę, aby jego wpis został dodany do naszej bazy. Dodatkowo możemy utworzyć kategorię polecane albo ekskluzywne za umieszczenie w której będzie pobierana dodatkowa lub inna opłata.

Dobłą metodą jest stworzenie takiego serwisu i pozostawienie go przez pewien czas otwartego co sprawi, że uzyskamy pierwszych ogłoszeniodawców, co zwiększy content naszej witryny. Dopiero po pewnym czasie, gdy serwis stanie się popularny i rozpoznawalny możemy utworzyć opcje płatne czy premiowane. Model ten jest o tyle korzystny, że można go bez zbędnych problemów zaimplementować na większości istniejących serwisów. Nawet prosta strona firmowa, powiedzmy salon fryzjerski może zarabiać na ogłoszeniach. Wystarczy, że dodamy podstronę z ogłoszeniami na temat: targów fryzjerskich, kosmetycznych, konkursów fryzjerskich, ogłoszenia fotograficzne czy spa a także ogłoszenia firm zajmujących się branżą kosmetyczną czy fryzjerską. Możliwości jest dużo i tylko od nas zależy co będziemy chcieli prezentować w takim dziale ogłoszeń naszym klientom. W tym miejscu trzeba zwrócić uwagę, na fakt utworzenia odpowiedniego regulaminu i zawarcia w nim punktów dotyczących takich kwestii jak sposób uiszczania i rozliczania opłat. Tego typu regulaminu muszą być jawnie przedstawiane osobą umieszczającym ogłoszenia.

Płatne usługi - wizytówki

Podobnym pomysłem jest utworzenie portalu w którym firmy umieszczają swoje wizytówki. Przygotowujemy odpowiedni formularz z danymi kontaktowymi firmy, możemy także uwzględnić opis działalności. Osoba umieszczająca wizytówkę w takim portalu jest proszona o wpisanie kodu który uzyskuje poprzez wysłanie sms'a. Za wzorcowy przykład serwisu umożliwiającego dodawanie wizytówek firm można podać portal . Jest to już wysoce rozwinięty projekt, który wymaga grupy administratorów nieustannie moderujących wpisy i wspierających użytkowników. Nic nie stoi natomiast nam na przeszkodzie, aby podobny schemat działań (w skali relatywnie mniejszej) wprowadzić u nas. Chodzi nam przecież o to, aby utworzyć serwis który regularnie będzie przynosił nam zyski. Na początek możemy ograniczyć się do wizytówek lokalnych publikując np. wpisy

firm tylko z określonego miasta, gminy, powiatu lub województwa. Wszystko zależy od tego ile chcemy poświęcić czasu i jak bardzo będziemy zaangażowania w rozwianiu naszego portalu.

Płatne usługi – inne

Za pomocą systemów płatniczych możemy w sumie w dowolny sposób pobierać opłatę za wszystko co możemy legalnie udostępnić. Możemy utworzyć serwis zajmujący się sprzedażą tapet na telefony komórkowe czy zdjęć. Jeżeli narysujemy ładna tapetę to powinniśmy ustawić za nią optymalną cenę. Nie możemy za nią żądać 50 zł bo nikt takiej tapety nie kupi albo będziemy czekać bardzo długo. Szybciej zdobędziemy 100 użytkowników, którzy będą wstanie zapłacić za nią 0,5 zł. Opłaty muszą być rozważnie dobierane względem produktu oraz naszej grupy docelowej.

Jako przykład może posłużyć tutaj serwis ocenagospodarstwa.pl. Jest to serwis skierowany dla rolników. Serwis ten oferuje **ocenę gospodarstwa** na podstawie zasady wzajemnej zgodności, cross compliance oraz informacje i ogłoszenia rolnicze. Usługa ta jest oczywiście symbolicznie płatna, ale pieniądze te umożliwiają nieustanny dalszy rozwój projektu.

Informacje o Cross Compliance	
Sankcje za nieprzestrzeganie cross compliance Nieprzestrzeganie wymagań wzajemnej zgodności powoduje sankcje. Są one redukowane proporcjonalnie do	
Ostatnia szansa na dopłaty dla rolników	10-06-2011
10 czerwca mija termin składania wniosków	08-06-2011
Źródło infekcji – odkryte	08-06-2011

Ocenagospodarstwa.pl serwis skierowany do określonej grupy docelowej oferujący ocenę gospodarstwa w określonych standardach, wykorzystujący mechanizm mikropłatności

[źródło: <http://www.ocenagospodarstwa.pl/>]

Reklama banerowa

Tworząc nowy serwis często zastanawiamy się co można by umieścić w górnej części naszej strony czyli tak zwanym top'ie. Możemy tam przewidzieć oddzielne miejsce na bandery reklamowe firm z którymi współpracujemy lub którzy wykupią u nas miejsce na swoją reklamę. Reklamy takie mogą pochodzić także z programów partnerskich. Polegają one na tym, że firma zewnętrzna tworzy zestaw odpowiednich banerów oraz mechanizm sprawdzający. Mechanizm ten pozwala kontrolować ile nastąpiło kliknięć danej reklamy z danego serwisu internetowego. Prostota tej formy zarobku polega na tym, że po przystąpieniu do programu partnerskiego posiadamy swoje konto z którego pobieramy krótki kod banera i umieszczamy go na naszej stronie internetowej. Reklamy banerowe mogą pochodzić z różnych źródeł i nie koniecznie muszą być związane z treścią naszej strony. Przykład takiej reklamy możemy zaobserwować na licznych stronach w Internecie poniżej znajduje się baner należący do serwisu o którym wspominałem wcześniej.



Przykład reklamy serwisu zewnętrznego. [źródło: <http://www.rolne24.com/>]

Reklamy banerowe niosą wiele korzyści dla obu stron. Osoby które umieszczają tego typu reklamy mogą uzyskać pieniądze lub w ramach wymiany promować własną firmę. Reklamy tego typu często występują w różnych wielkościach i kolorystykach co sprawia, że nie zaburzają wyglądu naszego portalu. Często występują w postaci krótkich filmików lub dynamicznych galerii zdjęć co wzbogaca wizualnie treść naszej strony. Warto zatem posiadać kilka banerów reklamowych, jednak ich ilość musi być odpowiednio dobrana do strony. Nikt nie chce zasypać odwiedzających naszą stronę samymi reklamami.

Reklama kontekstowa

Reklamy kontekstowe to jeden z ciekawiej przygotowanych systemów. Polega on na umieszczaniu w treści reklam o tematyce identycznej lub pokrewnej z tematyką naszej strony. Ma to na celu zwiększenie zainteresowania potencjalnego odbiorcy reklamą. Projekt reklam kontekstowych jest prowadzony między innymi przez firmę Google i nosi on

nazwę **Google** AdSense. Poniżej przedstawię kilka informacji dotyczących tego projektu oraz jak można rozpocząć czerpanie korzyści z reklamy kontekstowych.

Google AdSense to jeden z najbardziej popularnych programów partnerskich nie tylko u nas, ale i na całym świecie. Jego główną zaletą jest to, że reklamy nie są natrętnie wyświetlane użytkownikom. Inni dostawcy tego typu programów natarczywością wyświetlania reklam powodują niechęć użytkownika do strony, na którym tego typu reklama się znajduje. Pomyśl ile razy szukałeś jakiegoś krzyżyka, który jeszcze się przesuwiał i klikałeś w niechcianą reklamę, w przypadku AdSense takie sytuacje nie występują. Ważne jest także to, że reklamy AdSense są dopasowane do treści strony zarówno wizualnie jak i merytorycznie.



