

INSETE

ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ
SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION (SEO)
& ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ
ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΕΝΑΝ
DIGITAL MARKETER

ΠΩΛΗΣΕΙΣ, MARKETING & ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Βασίλης Πολύζος

Co-Founder/ Managing Director THE VSCOPE





ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

«Το παρόν παραδοτέο μπορεί να περιέχει συνδέσμους προς τρίτους δικτυακούς τόπους («Εξωτερικούς Ιστότοπους») τους οποίους δεν ελέγχει το ΙΝΣΕΤΕ, εκτός του συστήματος που χρησιμοποιεί ο ιστότοπος του ΙΝΣΕΤΕ. Το ΙΝΣΕΤΕ δεν υιοθετεί και δεν ευθύνεται για το περιεχόμενο, τις διαφημίσεις, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες ή οποιαδήποτε άλλα στοιχεία που βρίσκονται, ή διατίθενται σε, τέτοιους Εξωτερικούς Ιστότοπους. Το ίδιο ισχύει και για τους ιστότοπους που ενδέχεται να περιέχουν συνδέσμους προς τον ιστότοπο ΙΝΣΕΤΕ. Οι σύνδεσμοι (σύνδεσμοι) προς ιστότοπους τρίτων δεν αποτελούν συγκατάθεση για το περιεχόμενο τέτοιων ιστότοπων τρίτων. Το ΙΝΣΕΤΕ δεν ευθύνεται για τη διαθεσιμότητα αυτών των ιστότοπων ή του περιεχομένου τους.»

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	Πρακτικός Οδηγός για το Search Engine Optimization του Website σας	5
	» Πώς αξιολογούμε την ιστοσελίδα μας και τι πρέπει να ελέγξουμε σε αυτήν για να είναι SEO ready	5
	» SEO Checklist	11
2.	Βασική θεωρία πάνω στην αξιοποίηση των Μηχανών Αναζήτησης (Search Engine Optimization, SEO)	12
	» Τι είναι το SEO – Search Engine Optimization	12
	» Πως λειτουργούν οι μηχανές αναζήτησης	12
	» Διαφορά μεταξύ SEO & SEM	14
	» On Page SEO	16
	» Tips για τη δημιουργία καλού περιεχομένου	17
	» Off Page SEO	20
3.	Βοηθητικά SEO εργαλεία για έναν Digital Marketer	24

ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ SEARCH ENGINE OPTIMISATION (SEO) & ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΕΝΑΝ DIGITAL MARKETER



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο εγχειρίδιο αυτό, θα έχετε την ευκαιρία να λάβετε χρήσιμες πληροφορίες πάνω στη βελτίωση του website σας, ώστε αυτό να αποδίδει καλύτερα στις μηχανές αναζήτησης. Το υλικό που ακολουθεί είναι χωρισμένο σε 3 βασικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα, εμπεριέχει όλες τις ερωτήσεις που πρέπει να κάνει κάποιος κατά τον έλεγχο του website του σε επίπεδο search engine optimization.

Στη δεύτερη ενότητα, τοποθετείται βασική θεωρία για την αξιοποίηση των μηχανών αναζήτησης - σε οργανικό επίπεδο αποτελεσμάτων. Ενώ τέλος, στην τρίτη ενότητα του εγχειριδίου, συγκεντρώνονται κάποια χρήσιμα και πολύ βοηθητικά εργαλεία για ένα αποτελεσματικότερο search engine optimization.

1. ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΟ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION ΤΟΥ WEBSITE ΣΑΣ

Σχεδόν τα πάντα σήμερα online ξεκινούν με μία αναζήτηση. Περισσότερες από 5.5 δισεκατομμύρια αναζητήσεις πραγματοποιούνται καθημερινά, μόνο στην πλατφόρμα της Google – την ώρα που το 92% του traffic στο web, “γεννιέται” μέσα από την 1η σελίδα των αποτελεσμάτων. Είναι εύκολα αντιληπτό, λοιπόν, ότι στις μηχανές αναζήτησης υπάρχουν αμέτρητες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις στις μέρες μας. Ευκαιρίες οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε leads και πωλήσεις δια μέσου του website των τελευταίων.

Συνεπώς, είναι πολύ σημαντικό να αξιολογήσουμε το πώς αποδίδει το website μας σε μία μηχανή αναζήτησης, να διορθώσουμε τα σημεία που χρήζουν βελτίωσης, ώστε να καταφέρουμε να ωφεληθούμε και να πετύχουμε τους στόχους μας σε ένα ιδιαίτερος ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Πώς να αξιολογήσετε την ιστοσελίδα σας και ποια σημεία να ελέγξετε ώστε αυτή να είναι SEO ready;

Δεν είναι λίγες οι φορές που κοιτάμε μία ιστοσελίδα και αναρωτιόμαστε αν είναι καλή και αν λειτουργεί σωστά. Συχνά, ένα λάθος το οποίο παρατηρείται, είναι στην αξιολόγηση ενός website να στεκόμαστε μόνο στο αισθητικό αποτέλεσμα το οποίο αφορά το web design. Οπωσδήποτε, η σχεδίαση μιας ιστοσελίδας είναι πολύ σημαντική, καθώς όχι μόνον οφείλει να αναδεικνύει τον χαρακτήρα και τη φιλοσοφία του brand μας, αλλά ταυτόχρονα να διαμορφώνει ένα user friendly περιβάλλον, μέσα στο οποίο οι χρήστες θα μπορούν να περιηγηθούν με ευκολία και να εντοπίσουν την πληροφορία που χρειάζονται γρήγορα – και με όσα το δυνατόν λιγότερα clicks.

