

Pozycjonowanie stało się niezbędnym elementem prowadzenia działalności biznesowej, której efekty pośrednio lub bezpośrednio zależą od dostępności oferty dla milionów internautów. Praktycznie geometryczny przyrost nowych witryn internetowych na przestrzeni ostatnich kilku lat oraz dostrzeganie przez przedsiębiorców korzyści płynących z przemyślanej obecności własnej strony w Internecie sprawia, iż walka o „pierwszą dziesiątkę” wyników wyszukiwania jest ogromna w praktycznie każdej branży.

Do niedawna o usłudze pozycjonowania myśleli wyłącznie właściciele sklepów internetowych, gdzie od zawsze dobra pozycja strony w wynikach wyszukiwania na dane frazy kluczowe, gwarantowała znaczny wzrost sprzedaży. Obecnie jednak pozycjonowanie staje się elementem koniecznym w każdym rodzaju działalności - także usługowej i produkcyjnej.

Postaramy się przeanalizować koszty pozycjonowania stron internetowych oraz odpowiedzieć na pytanie: czy inwestycja w tę usługę jest opłacalna?

Pozycjonowanie – czyli właściwie co?

W pierwszej kolejności wyjaśnimy **czym jest pozycjonowanie stron WWW**, gdyż wciąż wiedza o tego rodzaju usłudze jest znikoma. Pozycjonowanie to, pisząc kolokwialnie **„wybijanie” strony internetowej na czołowe miejsca w wynikach wyszukiwania**, na określone frazy kluczowe. Fraza kluczowa to nic innego, jak słowa oraz zdania, które internauci wpisują do wyszukiwarki WWW (takiej jak Google), poszukując informacji, produktów i usług, np.: „usługi remontowe Warszawa”, „psycholog Kraków”, „markowa odzież”, „ceny usług dentystycznych” itp.

Pozycjonowaniem zajmują się przede wszystkim agencja interaktywne, niektóre agencje reklamowe oraz specjaliści SEO i SEM (ang.: Search Engine Optimization i Search Engine Marketing). Branża, jako taka, istnieje i rozwija się dopiero od kilku lat. Powstała wraz z rosnącymi wymaganiami i zmieniającymi się algorytmami, określającymi pozycje danej strony w

organicznych wynikach wyszukiwania dla najpopularniejszej obecnie wyszukiwarki internetowej Google.

Na jakiej podstawie firmy pozycjonerskie wyznaczają ceny swoich usług?

Zdecydowana **większość firm SEO opiera swoje cenniki na konkurencyjności określonego słowa kluczowego**. Frazy takie, jak: „biżuteria”, „bielizna” czy „firma budowlana”, gdzie o pozycję walczą setki firm, są przez to ogromnie drogie w pozycjonowaniu. Koszt pozycjonowania jednej takiej frazy może iść w setki złotych za obecność w TOP10, dlatego warto czasem szukać rozwiązań alternatywnych. Pozytywną tendencję na rynku zapoczątkowała agencja interaktywna TENSE.PL, która przy określaniu kosztów usługi kieruje się „wyszukiwalnością” interesującego nas słowa kluczowego przez internautów.

Wyszukiwalność każdej frazy kluczowej możemy sprawdzić **korzystając z prostego narzędzia propozycji słów kluczowych** od Google, dostępnego

[tutaj](#)

. Pozwala ono również na wybranie optymalnych słów kluczowych do pozycjonowania samodzielnie, chociaż zawsze warto skonsultować ten wybór z firmą SEO. Jednak przede wszystkim,

opieranie się na wyszukiwalności frazy kluczowej, pozwala zminimalizować koszty, gdyż nie uwzględniana jest w wycenie usługi aktywność konkurencji oraz **zwiększa się trafność wybranych fraz kluczowych**

Na ogół **nie poleca się pozycjonowania fraz zbyt ogólnych**. Często bardziej opłaca się skupić na frazach bardziej szczegółowych, gwarantujących odwiedziny internautów faktycznie

zainteresowanych wyszukiwanymi informacjami, usługami lub produktami. Polecane są także frazy „regionalne”, czyli frazy powiązane z danymi miastem lub rejonem (np.: „fryzjer Kraków”, „materiały budowlane Radom”). W takim przypadku

koszt pozycjonowania będzie relatywnie mniejszy

, a na docelową stronę

trafią tylko potencjalni klienci

.