Poniżej przedstawimy sposób umieszczania reklam na stronie www.

1. Rejestracja oraz zalogowanie się na stronie **Google** AdSense.
2. Wejście w zakładkę Instalator AdSense.
3. Wybór typu reklamy, którą chciałbyś umieścić na swojej stronie.
4. Wybór koloru, wielkości itp. reklamy. Następnie wygenerowany zostanie fragment kodu.
5. Wybór nazwy jednostki AdSense.
6. Wygenerowanie kodu.
7. Umieszczenie fragmentu kodu w źródle Swojej Witryny.

Pamiętać należy o nie umieszczaniu reklam blisko obrazków, oraz z innymi reklamami. Umieszczanie reklam na stronie nie jest zadaniem łatwym. Należy się dobrze zastanowić nad tym, gdzie umieścić reklamę. Nie każdy układ jest w stanie wytworzyć taką samą liczbę kliknięć. Musimy nauczyć się eksperymentowania i jeśli zauważymy, że dana reklama nie przynosi rezultatów należy zmienić jej miejsce i obserwować, czy zmiana była dobra. Nawiązując do zdania wcześniejszego i do początku rozdziału optyczne zestawienie niektórych komponentów na stronie może przynieść lepszy efekt.

Optymalne ustawienie reklam można obserwować na przykładzie serwisu microstrony.pl, którego zdjęcia znajdują się poniżej. Twórcy serwisu umożliwiają użytkownikom bezpłatne tworzenie oraz hosting stron, w zamian na utworzonej stronie pojawiają się reklamy kontekstowe.



Reklamy kontekstowe umieszczone na <http://www.gazowana.microstrony.pl>

Jak można zauważyć z powyższego zdjęcia reklamy umieszczane są u samej góry strony, w lewej kolumnie nad menu oraz nad i pod tytułem strony w jej centralnej części. To po tych obszarach według badań eyetracking, o których mowa była wcześniej, użytkownicy wędrują wzrokiem. Reklamy posiadają treść i kolorystykę wpasowującą się w całą stronę dlatego nie są natrączywe.

Narzędzia do budowy serwisu zarobkowego

Czy powyższe systemy budowy serwisów zarobkowych można łączyć razem? Odpowiedź na to pytanie brzmi „I tak i nie”. Część systemów partnerskich zastrzega sobie wyłączność i grozi usunięciem kont w przypadku prezentowania reklam z innych systemów. Musimy także hamować nasze ambicje zarobkowe i nie umieszczać przesadnej ilości reklam. Wszystkie działania jakie prowadzimy nie mogą doprowadzić do zniechęcenia użytkowników bo wtedy pozbędziemy się potencjalnych kliknięć a tym samym naszego zarobku.

Pomocnym narzędziem do rozpoczęcia przygody z budową serwisów zarobkowych może być system jaki oferuje portal microstrony.pl. Microstrony są narzędziem służącym do szybkiego i bezpłatnego założenia strony internetowej. Nie musimy uiszczać opłat hostingowych, które wynoszą od 60 – 150zł. Udostępniane nam są wielotematyczne szablony, które możemy dowolnie modyfikować z panelu administracyjnego, a należy



zaznaczyć że cena szablonu zleconego firmie graficznej to około 300zł . Tak więc wybierając to narzędzie dostajemy jakby w prezencie około 450zł oraz instrukcję jak posługiwać się całym panelem.



Strona główna projektu microstrony.pl [źródło: <http://www.microstrony.pl>]

Jak założyć własną stronę na microstrony.pl ? Wystarczy podać login, adres e-mail, hasło oraz nazwę domeny. Następnie wybrać kategorię tworzonej strony internetowej, tytuł oraz krótki opis strony. Na powyższym zdjęciu widać, że twórcy sugerują 49 sekund na założenie strony, nam udało się to jeszcze szybciej. Jak ktoś nie wie, polecam sprawdzić. Po założeniu strony otrzymasz na maila link aktywujący Twoje konto. Teraz możesz już robić co tylko zechcesz ze swoją nową stroną. To czym będzie zajmował się Twój serwis zależy tylko od Ciebie. Serwis microstrony.pl został stworzony dla tych, którzy nigdy wcześniej nie mieli swojej strony i nigdy się tym nie zajmowali.

Projekt jest nieustannie rozwijany i dodawane są kolejne funkcje. Po kontakcie z administratorami istnieje możliwość wniesienia symbolicznej opłaty i miejsca na reklamy kontekstowe przechodzą w nasze dysponowanie. Pozostałe formy reklam możemy umieszczać bez problemu od pierwszej chwili. Prostota i intuicyjność całego systemu są niewiarygodne.

Podsumowanie

Tworzenie serwisu zarobkowego to proces długotrwały jednak z odpowiednimi narzędziami (np. microstrony.pl) czas i koszty ulegają znaczącemu obniżeniu. Wystarczy zatem mieć ulubioną tematykę stworzyć własną stronę i zacząć zarabiać. Nie musimy ograniczać się do jednego serwisu im więcej ich będzie tym więcej zarobimy. Im serwisy będą ciekawsze tym więcej osób będzie na nie wchodziło a my będziemy więcej zarabiać.

5. Wybór słów kluczowych.

Czym jest dobór słów kluczowych i jak dobrać branżę oraz jakie narzędzia mogą nam w tym pomóc?

Na wstępie pisaliśmy o tym, że w Internecie jest kilka branż na których najlepiej się zarabia. Niestety akurat to gdzie można zarobić najwięcej jest jednocześnie najbardziej obciążone pod kątem konkurencyjności.

Znając odpowiednie narzędzie oraz ich zastosowanie możemy sobie jednak ułatwić znacznie życie, a ponieważ wszystko co będziemy robili opierało się będzie o współpracę i walkę z wielkim bratem czyli **Google**. Także narzędzia jakimi będziemy się w większości posługiwać stworzone zostały właśnie przez **Google**.

Do określenia konkurencyjności słów kluczowych i wyszukiwania niszy na rynku wykorzystujemy narzędzie **Google** AdWords. Zanim jednak założysz swoje konto na **Google** AdWords możesz skorzystać z narzędzia bez logowania, dostępne jest poniżej:

[Google AdWords Propozycja Słów Kluczowych](#)

Po kliknięciu na powyższy link powinno wyświetlić się takie okno w przeglądarce:

The screenshot shows the Google AdWords Keyword Planner interface. The main heading is 'Znajdź słowa kluczowe'. Below it, there's a sub-heading 'Na podstawie jednej lub obu wymienionych opcji:'. There are two input fields: 'Słowo lub wyrażenie (jedno na wiersz)' and 'Witryna'. Below these fields, there are checkboxes for 'Wyświetl tylko propozycje ściśle powiązane z moimi wyszukiwanymi hasłami' and 'Opcje zaawansowane i filtry'. A yellow box提示 suggests entering characters from an image to get more suggestions. Below this, the words 'otherwise,' and 'relega' are shown as examples. At the bottom, there are tabs for 'Propozycje słów kluczowych', 'Konkurencja', and 'Miesięczne wyszukiwania'.