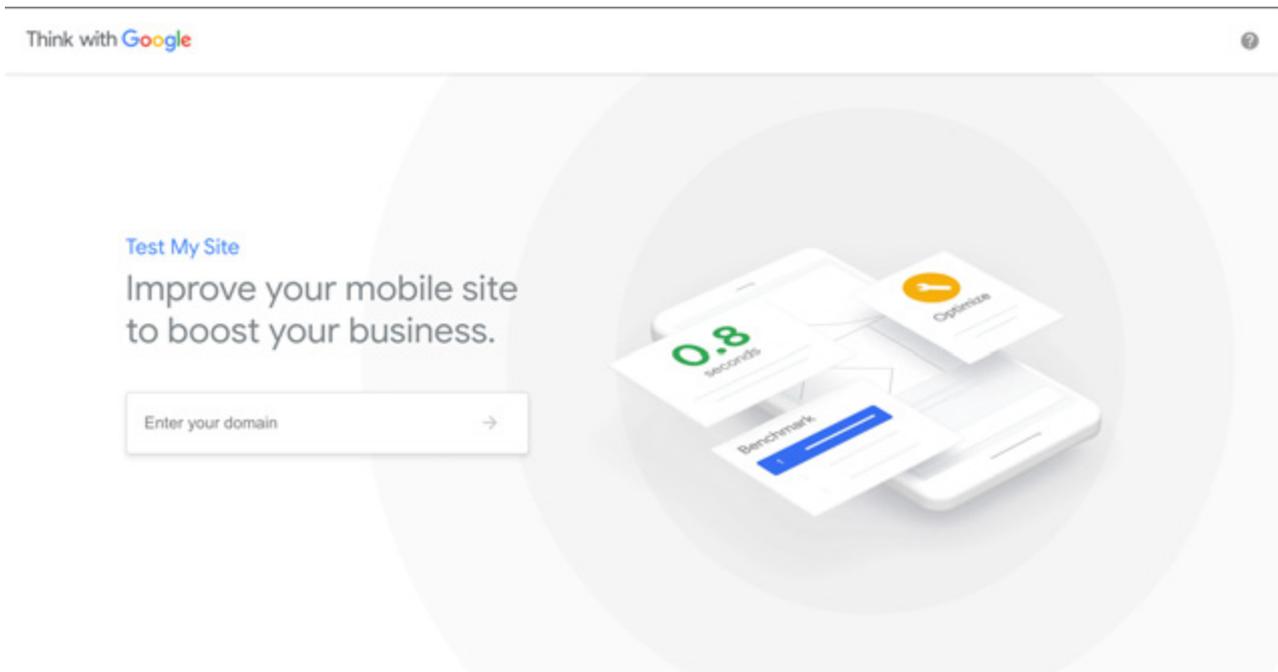
Πάμε λοιπόν να δούμε, κάποιες βασικές ερωτήσεις που θα ήταν καλό να κάνουμε κοιτώντας και αξιολογώντας μία ιστοσελίδα – πάντα υπό το πρίσμα του να είναι λειτουργική και να αποδίδει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στα οργανικά αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης.



Είναι το design σας responsive σε μικρότερες συσκευές (mobile, tablets);

Στις μέρες μας οι περισσότερες επισκέψεις σε ένα website συνήθως προέρχονται από mobile συσκευές. Είναι λοιπόν, απείρως σημαντικό να μπορεί η ιστοσελίδα μας να εμφανίζεται σωστά όχι μόνο σε desktop, αλλά και σε μικρότερες συσκευές και οθόνες – όπως σε κινητά τηλέφωνα και tablets. Το 2021, οι επισκέψεις ιστοσελίδων μέσα από κινητές συσκευές μόνο, (εξαιρουμένων των tablets) αποτέλεσαν το 54.8% (statista.com) των συνολικών επισκέψεων. Συνεπώς, είναι κρίσιμο για την επιτυχία μας στο διαδίκτυο, η ιστοσελίδα μας να εμφανίζεται σωστά και το design μας να είναι responsive, ώστε να μπορούμε να διαμορφώσουμε την καλύτερη δυνατή εμπειρία στους χρήστες που μας επισκέπτονται μέσα από οποιαδήποτε συσκευή. Το responsiveness της σελίδας σας, αποτελεί παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει την απόδοση της σε μία μηχανή αναζήτησης – και στον οποίο οι τελευταίες δίνουν σημαντική βαρύτητα, σκεπτόμενες κατ' επέκταση την εμπειρία των χρηστών – πελατών τους.

Μπορείτε να ελέγξετε το πως αποδίδει η ιστοσελίδα σας σε ένα κινητό τηλέφωνο και να λάβετε προτάσεις βελτίωσης μέσα από το [Test My Site της Google](#)



Φορτώνει γρήγορα η ιστοσελίδα σας;

Σύμφωνα με data της Google*, το 53% των επισκεπτών μιας ιστοσελίδας είναι πολύ πιθανό να αποχωρήσει από αυτήν, εφόσον καθυστερεί να φορτώσει για περισσότερα από 3 δευτερόλεπτα. Η ταχύτητα λοιπόν, είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία στα οποία πρέπει να δώσει κάποιος έμφαση, ιδίως σε αυτό το άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον. Θα πρέπει να έχουμε πάντα στο μυαλό μας, ότι οι χρήστες online έχουν πάρα πολλές επιλογές στα χέρια τους – και είναι αρκετά εύκολο να μεταπηδήσουν από την ιστοσελίδα μιας επιχείρησης σε μία άλλη. Έχουμε συνεπώς, πολύ λίγα δευτερόλεπτα για να καταφέρουμε να τους κερδίσουμε – και όπως είναι αντιληπτό, προβλήματα ταχύτητας δεν χωράνε μέσα σε όλο αυτό. Η ταχύτητα της σελίδας σας επίσης, αποτελεί παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει την απόδοση της σε μία μηχανή αναζήτησης.

Μπορείτε να μετρήσετε την ταχύτητα του website σας με το δωρεάν εργαλείο της Google που ονομάζεται Page Speed Insight (pagespeed.web.dev), καθώς και μέσω της ιστοσελίδας gtmetrix.com.