Pozycjonowanie bez ryzyka

Wybierając specjalistę lub agencję interaktywną, która zajmie się pozycjonowaniem naszej strony, szczególną uwagę **przykładajmy do jej doświadczenia i dotychczasowych sukcesów w branży**. Poprośmy zawsze o kilka przykładów ostatnich zleceń i ocenimy skuteczność jej działań.

Omijajmy szerokim łukiem oferty osób i firm „krzaków”

, które nie podają podstawowych danych o firmie (REGON, NIP) lub nie wystawiają za swoje usługi faktur.

Nie dajmy się też nabrać na oferty pozycjonowania za symboliczne „5 złotych”, które często spotykamy na portalach aukcyjnych. Zazwyczaj oferują je osoby nie posiadające działalności gospodarczej, nie znające się na samym pozycjonowaniu i stosujące niezgodne ze wskazówkami i zaleceniami Google metody, które w ostateczności zawsze zaszkodzą naszej stronie.

Wszystkie aspekty zlecenia powinny być zawarte w jasnej czytelnej dla obu stron umowie, określającej warunki współpracy, zakres odpowiedzialności firmy pozycjonującej i przejrzyste warunki płatności za usługę.

Powyższe wskazówki są bardzo ważne – nieumiejętne pozycjonowanie może mieć bowiem fatalne skutki dla naszej strony WWW. Dążenie do osiągnięcia szybkich efektów lub zwyczajny

brak wiedzy może spowodować, iż pozycjonowana strona zostanie usunięta z indeksu wyszukiwarki, bądź nie będzie uwzględniana w wynikach wyszukiwania dla wszystkich lub wybranych słów kluczowych (tzw. „ban” i „filtr”).

Warto pozycjonować, ale tylko w dłuższej perspektywie

Trzeba podkreślić, że **pozycjonowanie jest procesem ciągłym, skoordynowanym i długofalowym, a jego efekty nie są stałe**. Raz wypozycjonowana strona, bez systematycznych działań firmy SEO, szybko straci swoją dobrą pozycję nawet dla średnio trudnych słów kluczowych. Dzieje się tak na skutek ciągłej zmiany algorytmów ustalania pozycji witryn, pojawiania się nowych stron internetowych oraz działań konkurencji.

Decydując się na pozycjonowanie strony warto pomyśleć o umowie na okres przynajmniej 6 miesięcy. Jak przekonuje Michał Więclaw z agencji interaktywnej TENSE.PL, ma to swoje proste uzasadnienie. **Krótki okres pozycjonowania nie daje satysfakcjonujących rezultatów** w postaci stabilnej pozycji naszej strony na pozycjonowane słowa kluczowe. Dłuższa umowa to również możliwość wynegocjowania korzystniejszych warunków przez klienta. Normą jest, iż firmy pozycjonerskie oferują rabaty, darmowy okres współpracy i dodatkowe usługi w przypadku zawarcia umowy na okres kilku-kilkunastu miesięcy.

Masz stronę? Spraw by była widoczna

Biorąc pod uwagę nieustanny rozwój Internetu, ciągle zwiększanie się odsetka polskich internautów oraz powszechny nawyk zdobywania informacji o produktach, usługach oraz firmach w sieci, pozycjonowanie po prostu się opłaca. Nawet najlepsza strona i atrakcyjna

oferta nie przebija się wśród tysięcy podobnych witryn WWW bez pomocy wyspecjalizowanej firmy.

Zachęcamy do obejrzenia orientacyjnego [cennika pozycjonowania](#) , dostępnego w naszym serwisie, który przybliży typowe koszty pozycjonowania strony.

Informacja o TENSE.PL: agencja interaktywna, specjalizująca się w pozycjonowaniu stron WWW oraz marketingu internetowym. Firma zapewnia kompleksowe usługi internetowe, obejmujące tworzenie stron oraz ich aktywną promocję w sieci.

{gotop}