Niestety opcja bez logowania wymusza na Tobie przepisywanie kodów w okienku. Aby sprawdzić dane słowo kluczowe w oknie wskazanym poniżej należy je wpisać.

Znajdź słowa kluczowe

Na podstawie jednej lub obu wymienionych opcji:

Słowo lub wyrażenie (jedno na wiersz)

Witryna

☐ Wyświetl tylko propozycje ściśle powiązane z moimi wyszukiwanymi hasłami ?

☐ Opcje zaawansowane i filtry

Lokalizacja: Wszystkie

Języki: polski x

Po wpisaniu np: odżywianie dzieci otrzymasz widok taki jak poniżej:

Znajdź słowa kluczowe
Na podstawie jednej lub obu wymienionych opcji:

Słowo lub wyrażenie (jedno na wiersz): odżywianie dzieci

Witryna:

☐ Wyświetl tylko propozycje ściśle powiązane z moimi wyszukiwanymi hasłami ?

☐ Opcje zaawansowane i filtry Lokalizacja: Wszystkie Języki: polski x

Propozycje słów kluczowych (4)

Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie ?	Miesięczne wyszukiwania – lokalnie ?
odżywianie dzieci		1 900	1 900
prawidłowe odżywianie dzieci		170	170
zdrowe odżywianie dla dzieci		720	720
zasady odżywiania		3 600	3 600

Na co zwrócić uwagę w tym slajdzie.

- W lewej kolumnie zaznaczony jest „Tryb dopasowania” - „Przybliżony”
 ta opcja nie daje nam dokładnej identyfikacji konkurencyjności frazy ponieważ zwraca wynik ogólny szerokiego wyszukiwania przez internautów podobnych słów kluczowych.
- Na środku obok słów kluczowych jest kolumna „Konkurencja”
 ta kolumna wskazuje nam konkurencję jaka występuje dla danej frazy w kampanii linków sponsorowanych, informacje tu zawarte w

formie (duża, średnia, mała) pozwalają określić jak mocno frazy te są reklamowane przez użytkowników wiąże się to również z poziomem trudności podczas promocji projektu na daną frazę.

3. Kolejne kolumny określają ilu użytkowników Internetu w ostatnim miesiącu wyszukiwało w Internecie informacji wpisując właśnie te frazy.

💡 właśnie tu jest twoja grupa docelowa.

Akurat frazy, które wpisałem w narzędzie jak widać nie należą do najtrudniejszych. Przy 1900 użytkownikach miesięcznie, pod warunkiem, że wypromujesz się w wyszukiwarce Google i po wskazanej frazie będziesz w top 3, na pewno strona zacznie przynosić korzyści z reklamy kontekstowej. Nie będzie to zawrotna kwota ale część twoich 100 euro dziennie.

6. Optymalizacja serwisu internetowego

Jak przygotować dobrze zoptymalizowany serwis, który umożliwi nam zarabianie w sieci? Oczywiście jest, że poza dobrym pomysłem potrzebujemy jeszcze narzędzi i troszeczkę wiedzy na temat tworzenia i funkcjonowania samych stron internetowych jak i wyszukiwarek internetowych.

Działanie wyszukiwarek wydają się proste. Użytkownik zasiada do komputera otwiera przeglądarkę internetową wpisuje adres wyszukiwarki w pasku adresowym poczym klika ENTER i zostaje przeniesiony do miejsca w którym ma możliwość wpisania dowolnego ciągu znaków i kliknięcia przycisku z napisem „SZUKAJ” lub pokrewnym. Mechanizm banalnie prosty. Pytanie skąd wyszukiwarka wie jakie treści ma nam zaprezentować? W Internecie znajdują się niezliczone zasoby treści, z których my chcemy przejrzeć tylko niewielką część. W rzeczywistości wpisując nasze zapytanie do wyszukiwarki prosimy, aby zwróciła nam ona jak najtrafniejsze wyniki a pozostałe po prośbie odfiltrowała. Z racji tego, że polski rynek został zdominowany prawie całkowicie, bo w około 98% przez wyszukiwarkę Google, większość informacji przedstawionej w dalszych częściach tego rozdziału będzie dotyczyło się właśnie tej wyszukiwarki. Nie ma się co martwić o pozostałe wyszukiwarki, ponieważ większość z nich ma podobne standardy oceny stron internetowych.

Jak zatem przygotować dobry serwis od czego zacząć? Osobiście proponuję zacząć od zastanowienia się nad treścią strony i nad samą wyszukiwarką. Człowiek wchodzi na stronę i co? Widzi tekst, którego najchętniej by nie czytał bo czcionka za mała albo za kolorowa. Widzi ładne obrazki i filmiki i ma możliwość odsłuchania muzyki. Wszystko ładnie, pięknie, kolorowo i ... i coś jest nie tak. Po pewnym czasie okazuje się, że na nasz serwis nie wchodzi prawie nikt a co tu mówić o zarabianiu pieniędzy.

How visible is your website?

Home Page Analysis

A better home page will help you show up in search results.

- Titles & Headings ✓
- Links & Images ✓
- Search Engine Friendliness ✓

[Home Page Analysis](#) ▶

AboutUs Site Report

Get a full analysis on this website

Try it free for 7 days

ONLY \$9.95 PER MONTH
Sign up & get started now!

Web Presence Analysis

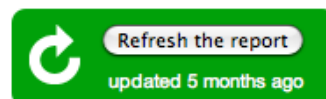
How easily can your site be found around the Web?

- Google crawl date
- Bing indexed pages

[Web Presence report](#) ▶

HOME PAGE ANALYSIS

The Home Page Analysis helps you understand how a site's home page appears to both search engines and site visitors.



✓ MagdalenKa.pl Home Page Analysis Summary

Titles & Headings The title and headings on the home page tell people and search engines what a website is about. Analyze the title & headings of the home page for free or the entire site for \$9.95/month.	✓ Good More details
Links & Images Relevant links to other sites are good for people and search engines. Images on a web page should be described for visually impaired visitors and search engines. Analyze the links & images of the home page for free or the entire site for \$9.95/month.	✓ Good More details
Search Engine Friendliness A few simple technical fixes can make any site show up better in search results.	✓ Good More details

Fragmenty audytu strony MagdalenKa.pl – audyt wykazał poprawność użytych title oraz znaczników typu „h”, „a” oraz „img” [źródło: <http://www.aboutus.org/>]

Zastanówmy się jak naszą stronę widzi przeglądarka a jak widzimy ją my. Człowiek zachwyca się obrazkami (tłem, ramkami, zdjęciami, itd.), muzyką, filmami i na końcu treścią strony. To w sumie normalne i powszechne, aby z naszego punktu widzenia stronę oceniać po jej wyglądzie. Większość z nas, bo zapewne

znajdą się osoby lubiące minimalizm w każdej postaci, ocenia wartość strony po jej ogólnym odbiorze wizualnym. „Ładna zadbane strona to zapewne strona wartościowa” tak myśli zapewne większość internautów nie tylko u nas. Niestety dopiero po pewnym czasie i po dokładniejszym zapoznaniu się z treścią na stronie możemy wyciągnąć wnioski co do jej wartości. Na szczęście dzięki pomocy wyszukiwarki większość naszych dylematów związanych z jakością merytoryczną strony znika zanim zaczniemy się nad tym zastanawiać.