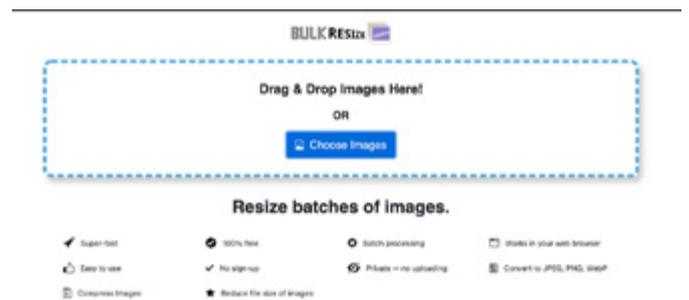
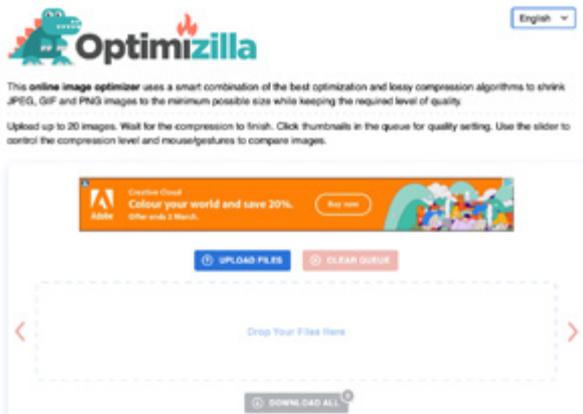
The image shows two screenshots of web performance analysis tools. The top screenshot is the PageSpeed Insights interface, featuring a search bar with 'thevscope.com' and an 'Analyze' button. Below the search bar, there's a heading 'Make your web pages fast on all devices' and several links: 'CHECK OUT What's new', 'Documentation', and 'Learn about Web Performance'. To the right is an illustration of a laptop with a speedometer and a smartphone. The bottom screenshot is the GTmetrix homepage, with a navigation menu (Features, Pricing, Resources, Blog), 'Log In' and 'Sign Up' buttons, and a main heading 'How fast does your website load? Find out with GTmetrix'. Below this is a sub-heading 'See how your site performs, reveal why it's slow and discover optimization opportunities.' and a search bar with 'Enter URL to Analyze...' and a 'Test your site' button. At the bottom, there's a section for 'Latest News' with three articles and a footer with logos of various companies (Check 24hrs, SAMSUNG, WebMD, Hewlett Packard Enterprise, inc., Microsoft, viacom, travelocity) and a statistic '880,711,033 pages analyzed so far'.

*Source: Source: Google Data, Global, n=3,700 aggregated, anonymized Google Analytics data from a sample of mWeb sites opted into sharing benchmark data, Period: March 2016.

Υπάρχουν μεγάλες και βαριές εικόνες ή videos που μπορεί να καθυστερούν τη φόρτωση του website σας;

Εάν οι εικόνες στο website σας είναι πολύ μεγάλες, κινδυνεύετε να αντιμετωπίσετε προβλήματα χρόνου φόρτωσης. Εάν για παράδειγμα, έχετε ανεβάσει μια εικόνα 2 MB στη σελίδα σας, τότε έχετε βάλει ένα μικρό λιθαράκι για να “βαρύνετε” την ιστοσελίδα σας. Επιχειρήστε πριν ανεβάσετε το περιεχόμενο σας, να το παραμετροποιήσετε ως προς το μέγεθος του, αξιοποιώντας κάποια εργαλεία όπως το [Optimizilla](#) και το [BulkResize](#).

Ακόμη, προτιμήστε αντί να ανεβάζετε ένα video απευθείας στο website σας, να το δημοσιεύσετε σε κάποια τρίτη πλατφόρμα όπως για παράδειγμα το YouTube ή το Vimeo – και να το κάνετε embed από εκεί στην ιστοσελίδα σας. Με αυτό τον τρόπο, το video σας θα προβάλλεται μέσα στο website, κάνοντας stream από την πλατφόρμα που θα επιλέξετε – χωρίς να επιβαρύνει ως υλικό το δικό σας website.



Είναι το website σας crawlable;

Αρχικά, ας εξηγήσουμε τι σημαίνει website crawl. Οι μηχανές αναζήτησης έχουν τον δικό τους ανιχνευτή στο web, όπου στην ουσία αναφερόμαστε σε bots τα οποία “σκανάρουν” όλο το περιεχόμενο που υπάρχει στο διαδίκτυο. Αφού διαβάσουν το περιεχόμενο αυτό, τότε προσπαθούν να το κατηγοριοποιήσουν κάνοντας το λεγόμενο indexing, έτσι ώστε όταν υπάρξουν σχετικές αναζητήσεις να μπορούν οι μηχανές αναζήτησης να φέρουν τα κατάλληλα αποτελέσματα στους χρήστες και να τα ιεραρχήσουν. Δυστυχώς, υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις, κατά τις οποίες μπορεί κάποιες σελίδες να μην ανιχνευτούν. Ενώ, στην αντίθετη περίπτωση, όταν μία σελίδα ανιχνεύεται περισσότερες από μία φορές, οι όποιες αλλαγές εντοπιστούν, καταχωρούνται κατά την κατηγοριοποίηση (indexing).

Δοκιμάστε να ανιχνεύσετε τη σελίδα σας με ένα εξαιρετικό εργαλείο (διατίθεται και σε δωρεάν έκδοση), το Screaming Frog (<https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>) ή ελέγξτε τα σφάλματα ανίχνευσης στο Google Search Console.



SEO Spider Tool

The **Screaming Frog** SEO Spider is a website crawler that helps you improve on-site SEO, by extracting data & auditing for common SEO issues. Download & crawl 500 URLs for free, or buy a licence to remove the limit & access advanced features.