Wyszukiwarka internetowa nie widzi kolorowego tła, nie wie co jest na zdjęciach i w specyficzny dla siebie sposób rozpoznaje tekst na stronie. Teraz pewnie nastąpił moment zniechęcenia, bo po co się męczyć z grafiką i multimediami na stronie jak one nic nie pomogą? Pomogą i to bardzo, ale dopiero w drugiej linii naszej wali o klienta.

Przede wszystkim należy „stworzyć właściwą treść” na naszej stronie. Dlaczego? Ponieważ to słów w postaci tekstu pisanego używamy do przeszukiwania Internetu. Jeżeli nasza strona będzie posiadała odpowiedni tytuł i opis mamy znacznie większe szanse na to, że Google wyświetli naszą stronę użytkownikowi Internetu, który staje się potencjalnie naszym klientem. Jednak nie sam tytuł i opis pozwolą nam się uporać z naszą prężnie działającą konkurencją. Jak już wspomniałem ważna jest treść. Jeżeli prowadzimy serwis o grach to nie umieszczajmy czasami treści z branży ogrodniczej, ponieważ niewiele mają one z sobą wspólnego i raczej osoba poszukująca informacji na temat nowych gier nie będzie zainteresowana technikami pielenia grządek. Tekst jakie pojawią się na twoim serwisie powinny być mądrze napisane przejrzyste i z senesem. Pozbawione błędów ortograficznych i gramatycznych. Człowiek może przeczytać zdanie niepoprawnie napisane i coś z niego zrozumieć, gdy na takie zdanie trafi nasza wyszukiwarka kompletnie je pominie, a my możemy przez to stracić kolejnych użytkowników. Treść na stronie powinna być unikalna. Pod żadnym pozorem nie wolno kopiować treści z innych stron. Google posiada liczne mechanizmy sprawdzające na jakiej stronie taka treść była wcześniej i strony kopiujące uznaje za złodziei nakładając często surowe kary.

Tworząc treść na stronę internetową nie możemy zapomnieć o podkreśleniu tego o czym jest nasza strona. Powinniśmy użyć kilka razy sformułowań - fraz, które mogliby poszukiwać nasi potencjalni kliencie. Spowoduje to, że i wyszukiwarka i nasz użytkownik będą zadowoleni po znalezieniu treści, w której znajdują się informacje

o poszukiwanym przez nich hale. Oczywiście nie możemy utworzyć strony w treści której wpisujemy 1000 razy frazę „tanie noclegi” i liczyć że przyniesie nam to pożądany skutek. Wyszukiwarka to nie człowiek, ale przy zbyt dużym natłoku fraz odrzuci stronę tak jakby zrobiłby człowiek czytając tekst. Treść na stronie powinna być napisana naturalnie.

Ważne jest także stosowanie odpowiednich znaczników kodu HTML w treści które powodują np. pogrubienie czy pochylenie tekst. Przykuwa to uwagę zarówno wyszukiwarki jak i użytkownika. Na każdej stronie powinny znaleźć się znaczniki typu <h> w ilości odpowiadającej ich numerom. Tak więc powinniśmy używać 1 raz <h1>, 2 razy <h2>, 3 razy <h3> itd. Jeżeli ktoś nie zna się na języku HTML to wystarczy znaleźć serwis który posiada wbudowane edytory tekstu, które same potrafią zamienić pogrubiony tekst (ustawiany tak jak w programach typu Office) na odpowiednie znaczki języka HTML. Więcej informacji na temat budowy tekstów przedstawionych zostanie w rozdziale 7.

```
<div id="content">
  <div id="cont">
    <div class="con1">
      <h1>Kim jesteśmy?</h1>
      <p class="linia"></p>
      <p>Cieszę się, że mogę Państwu zaprezentować moją firmę.</p>
      <p>Renmedia świadczy usługi dla firm. Firma powstała jako odpowiedź na potrzeby rynku usług dla rozwijających się, małych przedsiębiorstw, których właściciele nie mają czasu na prowadzenie działów handlowych. Nie chcą w dobie recesji podejmować ryzyka rozbudowywania kadr w firmie, a deficyt wolnego czasu coraz bardziej ich przeraża.</p>
    </div><!--class con1-->
  </div>
</div>
```

Przykład zastosowanie znacznika „h1” w kodzie HTML.

Podsumujmy na razie to co zostało przedstawione odnoście treści umieszczanych na stronie:

1. Należy uzupełniać treści w tytułach i opisach stron.
2. Nie wolno nam kopiować treści z innych stron.
3. Tekst powinien być naturalnie napisany.
4. Używajmy fraz kluczowych, ale bez zbędnego ich powtarzania.
5. Stosujmy odpowiednie znaczniki HTML w celu podkreślenia wartości tekstu.

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <head>
4 <title>Baret - tabliczki znamionowe, grawerowanie, identyfikacja Poznań</title>
5 <meta name="keywords" content="tabliczki znamionowe, znakowanie, grawerowanie, identy:
6 <meta name="description" content="Firma baret zajmuje się produkcją tabliczki znamion
Znakowanie, Znamionowe Tabliczki oraz Identyfikacja. Poznań tabliczki znamionowe, Gr
```

Prawidłowe użycie znaczników „title” oraz „meta” w celu zwiększenia dokładności opisu strony.

Powyżej przedstawiłem informacje na temat tego jak mniej więcej powinna wyglądać treść na naszej stronie. Pozostałe elementy tak jak wspomniałem również wy wpływają na użytkowników.

Dobrze przygotowany serwis powinien cechować się następującymi parametrami:

- a) prostota nawigacji
- b) łatwość używania
- c) bezpośrednie informacje
- d) wiarygodne treści
- e) odpowiedni projekt graficzny
- f) zgodność z większością starszych przeglądarek i wszystkimi nowymi

Jeżeli nasza strona spełnia powyższe wytyczne to mamy pewność, że zdobędziemy ruch na naszej stronie, a to może przełożyć się na nasze zyski.

Przy dobrze stworzonych witrynach internetowych z odpowiednio dobraną grafiką i rzetelnie przedstawioną treścią zaczyna działać efekt domina lub piramidy. Potencjalny użytkownik odwiedza naszą stronę. Zaciekała go treść lub grafika i przestał naszą stronę dwóm znajomym. Znajomi naszego użytkownika odwiedzili naszą stronę i wykonali to samo co nas użytkownik. Nasza strona zaczyna wędrować w postaci linków pomiędzy użytkownikami sieci. Linki mogą być umieszczane na różnych serwisach społecznościowych, w treści artykułów na innych stronach, czy jako linki bezpośrednie. Czym więcej linków będzie kierować czy pokazywać z innych witryn internetowych na nas tym lepiej. W ten

sposób witryny a dokładniej użytkownicy udzielają nam swojego poparcia, które wszystkie wyszukiwarki traktują nad wyraz poważnie.

Podstawowa kwestia optymalizacji to tworzenie serwisu pod użytkownika z uwzględnieniem dobrych zasad SEO opisanych powyżej. Wszystko dlatego, że Google stworzył i cały czas rozwija inteligentną technologię, aby ich roboty poruszające się po serwisie odwzorowywały w pełni zachowanie człowieka.

Podobnie jak w przypadku reklam optymalizacja serwisu nie musi być jednorazowa – obserwując zachowanie użytkowników, najczęściej klikane miejsca, czy punkty, z których zdecydowali się oni opuścić nasz serwis możemy dokonać zmian pod użytkownika, aby zatrzymać go w serwisie, co jednocześnie zwiększa ruch.

Bardzo istotnym elementem jest czas ładowania się strony. Wpływa na to kilka czynników tj. serwer, na którym znajduje się strona, ilość zapytań HTTP wykonywanych przez przeglądarkę w trakcie wczytywania strony – w skład tego wchodzi wczytywanie obrazków, plików css, skryptów js, animacji flash jak również ilość samego kodu HTML. Wybierając serwer pod naszą stronę warto zapoznać się z kilkoma ofertami m. in. www.renhost.pl, a unikać tzw. „mass-provider” jak home.pl czy nazwa.pl, gdzie nasza strona będzie odczuwać towarzystwo innych stron ulokowanych na tym samym serwerze – poza tym Google bardziej promuje strony np. Na dedykowanych serwerach czy chociażby adresach IP – gdyż uważa wtedy, że jeśli ktoś stać na taki dodatkowy wydatek, to jego strona musi być wartościowa.