Υπάρχουν Error Pages στο website σας;

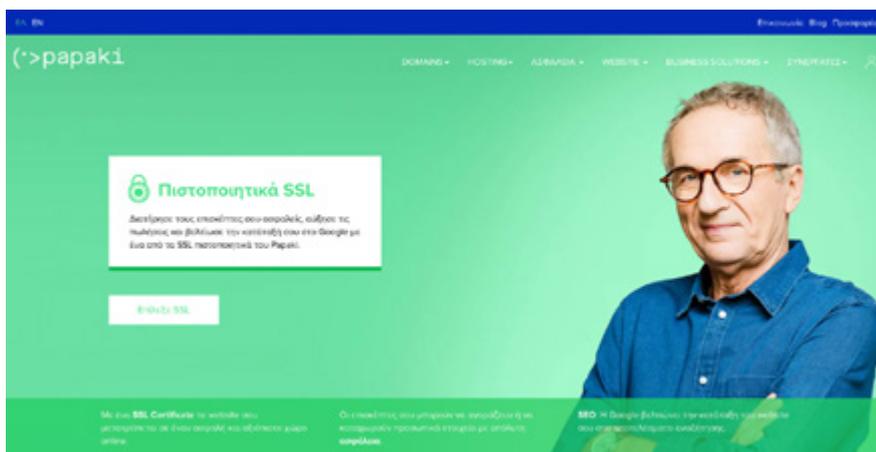
Οι σελίδες που οδηγούν σε Error 404 είναι πολύ πιθανό να δημιουργήσουν πρόβλημα στο website σας, όταν αυτές δεν έχουν εντοπιστεί και διορθωθεί καταλλήλως. Βεβαιωθείτε ότι όλα σας τα links οδηγούν σε περιεχόμενο και αξιοποιήστε εργαλεία όπως το Screaming Frog και το Google Search Console, τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, για να προλάβετε προβλήματα που είναι ικανά να επηρεάσουν την απόδοση σας στις μηχανές αναζήτησης.

Error 404

Woops. Looks like this page doesn't exist.

Έχει το website σας πιστοποιητικό ασφαλείας;

Όλα τα website είναι απαραίτητο να είναι πιστοποιημένα με S.S.L certificate, ώστε να είναι όλες οι ευαίσθητες πληροφορίες που περιέχονται σε αυτά, προστατευμένες όπως sign ups & logins, form submissions, payments κτλ. Αν δεν το έχουμε αυτό, οι browsers εμφανίζουν warning και εμποδίζουν τον επισκέπτη από το να δει το website μας. Μια τέτοια υπηρεσία μπορεί να μας την παρέχει το [Papaki](#).



Έχετε δημιουργήσει και ανεβάσει στη Google τον XML Sitemap του website σας;

Η δημιουργία ενός XML Sitemap και το ανέβασμα του στη Google, αποτελούν δύο πολύ σημαντικά βήματα για να μπορέσουμε να κάνουμε ευκολότερα readable το website μας στις μηχανές αναζήτησης.

Μπορείτε να ακολουθήσετε τα βήματα που περιγράφονται στο παρακάτω link ώστε να ολοκληρώσετε όλη την απαιτούμενη διαδικασία:

[Build & Submit a Sitemap](#)
[How to create and submit a Sitemap](#)

Είναι το περιεχόμενο σας αυθεντικό;

Αποφύγετε πάση θυσία την αντιγραφή περιεχομένου από άλλες ιστοσελίδες, καθώς ενέχει τον κίνδυνο οι μηχανές αναζήτησης να σας "τιμωρήσουν" υποβαθμίζοντας το website σας στα οργανικά αποτελέσματα. Φροντίστε να δημιουργήσετε αυθεντικό περιεχόμενο, το οποίο θα βρίσκουν ενδιαφέρον οι χρήστες, καθώς επίσης και να το ανανεώνετε συχνά. Περισσότερα για το περιεχόμενο και τη δημιουργία αυτού, θα αναφερθούν στην ενότητα που ακολουθεί.

Υπάρχει ένα βασικό keyword σε κάθε σελίδα, στο οποίο να εστιάζετε;

Όταν αναφερόμαστε στις μηχανές αναζήτησης, αυτό που πρέπει να μας έρχεται στο μυαλό, είναι πως πρόκειται για ένα περιβάλλον εντός του οποίου οι χρήστες αναζητούν απαντήσεις. Σε αυτό το πλαίσιο είναι κρίσιμο να κατανοήσουμε τι ακριβώς αναζητούν γύρω από όσα προσφέρουμε - και ποια keywords χρησιμοποιούν για τις αναζητήσεις τους - ώστε αντίστοιχα να στοχεύσουμε πάνω σε αυτά και να αναπτύξουμε το περιεχόμενό μας. Κάθε σελίδα του website σας, θα πρέπει να στοχεύει σε ένα keyword, το οποίο για εσάς είναι πολύ σημαντικό.

Η λέξη-κλειδί αυτή, είναι σημαντικό να υπάρχει στα κείμενα σας, στους τίτλους, αλλά ακόμα και στο URL της σχετικής σελίδας. Έτσι, θα μπορέσουμε να βοηθήσουμε τις μηχανές αναζήτησης να εμφανίσουν το περιεχόμενό μας σε όλα τα σχετικά ερωτήματα που πραγματοποιήσουν οι χρήστες τους.

[How to do keyword research](#)

Σημείωση: Υπάρχουν χρήσιμα εργαλεία στην ενότητα 3.

Είναι τα URL των σελίδων σας κατάλληλα optimized;

Είναι σημαντικό όλα τα URL σας να είναι φιλικά για SEO. Η διαδικασία είναι απλή. Θα χρειαστεί να προσθέσετε την κύρια λέξη κλειδί (keyword), στην οποία στοχεύετε και εμφανίζετε σχετικό περιεχόμενο μέσα σε μία υποσέλιδα, στο URL της σελίδας αυτής του website σας. Έτσι, οι μηχανές αναζήτησης θα σας εντοπίζουν πιο εύκολα αλλά και οι χρήστες που θα δουν ένα ξεκάθαρο URL με την λέξη κλειδί που αναζήτησαν, θα νιώσουν πιο σίγουροι στο να επισκεφτούν την σελίδα σας.

Παράδειγμα: www.hotelexample.gr/accommodation/rooms-deluxe-seaview

Αντί-παράδειγμα: www.hotelexample.gr/accommodation/tt427967/ref?=tep

Τοποθετείτε titles, descriptions και alt texts στο περιεχόμενο (texts & visual) που ανεβάζετε στο website σας;

Αξιοποιήστε τη δυνατότητα που σας δίνει η πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου του website σας (CMS - Content Management System), ώστε να τοποθετήσετε τίτλους, περιγραφές και alt texts σε όλες τις σελίδες και το περιεχόμενο που δημοσιεύετε στο website. Με αυτό τον τρόπο θα βοηθήσετε τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν καλύτερα το περιεχόμενό σας, καθώς επίσης θα δώσετε χρήσιμη πληροφορία στους χρήστες που βλέπουν το website σας ως ένα από τα αποτελέσματα που τους προβάλλει η μηχανή αναζήτησης. Επιδιώξτε να το τοθετήσετε τα βασικά keywords στόχευσης στους τίτλους και στις περιγραφές των σελίδων σας.

[How to write perfect page titles & meta descriptions](#)

[Alt Text Optimization for Images](#)

Κάνετε ενέργειες link building;

Στην προσπάθεια μας να βοηθήσουμε τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν καλύτερα το website μας, η ανάπτυξη συνδέσμων (links) εντός και εκτός της ιστοσελίδας μας είναι πολύ σημαντική. Το link building ως ενέργεια, θα μπορούσαμε να την τοποθετήσουμε πάνω σε τρεις βασικούς πυλώνες:

Internal links – Είναι τα links στο website σας, μεταξύ των σελίδων που υπάρχουν μέσα σε αυτό. Τα links αυτά, πέραν του ότι μπορούν να βελτιώσουν την πλοήγηση του επισκεπτών σας, βοηθούν τα search engine bots και spiders και να καταχωρήσουν ευκολότερα τις σελίδες σας (Indexing) και να αξιολογήσουν συνολικά το website σας.

External links – Είναι τα links στο website σας, τα οποία κατευθύνουν τους χρήστες σε άλλα websites. Φροντίστε εφόσον τοποθετήσετε τέτοια links στην ιστοσελίδα σας, αυτά να προέρχονται από δημοφιλή websites με ποιοτικό περιεχόμενο το οποίο θα δίνει αξία στους χρήστες.

Backlinks – Είναι τα links άλλων websites προς το δικό σας, είναι ένα στοιχείο αξιοπιστίας και σπουδαιότητας της ιστοσελίδας σας. Όσο περισσότερες αναφορές (links) υπάρχουν σε ποιοτικά websites για την επιχείρησή σας, τόσο πιθανότερο είναι οι μηχανές αναζήτησης να βελτιώσουν την κατάταξη σας σε αυτές.

[Backlink Checker Tools](#)

SEO Checklist

Συνδέστε τη σελίδα σας στο Google Search Console και στο Google Analytics, ώστε να λάβετε χρήσιμη πληροφορία σχετικά με την απόδοση της.

Αξιοποιήστε τα χρήσιμα εργαλεία που αναφέρονται στον οδηγό αυτό (ενότητα 3), ώστε να λάβετε ιδέες για νέα keywords.

Τοποθετήστε τα keywords στόχευσης και στα URL των επιμέρους σελίδων σας.

Ελέγξτε αν το website σας είναι mobile friendly, φορτώνει γρήγορα και αν έχει crawl errors.

Κάντε link building στο website σας – αλλά και εκτός από αυτό (backlinks).

Βρείτε Keywords τα οποία αναζητούν οι χρήστες γύρω από όσα προσφέρετε και θέλετε να επικοινωνήσετε πάνω στο website σας.

Χρησιμοποιήστε τα keywords στα οποία θέλετε να στοχεύσετε, στους τίτλους και στα κείμενα του website σας.

Εντοπίστε τεχνικά προβλήματα που μπορεί να υπάρχουν πάνω στο website σας και διορθώστε τα. Αξιοποιείτε και εδώ τα εργαλεία που αναφέρονται στην ενότητα 3.

Δημιουργήστε αυθεντικό περιεχόμενο, το οποίο οι χρήστες θέλουν διαβάσουν.

Μετρήστε, αξιολογήστε και παραμετροποιήστε τις ενέργειες σας με στόχο τη βέλτιστη απόδοση σας.

2. ΒΑΣΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΗΧΑΝΩΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ SEO / SEM

Τι είναι το SEO;

Το Search Engine Optimization (SEO), αναφέρεται στη διαδικασία βελτίωσης της οργανικής επισκεψιμότητας και κατάταξης του ιστότοπού σας σε μηχανές αναζήτησης, όπως είναι η Google, το Bing και άλλες.

Γιατί να κάνουμε όμως ενέργειες Search Engine Optimization;

- » Για να φέρουμε στοχευμένο κοινό στο website μας
- » Για να εμφανιζόμαστε υψηλότερα στις μηχανές αναζήτησης
- » Για να ξεχωρίσουμε από τον ανταγωνισμό
- » Για να μειώσουμε μακροπρόθεσμα το κόστος που μπορεί να δίνουμε σε ενέργειες Search Engine Marketing (προώθηση επί πληρωμή στις μηχανές αναζήτησης).