```
<div class="big_line"></div>
<div class="box">
  <h1>Naszą specjalnością są:</h1>
  <ul>
    <li><a href="/Oferta/Serwisy_www" title="Serwisy www">Serwisy www</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Strony_firmowe" title="Strony firmowe">Strony firmowe</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Aplikacje_biznesowe" title="Aplikacje biznesowe">Aplikacje biznesowe</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Portale_tematyczne" title="Portale tematyczne">Portale tematyczne</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Sklepy_internetowe" title="Sklepy internetowe">Sklepy internetowe</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Pozycjonowanie" title="Pozycjonowanie">Pozycjonowanie</a></li>
    <li><a href="/Oferta/Kampanie_google_adwords" title="Kampanie Google Adwords">Kampanie Google Adwords</a></li>
  </ul>
</div>
<div class="box center">
  <h1>Pracujemy dla:</h1>
  
</div>
<div class="box">
  <h1>Kontakt z nami:</h1>
  <form action="/Kontakt/Wyslij" method="post">
    <label for="name">imię, nazwisko</label>
    <input type="text" name="name" value="" class="required" />
  </form>
</div>
```

Fragment poprawnie napisanego kodu strony HTML.

```

</div>
<table width="100%" border="0" align="right" cellpadding="0" cellspacing="0">
  <tr>
    <th height="22" class="menu" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=ofirmie">o firmie</a> </span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=hosting" name="link3" id="link1"
onmouseover="MM_showMenu(window.mm_menu_0224130815_0,-20,20,null,'link3')">hosting</a></span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=domeny" name="link2" id="link2"
onmouseover="MM_showMenu(window.mm_menu_0224131131_0,-20,20,null,'link2')">domeny</a></span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=uslugi" name="link6" id="link4"
onmouseover="MM_showMenu(window.mm_menu_0224131220_0,-20,20,null,'link6')">uslugi</a></span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=oprogramowanie" name="link5" id="li
onmouseover="MM_showMenu(window.mm_menu_0224131333_0,-20,20,null,'link5')">oprogramowanie</a></span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=pomoc">pomoc</a></span></th>
    <th height="22" width="2" scope="col"><span class="style19"><a href="?id=kontakt">kontakt</a></span></th>
  </tr>
</table></td>
</tr>
</table>
</th>
</tr>
<tr>
<tr>

```

Fragment nieoprawnie napisanego kodu strony HTML.

Podsumowując temat optymalizacji stron internetowych jest to nieodłączny wstęp do dalszego procesu jakim jest pozycjonowanie (opisane w kolejnym rozdziale), bez którego nasz serwis będzie tylko jednym z wielu, a nie istotnym serwisem wartym polecenia.

7. Treść

Treści na stronach internetowych są bardzo ważne, to właśnie one decydują o ruchu na danej stronie internetowej. Teksty w Internecie rządzą się swoimi prawami. Nie jest to treść, której poszukujemy w prasie. Przeglądając strony internetowe, chcemy w szybki i łatwo dostępny sposób uzyskać interesujące nas informacje. Nie oczekujemy, w zasadzie nawet nie chcemy i nie mamy na to czasu, aby czytać ogromne elaboraty. Potrzebujemy konkretnej wiedzy, przedstawionej w dostępny sposób.

Pisanie tekstów na strony internetowe nie jest trudnym zadaniem. Warto jest jednak się do tego przygotować, aby treść przez nas napisana przyniosła zamierzony cel. Istotą pisania w Internecie jest używanie odpowiednich słów kluczowych. Czym są słowa kluczowe? Są to słowa za pomocą, których chcemy aby nasza strona była wypożyczonowana w wynikach wyszukiwania. Wyobraźmy sobie, że poszukujesz mebli kuchennych w Krakowie. Postanowiłeś znaleźć producenta mebli w Internecie. Jakie frazy wpisujesz w wyszukiwarce Google? Meble kuchenne w Krakowie, meble do kuchni w Krakowie, itp. Ważne jest abyś Ty, jako administrator swojej strony używał odpowiednich słów kluczowych, aby zająć wysokie miejsce w wynikach wyszukiwania i aby potencjalny klient znalazł Ciebie w wynikach wyszukiwań, po konkretnych frazach.

Pamiętając o kilku niezwykle ważnych zasadach doboru słów kluczowych, a jesteś w stanie doprowadzić do tego aby Twoja strona internetowa znalazła się na wysokiej pozycji w wynikach wyszukiwania. Przede wszystkim zastanów się nad doбором słów kluczowych, czyli fraz, które najlepiej opisują Twoją stronę WWW. Musisz się nad tym dobrze zastanowić. Dobór słów kluczowych ma duże znaczenie dla wyników wyszukiwań. Dobierając słowa kluczowe musimy postawić się w sytuacji zwykłego internauty, po jakich słowach użytkownicy będą wyszukiwać naszą stronę. Ogólne frazy, nie przynoszą żadnych korzyści, gdyż jest ich mnóstwo w Internecie i wypożyczonowanie ich jest nie lada wyzwaniem. Korzystne dla wyników wyszukiwań jest uwzględnienie nazwy miasta, w obrębie, którego funkcjonuje firma. Pozwoli to w łatwiejszy sposób podnieść stronę w wynikach wyszukiwania.

Używając słów kluczowych należy pamiętać o używaniu potocznego języka. Tylko nieliczni użytkownicy wpisują nietypowe frazy, a Tobie zależy aby dotrzeć do jak największej liczby internautów.

Pamiętaj również, że dobierając słowa kluczowe liczy się ich jakość, a nie ilość. Zbyt duże przesycenie słów kluczowych może mieć odwrotny skutek od zamierzonego. Na stronie internetowej słowa kluczowe nie powinny przekraczać 15%.

Po wybraniu fraz kluczowych, warto jest je sprawdzić w wynikach Google. Dobrze jest skorzystać z proponowanego przez Google narzędzia do propozycji słów kluczowych **Google** AdWords. Narzędzie to może również zaproponować Ci dodatkowe słowa kluczowe.

Wspaniałe rezultaty daje użycie słów kluczowych w adresie podstrony. Słowa kluczowe nie powinny znajdować się jedynie w tekstach na stronie, ale także w adresach podstron, czyli np. www.NazwaStrony.pl/FrazaKluczowa.html