Πώς λειτουργούν οι μηχανές αναζήτησης;

Πριν την αναζήτηση, οι μηχανές «διασχίζουν» το διαδίκτυο, διαβάζουν το περιεχόμενο των σελίδων, βρίσκουν νέα links και συλλέγουν δεδομένα από όποια σελίδα βρίσκουν (crawling). Αυτό γίνεται από ένα πρόγραμμα που λέγεται «αράχνη». Επιπλέον, δημιουργούν ένα πίνακα περιεχομένων για όλο το διαδίκτυο (indexing).

Μετά την αναζήτηση, χρησιμοποιώντας έναν αλγόριθμο, ιεραρχούν τις σελίδες, ώστε οι περισσότερο σημαντικές και σχετικές με μία αναζήτηση να εμφανίζονται πρώτες (ranking). Οι σελίδες με το υψηλότερο SEO score κατατάσσονται υψηλότερα στα αποτελέσματα. Τέλος, οι μηχανές δείχνουν τα αποτελέσματα στους χρήστες (search results).

Γνώρισε καλύτερα τον αλγόριθμο της Google:

[The Basics: How Search Works](#)

[How Search Works Video](#)

[Search Algorithm](#)

Στα αποτελέσματα της Google, εμφανίζονται

1. οργανικά αποτελέσματα
2. διαφημίσεις

Google

luxury hotel santorini

Ad · <https://www.atrinasantorini.com/> · 2286 021270

Luxury Hotel in Santorini | Atrina Canava 1894 | Oia Santorini...

Ο απόλυτος προορισμός για τους αναζητητές της απεράμιλλης πολυτέλειας και της άνεσης. Το Atrina Canava 1984 προσφέρει υπέροχη θέα στο Αιγαίο, στην καλντέρα και στο...

Φωτογραφίες · Κάντε κράτηση τώρα · Πισίνα με σνακ μπαρ · Προσφορές · Διαμονή

Ad · <https://www.santorini-secret.com/> · 2286 027337

Luxury Hotel in Santorini - World's Favourite Destination

Book your Dreamy **Luxury Suite** at our **boutique hotel**. Feel the Unique Beauty of **Santorini**.
Book at our 5-star **boutique hotel** in Oia and give yourself the treatment you deserve.

[Our 5-Star Hotels](#) · [Our Restaurants](#) · [Secret Experiences](#) · [Offers](#)

<https://www.cntraveller.com> > ... > Places To Stay > ⋮

The best hotels in Santorini | CN Traveller

Feb 9, 2022 — [The best hotels in Santorini](#) · [The Vasilicos](#) · [Perivolos](#) · [Grace Santorini](#) · [Katikies](#) · [Incognito Villa](#) · [Voreina Gallery Suites](#) · [Andronis Arcadia](#).

<https://www.fivestaralliance.com> > europe > greece > sa... > ⋮

The 26 Best Luxury Santorini Hotels | Five Star Alliance

Display all hotel names view · [Aigialos Hotel](#) · [Andronis Luxury Suites](#) · [Astarte Suites Santorini](#) · [Athina Luxury Suites](#) · [Canaves Oia Epitome](#) · [Canaves Oia Hotel ...](#)

<https://canaves.com> > ⋮

Canaves Oia Santorini – Luxury Santorini Hotels

CANAVES OIA SANTORINI ; Canaves Oia Boutique Hotel. This **luxury boutique hotel** in Oia, **Santorini**, is the ideal fairytale retreat ; [Canaves Oia Suites](#). Discover ...

You've visited this page 2 times. Last visit: 2/1/21

Τα αποτελέσματα με την σήμανση "Ad" δίπλα τους υποδηλώνουν ότι το αποτέλεσμα αυτό είναι διαφήμιση, άρα υπάρχει χρέωση για να εμφανιστεί κάποιος, ενώ όλα τα υπόλοιπα αποτελέσματα, χωρίς αυτό, παρακάτω είναι οργανικά (πάντα οι διαφημίσεις θα φαίνονται πάνω από τα οργανικά αποτελέσματα).

Οργανικά αποτελέσματα:

Τα links προς websites που εμφανίζονται στις αναζητήσεις, βάσει της κατάταξης που κάνει ο αλγόριθμος της μηχανής αναζήτησης. Αυτή η κατάταξη μπορεί να βελτιωθεί μέσω της διαδικασίας που αποκαλείται SEO (Search Engine Optimization).

Διαφημιστικά αποτελέσματα:

Η πληρωμένη διαφήμιση με σκοπό την εμφάνιση links προς το website της επιχείρησης όταν κάποιος πραγματοποιεί συγκεκριμένες αναζητήσεις. Αποκαλείται και SEM (Search Engine Marketing).

Χαρακτηριστικά SEM vs SEO:

SEM VS SEO

Search Engine Marketing

Η **πληρωμένη διαφήμιση** που κάποιος κάνει για εμφανίζονται links προς το website του



Search Engine Optimisation

Η βελτίωση της κατάταξης ενός website στα **οργανικά** αποτελέσματα αναζήτησης

Είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε ότι το SEM δεν αναιρεί το SEO και αντίστροφα. Μπορούμε, και είναι βέλτιστη πρακτική, να τρέχουμε διαφημίσεις στις μηχανές αναζήτησης της Google και ταυτόχρονα να βελτιστοποιούμε το περιεχόμενο του site μας, βάσει των σημαντικότερων keywords, ώστε να βελτιστοποιούνται και τα οργανικά μας αποτελέσματα και έτσι να εμφανίζονται υψηλότερα στις αναζητήσεις που γίνονται στη Google.