Nie zapominaj także, o użyciu słów kluczowych w tytułach i opisach strony.

Tytuł strony jest bardzo istotnym elementem w przypadku pozycjonowania, ponieważ wyszukiwarki przywiązują do niego dużą uwagę. Prawidłowo zbudowany tytuł strony nie powinien być dłuższy niż 65 znaków. Za długi tytuł, może powodować mniejszy ruch na stronie, przez to, że internauta nie zauważy dokładnie interesujących go słów kluczowych.

Opisy strony nie powinny być krótsze niż 175 znaków. Ważne jest aby opisy zawierały słowa kluczowe, a tym samym zachęcały internautę do kliknięcia.

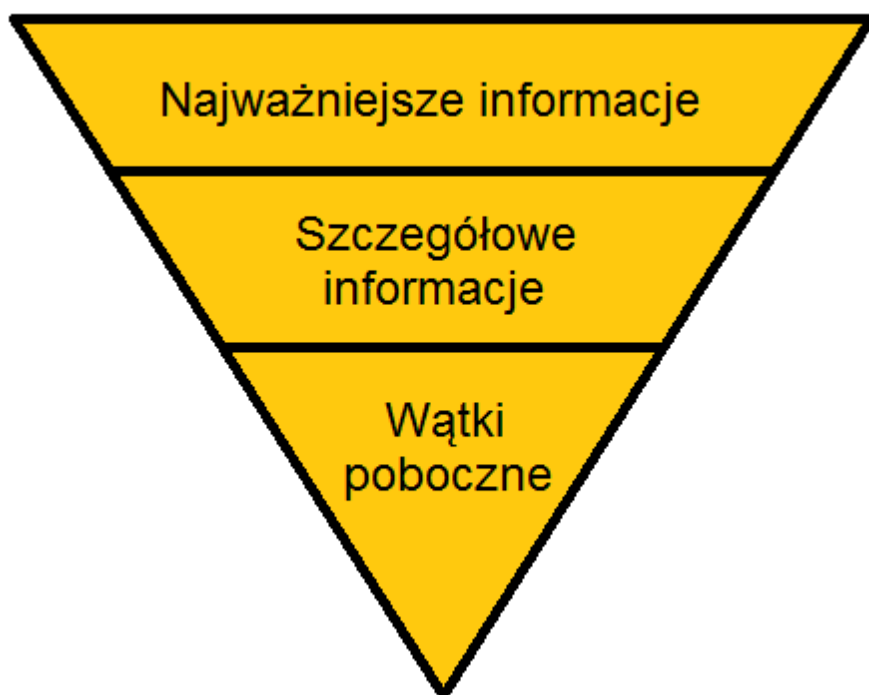
Copywriting

Wszyscy doskonale zdajemy sobie sprawę, że język jest podstawowym narzędziem komunikowania się z innymi. Słowa pisane mogą działać naprawdę wiele. Za pomocą odpowiedniego tekstu jesteśmy w stanie tak pokierować naszym odbiorcą aby „zrobił”, to, czego od niego oczekujemy. Aby pisać dobre teksty w Internecie i zachęcać do nich internautów warto poznać kilka ważnych zasad copywritingu, które będą pomocne w pozycjonowaniu naszego serwisu.

Teksty na stronie WWW powinny być pisane zrozumiale, za pomocą codziennego języka. Tekst powinien być zwięzły i przykuwający uwagę na pierwszy rzut oka.

Pamiętaj o zasadzie skanowania strony przez nasze oko. Najważniejsze informacje powinny znajdować się na samej górze, to one powinny przyciągać naszą uwagę.

Zasada odwróconej piramidy



Ważne jest aby na stronie, nie znajdował się jedynie pusty tekst. Nasze oko lubi różnorodność, zgłasza w Internecie. Zmiana czcionki, obrazek, kolory, powodują, że taka strona przykuwa nasze oko. Internauci „prześlizgują się” po stronie. Rzadko czytają tekst od góry do dołu.

Dobrze jest również pamiętać o nagłówkach, które są niezwykle ważne, gdyż to one sprawiają, że jesteśmy w stanie wejść i przeczytać daną treść. Nagłówek powinien być chwytliwy, zaskakujący, wprowadzać jakąś tajemnicę i tym samym sprawiać, że jesteśmy ciekawi dalszej treści. Nagłówek daje blisko 80% skuteczności reklam i ofert.

Ciekawym zjawiskiem występującym w copywritingu jest działanie na nasze spostrzeżenia wielu aspektów, m.in. liczby, znaki zapytania, elementy graficzne, które przykuwają naszą uwagę.

W pisaniu dobrych tekstów w Internecie należy pamiętać o tym, iż górna część tekstu jest najważniejsza. To właśnie w głównej części tekstu powinienś zmierzać do puenty, co sprawi, że internauta tym bardziej będzie chciał przeczytać tekst, bo będzie sądził, że zbliża się do poznania informacji, którą chciał uzyskać. Co więcej tekst powinien być napisany, tak aby wciągnął internautę w treść.

Ważne jest aby skupić się nie na ofercie, ale na czytelniku i pod niego dostosować treść.

Skupmy się teraz nad słowami kluczowymi. Co one dają? Bardzo wiele. To właśnie słowa kluczowe pozwalają wynieść naszą stronę jak najwyżej w wynikach wyszukiwania. Jest to bardzo ważne, gdyż aż 90% internautów przegląda pierwsze 2 strony wyszukiwań.

Zastosuj się do kilku zaleceń:

- Skup się na czytelniku, a nie na ofercie.
- Dopasuj przekaz do grupy docelowej.
- Używaj mocnych słów.
- Oprawa graficzna (zdjęcia, rysunki, wykresy, wideo).
- Używaj śródtytułów, tekst jednolity szybko zniechęci internautę.
- Stosuj pogrubienia i kursywy.

- Sprawdź błędy ortograficzne i literówki, interpunkcję.
- Nie używaj WIELKICH LITER. W Internecie uważane są za krzyk.

Teksty, które piszemy na strony WWW tworzy się inaczej, niż te które czytamy w prasie. Ważne są unikalne i niepowtarzalne treści, które sprawiają, że będziemy chcieli dalej czytać dany tekst.

Każdy posiadacz strony WWW dąży do tego, aby jego strona znajdowała się na pierwszej stronie w wynikach wyszukiwań, czyli w pierwszej dziesiątce. To właśnie strony, które znajdują się w pierwszej dziesiątce są najczęściej odwiedzane przez użytkowników Internetu i większość z nich nie przechodzi już na kolejne strony. Słowa oraz frazy kluczowe powinny znajdować się również w nagłówkach i linkach. Wyszukiwarki z dużą uwagą przyglądają się pogrubionemu tekstowi przekierowującemu do innej strony. Ważne jest nie tylko to co znajduje się na stronie, ale również, to w jaki sposób treść jest prezentowana.

Po wykonaniu wszystkich czynności warto zgłosić ją do wyszukiwarek, aby przyspieszyć indeksowanie witryny.

Artykuły, które znajdują się na stronie dobrze jest podlinkować. Sposobów jest wiele, a każdy link jest ważny. Można umieszczać je na blogach, promować treści na forach, czy stronach znajomych. Wyróżnić można dwa rodzaje linków: wewnętrzne i zewnętrzne.

Linki wewnętrzne prowadzą do podstron naszej strony WWW. Linki te mogą bardzo dobrze wspomagać proces pozycjonowania strony. Linki zewnętrzne natomiast kierują do innych serwisów. Uzupełniają one informacje zawarte w prawidłowo napisanym tekście.

8. Promocja serwisów internetowych.

W ostatnich latach Internet stał się jednym z najważniejszych mediów, za pomocą którego wiele firm może promować własną działalność. Od kilku lat Internet jest narzędziem do zarabiania pieniędzy. Niezliczona ilość firm poszukuje w Internecie sposobu na znalezienie klientów oraz rozszerzania swoich usług. Nie wystarczy jednak posiadanie ładnej strony internetowej. Powodzenie serwisu w Internecie potrzebuje promocji. Skuteczna reklama internetowa może zwiększyć liczbę nowych klientów, a co za tym idzie przynieść wysokie dochody. Metod promocji w Internecie jest wiele. To jaki cel zamierzamy osiągnąć zależy od doboru reklamy.

Poniżej przedstawiamy kilka elementów skutecznej reklamy w Internecie.

Reklama kontekstowa

Popularnym sposobem prezentowania reklam w Internecie jest tzw. reklama kontekstowa, która za pomocą dostosowanych treści reklamowych dopasowywana jest do treści stron, na których są umieszczone. Reklama kontekstowa może mieć formę tekstu lub formę graficzną. Znacznie częściej spotyka się jednak formę czystego tekstu. Przykładem reklamy kontekstowej występującej w Internecie są linki sponsorowane.

Linki sponsorowane są najpopularniejszym przykładem reklamy typu PPC (pay per click, czyli płać za kliknięcie). Reklamy wyświetlają się po wpisaniu słowa kluczowego. Jest to płatna forma reklamy tekstowej, którą umieszcza się w wyszukiwarkach internetowych. Linki sponsorowane pojawiają się w momencie wpisania w wyszukiwarce słowa kluczowego i wyświetlane są w górnej części strony lub po prawej stronie wraz z innymi wynikami wyszukiwania. Wyróżnia je jednak forma graficzna. Linki sponsorowane są sprawdzonym sposobem na dotarcie do klientów, którzy poszukują konkretnej usługi lub towaru.

Baner reklamowy

Banner reklamowy jest najbardziej popularną formą reklamy online. Banner reklamowy za pomocą graficznej formy kieruje internautę do danego serwisu. Bannery mogą występować w formie statycznej lub za pomocą animowanych obrazków. Do jego wykonania najczęściej wykorzystuje się technologię Adobe Flash lub JPEG. Celem bannerów reklamowych jest przede wszystkim zachęcenie internautów do zapoznania się z oferowanym towarem lub usługą i odwiedzenia reklamowanej strony. Banner reklamowy musi zwracać uwagę swoim oryginalnym wyglądem. Treść znajdująca się na bannerze powinna być zwięzła i zmuszać internautę do podjęcia odpowiednich działań. W przypadku zamieszczania bannerów reklamowych należy zwrócić również uwagę na wymiary.

System wymiany linków

Popularną formą reklamy Internetowej jest wymiana linków. Usługa ta polega na podniesieniu pozycji naszej strony w wynikach wyszukiwania. Wymiana linków polega na emisji materiałów reklamowych naszego serwisu na stronach internetowych o podobnej treści. Forma takiej reklamy może mieć bezpłatny charakter. Nie jest wymagane podpisywanie żadnych umów między serwisami, gdyż jest to wymiana partnerska. Wystarczy wyszukać serwisy zajmujące się taką samą lub zbliżoną branżą do naszej. Po zebraniu określonej bazy takich firm, należy wysłać zapytanie o współpracę w zakresie wymiany linków lub przedstawić swoją ofertę za pomocą rozmowy telefonicznej i wymieniać się linkami i logami.

Pozycjonowanie

Pozycjonowanie stron internetowych jest długoterminową formą reklamy w sieci, która polega na przebudowaniu serwisu, tak aby umieścić stronę pośród pierwszych wyników wyświetlanych przez wyszukiwarki, zazwyczaj Google, Onet, WP, dla najbardziej popularnych słów kluczowych związanych z tematyką naszego serwisu (więcej o pozycjonowaniu w rozdziale 8).

Marketing wirusowy

Marketing wirusowy jest specyficznym rodzajem działań marketingowych polegających na zainicjowaniu sytuacji, w której potencjalni klienci będą między sobą rozpowszechniać informacje dotyczące firmy, usług, czy produktów.

Nie zawsze jest to konkretna informacja, może to być tzw. budowanie świadomości marki, czy też wywołanie skojarzeń z nazwą lub logo naszej firmy.

Głównym zadaniem marketingu wirusowego jest zachęcenie użytkowników do świadomego informowania znajomych o danym produkcie, czy usłudze. Przykładami marketingu wirusowego są:

- Filmiki lub zdjęcia reklamowe, które użytkownicy rozsyłają między sobą.
- Komunikatory internetowe: Gadu Gadu, Skype.
- Udostępnianie za darmo informacji użytecznych, które zawierają mniej lub bardziej subtelny przekaz reklamowy.

Marketing szeptany

Coraz bardziej skuteczną formą promocji serwisu internetowego jest marketing szeptany. Jest to prosty i niedrogi sposób na kształtowanie wizerunku firmy w Internecie. Marketing szeptany polega na umieszczaniu na stronach internetowych tekstów, wśród których zamieszcza się reklamę. Kształtowanie wizerunku polega również na doradzaniu i rozwiązywaniu różnego rodzaju problemów na forach internetowych oraz serwisach społecznościowych, pod szyldem firmy. Wiadomości pisane na forach muszą wyglądać tak, jakby pisane były przez Internautę, w przeciwnym razie administrator strony może usunąć taką wiadomość, traktując ją jako spam. Dzieje się tak dlatego, gdyż na forach internetowych nie można zamieszczać typowych reklam. Ważne jest również aby wiadomości na forach umieszczane były na stronach związanych z tematyką branżową firmy. Duża skuteczność takiej promocji sprawiła, że marketing szeptany w ostatnich latach stał się bardzo popularny.

Internetową formą reklamy jest również poczta elektroniczna za pomocą, której możemy komunikować się z potencjalnym klientem, dostosowując reklamę do konkretnego klienta. Listy wysyłkowe pozwalają na wysyłanie poczty masowej o identycznej treści do tylu odbiorców, do ilu chcemy aby wiadomość została przekazana.

Promocja serwisu internetowego przynosi wiele korzyści:

- zwiększenie liczby wizyt na stronie,
- wzrost liczby nowych klientów.
- Nowy wizerunek firmy
- Zwiększenie pozycji w wynikach wyszukiwania

9. Pozycjonowanie

Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (ang. Search engine optimization – SEO; zwana także pozycjonowaniem, ang. Web Positioning) – działania zmierzające do osiągnięcia przez dany serwis internetowy jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i wyrażen kluczowych.

Optymalizacja stron (SEO) jest procesem, który ma na celu "umieścić" stronę wysoko w organicznych (naturalnych) wyszukiwaniach dla danej frazy lub słowa kluczowego. Pełna optymalizacja wszystkich stron (on page) wraz z działaniami zewnętrznymi (off page) powodują naturalny wysoki wynik w wyszukiwarkach internetowych. [źródło: WIKIPEDIA]

Pozycjonowanie jest zadaniem czasochłonnym i wymagającym odpowiedniej wiedzy, gdyż wyszukiwarki posiadają wiele newralgicznych punktów w swoich algorytmach, które mogą spowodować efekt odwrotny do zamierzonego przez nas.

Pozycjonowanie stron w SERP'ach (wynikach wyszukiwania) wymaga cierpliwości, przemyślanej strategii, a także szybkiej reakcji na zachowanie konkurencji – każdy niepożądany ruch zostanie zauważony przez roboty wyszukiwarek co z pewnością przysporzy nam problemów. Wymiar kary jaki możemy otrzymać od **Google** zaczyna się od kilkutygodniowego filtra, a kończy na dożywotnim zbanowaniu tj. usunięciu naszej strony z indeksu **Google** bez możliwości powrotu.

Filtr polega na zauważalnym, znacznym spadku pozycji naszej strony w wynikach wyszukiwania do czasu poprawienia przez nas nieetycznych i niezgodnych z zaleceniami **Google** Webmaster Center elementów naszego serwisu. Dlatego ten proces sugerujemy pozostawić ekspertom, aby nasza praca nie poszła na marne. Mimo poniesionej inwestycji w pozycjonowanie przez zewnętrzną firmę z pewnością nie będą to zmarnowane pieniądze, gdyż każdy serwis dobrze wypozycjonowany przynosi ruch, a ruch na stronie to jak już wcześniej wspomniano czysty zysk.

UWAGA! Nie każda firma oferujących w wachlarzu swych usług pozycjonowanie ma doświadczenie w branży SEO i może zagwarantować efekty.

Warto zapoznać się z ofertami sprawdzonych firm jak:

RENMEDIA – www.renmedia.pl

CRENEO – www.creneo.pl

SELLPIX – www.sellpix.pl

Więcej informacji o tym poprawnie przygotować stronę do procesu pozycjonowania znajduje się w powyższym dziale dot. Optymalizacji.

10. Działanie + cel

Jeśli już jesteś właścicielem (użytkownikiem) swojej pierwszej strony to już odniosłeś mały sukces. Ale przed Tobą jeszcze dużo pracy. Samo wykonanie strony nie przyniesie nam sukcesu. Teraz przed Tobą stoi zaplanowanie celu oraz założeń, dzięki którym zaczniesz działać. Pytanie brzmi: jak zjeść całego słonia (wypromować stronę www i zacząć na niej zarabiać)? To proste – w małych kawałkach, kęs po kęsie a w naszym przypadku krok po kroku robiąc rzeczy z wcześniejszych rozdziałów.

Pierwszym zadaniem jest określenie naszego celu, który powinien być:

- motywujący: możliwy do osiągnięcia, czyli nie za wysoki tak abyśmy widzieli, że możemy go bez problemu osiągnąć
- konkretny - mierzalny. W naszym przypadku jest to konkretna kwota, którą chcemy zarobić.
- z określonym terminem, w jakim go osiągniemy. Oczywiście musimy wziąć pod uwagę czas, który będziemy poświęcać na daną czynność. Robiąc coś pierwszy raz trudno przewidzieć czas, który będziemy potrzebować na wykonanie zadania, ale później już nie będziemy mieli większego problemu, aby zaplanować działania.

Zgodnie z powyższym, jeśli naszym celem jest np. zarobienie 1 euro dziennie z jednej strony www to nasz cel mógłby brzmieć tak:

Zarobię na stronie www ... minimum 1 euro dziennie w ciągu jednego miesiąca poświęcając temu 1 godzinę dziennie. Tak sformułowany cel będzie najlepszym wyznacznikiem naszych działań.

Już dziś zaplanuj swoją przyszłość i sukces w Internecie. Żeby zarobić 100 euro dziennie musielibyśmy mieć albo super stronę albo 10 fajnych stron, na których zarobimy po 10 euro albo 100 stron, które zarobią po 1 euro. Tutaj od razu nasuwa się odpowiedź jak zjeść całego słonia, czyli tworząc wiele mikro stron, które zarabiając stosunkowo niewielkie pieniądze dadzą nam w sumie dużą kwotę. Dzisiaj Ty musisz zdecydować czy swój wolny czas poświęcisz na leżenie na kanapie, oglądanie Familiady itp. czy robienie rzeczy, które są produktywne i prowadzą do niezależności finansowej. Znam wiele osób, które spędzają w sieci nawet kilka godzin dziennie i nic z tego tak naprawdę nie mają. Nie bądź taki jak oni, poświęć czas spędzony przed komputerem na konkretne działania a efekty w postaci zarobionych pieniędzy (nawet, jeśli będą one nie duże) możesz przeznaczyć na lepsze ciuchy, wakacje, ratę na lepszy samochód a może własny wymarzony dom.

A teraz najważniejsze, czyli podjęcie działania. Tylko zachęcenie siebie do podjęcia jakichkolwiek działań może przynieść oczekiwane rezultaty. Samo określenie celu nic nam nie da bez kilku czynności, które sami musimy zrobić.

Jeśli nie wiesz, jakie treści tworzyć w Internecie najlepiej zacznij od takich, które:

- są w kręgu Twoich zainteresowań i znasz się na nich
- przychodzą ci łatwo i bez wysiłku (każdy ma jakieś hobby)
- pomyśl, za co ludzie mogliby Ci płacić
- sprawdź, jakich treści szukają użytkownicy

Pamiętaj, aby to co robisz sprawiało Ci chociaż trochę przyjemności, w ten sposób będzie Ci łatwiej i będziesz z tego powodu szczęśliwy. Cały czas musisz skupiać się na rezultatach i celu, który sobie wyznaczyłeś. Nie chodzi o to, żeby długo i ciężko pracować, ale o to aby czas który poświęcamy na działanie zamienił się w efekty finansowe. Bądź zorientowany na przyszłość.

Jeśli potrzebujesz konkretnej informacji, pomocy, harmonogramu prac poniżej przedstawię przykład, który możesz wykorzystać:

Poświęć dwie godziny dziennie na działania związane z Twoją stroną www:

- katalogowanie (15 min)
- napisanie jednego artykułu i dodanie go na stronę (30 min)
- zdobywanie linków do naszej strony (15 min)
- pisanie artykułów pod preclę page (15 min)
- pisanie postów na forum tematycznym (30 min)
- komentowanie blogów o Twojej tematyce (15 min)

Oczywiście wszystkie te działania można zaplanować w czasie lub działać spontanicznie w zależności od tego, jakim czasem dysponujemy. Najważniejsza rzecz, to aby nie zwlekać i zacząć działać już teraz.

Dlatego wybierz temat, który jest Ci bliski, załóż stronę np. na www.microstrony.pl i zacznij działać.