SEM VS SEO

- **Πληρώνετε** για να εμφανιστείτε
- Οι διαφημίσεις εμφανίζονται όταν ταιριάζουν με τη **λέξη/φράση αναζήτησης**
- Μπορείτε να εμφανιστείτε στην πρώτη σελίδα κατευθείαν
- Σύστημα δημοπρασίας όπου **πληρώνετε ανά click**
- Δεν έχει **καμία επίδραση στα οργανικά αποτελέσματα**



- Εμφανίζεστε **δωρεάν** στις αναζητήσεις
- Βελτιστοποιείτε τα **keywords**
- Σημαντικό να βάζετε σε **προτεραιότητα τις ανάγκες και τα θέλω** των (πιθανών) πελατών
- Χρειάζεται **χρόνος** για να εμφανιστείτε στην πρώτη σελίδα της Google

Λόγοι για να κάνουμε παράλληλα SEO και SEM:

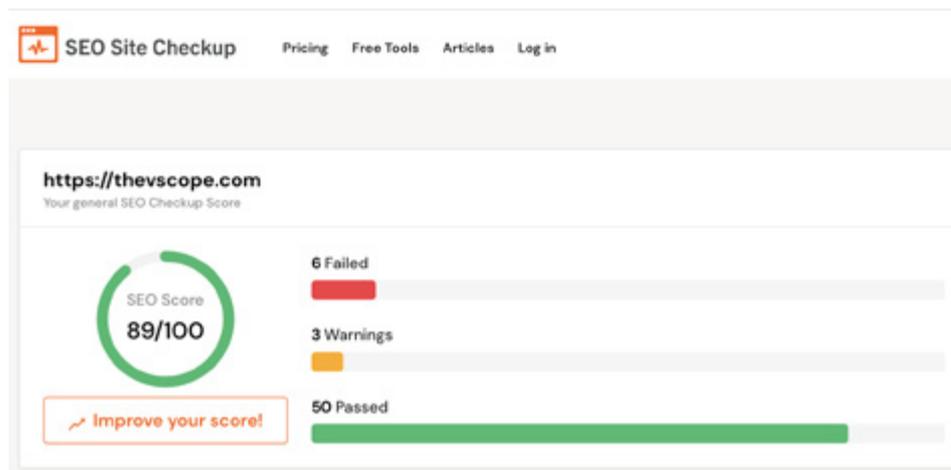
ο ανταγωνισμός δυσκολεύει την τοποθέτηση μας σε υψηλές θέσεις στη μηχανή αναζήτησης για δημοφιλή keywords.

Ενίσχυση σε ειδικές κατηγορίες (όπως προσφορές) μέσα από βραχυπρόθεσμες καμπάνιες SEM.

Διπλασιάζετε τον χώρο που καταλαμβάνετε στα αποτελέσματα μιας μηχανής αναζήτησης συνδυάζοντας την εμφάνισή σας στα οργανικά (SEO) και πληρωμένα (SEM) αποτελέσματα.

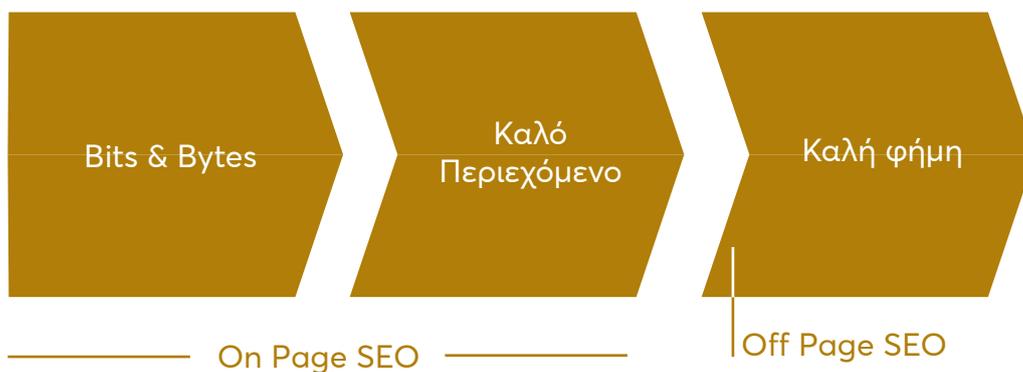
Κι έτσι εφαρμόζεται αποτελεσματικά το **mobile first strategy** (το μεγαλύτερο ποσοστό των αναζητήσεων προέρχεται από κινητές συσκευές) και έτσι ο χρήστης από το mobile, μπορεί και βλέπει περισσότερα σχετικά αποτελέσματα με την επιχείρησή σας.

Προτού όμως μπούμε σε πιο βαθιά νερά, θα χρειαστεί να κάνουμε ένα check up στο website μας ώστε να δούμε πιθανά σημεία προς βελτίωση. Αυτό το κάνουμε με διάφορα εργαλεία όπως το Seositecheckup. Ένα εργαλείο που σε λιγότερο από 30 δευτερόλεπτα μας έχει έτοιμη μια ολοκληρωμένη SEO ανάλυση για την σελίδα μας, συνοδευόμενη από προτάσεις βελτίωσης.



SEO - Οργανικές Αναζητήσεις:

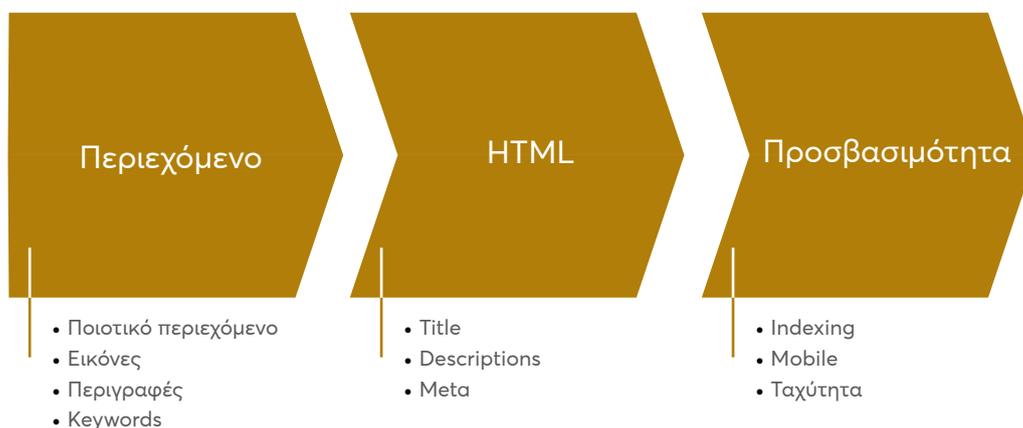
Επί της ουσίας το SEO βασίζεται σε 2 πυλώνες:



Οι πυλώνες πάνω στους οποίους μπορούμε να βελτιστοποιήσουμε την απόδοση του SEO χωρίζονται ως εξής:

On Page SEO

Το On Page SEO, αφορά το σκέλος της δημιουργίας / επεξεργασίας του περιεχομένου μιας σελίδας ενός site με στόχο την ενίσχυση του ranking της στα αποτελέσματα της Google. Επί της ουσίας αφορά:



ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΑΜΕ ΤΟ SEARCH ENGINE OPTIMISATION

Εγγραφή στο Search Console	Βοηθάμε την Google να βρει το περιεχόμενό μας	Βοηθάμε την Google και τους χρήστες να βρουν το περιεχόμενό μας
Submit το περιεχόμενο στη Google Monitor πως τρέχει το site στο Search Δημιουργούμε alerts σε critical issues	Υποβολή του sitemap Προωθούμε το site offline & online Share νέο περιεχόμενο	Δημιουργούμε μοναδικούς στοχευμένους τίτλους σελίδων Δημιουργούμε Snippets Χρήση heading tags για το σημαντικό κείμενο

SEO Tips αναφορικά με το περιεχόμενο

Περιεχόμενο

- Δημιουργία μοναδικού και ποιοτικού περιεχομένου
- Χρήση των στοχευμένων keywords στα λεκτικά
- Χρήση ενημερωμένου περιεχομένου και δημιουργία δικού μας blog
- Χρήση εικόνων, infographics, videos, κλπ.

Ποιά όμως τα βασικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσουμε σε ένα On-page SEO;

Βασικά βήματα:

1. Καθορισμός Audiences (κοινών)
2. Καθορισμός keywords (λέξεων-κλειδιών)
3. Ταξινόμηση keywords ανά κοινό
4. Συγγραφή κειμένων



Καθορισμός Audiences:

Ο αριθμός των κοινών θα πρέπει να είναι τέτοιος που ο οργανισμός να μπορεί να διαχειριστεί. Δηλαδή για κάθε κοινό θα πρέπει ο οργανισμός να μπορεί να διατηρεί διαφοροποιημένη στρατηγική. Το ίδιο ακολουθούμε και στο SEO όπου τα κοινά πρέπει να είναι συνήθως 4-6 .



Καθορισμός Keywords:

Η ομάδα καταγράφει τα keywords στα οποία στοχεύουμε να αποτελούμε αποτέλεσμα αναζήτησης (ένα προϊόν μας , μια υπηρεσία ή ακόμη σαν brand). Η λίστα αυτή θα αποτελείται από τις λέξεις κλειδιά και τα συνώνυμα τους. Τα κριτήρια παρακάτω είναι βοηθητικά για την επιλογή λέξεων:

- » **Σε ποιον απευθυνόμαστε;**
- » **Τι πληροφορία χρειάζονται;**
- » **Γιατί τους είναι χρήσιμη η πληροφορία αυτή;**
- » **Πως θα την αναζητήσουν;**

Τη λίστα αυτή την φτιάχνουμε μια φορά και την ενημερώνουμε αν αλλάξουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες μας ή το επιβάλει αλλαγή στρατηγικής του οργανισμού.



Ταξινόμηση:

Με βάση τα 2 πρώτα βήματα η ομάδα δημιουργεί επιμέρους λίστες με τα keywords ανά audience.

Συγκεκριμένα για κάθε audience επιλέγουμε τα σημαντικότερα keywords.



Συγγραφή κειμένου:

Είμαστε πλέον έτοιμοι να γράψουμε το κείμενό μας για το αντίστοιχο section του site. Με βάση το section αυτό (π.χ. περιγραφή προϊόντος ή υπηρεσίας) επιλέγουμε αν θα γράψουμε μεγάλο κείμενο (2000 λέξεις) ή σύντομο (300 λέξεις ή 1-2 παράγραφοι).



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ: Τα κείμενα μας απευθύνονται σε ανθρώπους και όχι μηχανές. Για αυτό θα πρέπει πάντα να ισορροπούμε την καλή κατανόηση του κειμένου από τις μηχανές αναζήτησης με το να μη γίνεται αυτό εις βάρος της κατανόησης από ανθρώπους. Δεν θα πρέπει το κείμενό μας να καταλήγει τελείως ψυχρό μόνο και μόνο για να τηρηθούν απαρέγκλιτα οι SEO κανόνες.

Κανόνες Συγγραφής:

Προσεγγίζουμε το θέμα από διαφορετικές πλευρές ώστε να καλύψουμε όλες τις ανάγκες του κοινού.

Δημιουργούμε backlinks προς άλλες σελίδες του site μας με παρόμοια ή σχετική θεματολογία καθώς και προϊόντα υπηρεσίες.

Δίνουμε σημασία στην γραμματική και το συντακτικό του κειμένου, καθώς κείμενα με λάθη έχουν μειωμένο ranking στους αλγορίθμους.

- Αποφεύγουμε τη παθητική φωνή γιατί δεν είναι εύκολα κατανοητή από τις μηχανές αναζήτησης.
- Αποφεύγουμε την χρήση παρατατικού και υπερσυντέλικου καθώς η χρονική τους διάσταση δεν είναι εύκολα κατανοητή από τις μηχανές αναζήτησης.

Ο τίτλος κάθε σελίδας θα πρέπει να είναι πλούσιος σε λέξεις-κλειδιά (να είναι στην αρχή του τίτλου) και να μην ξεπερνά τους 70 χαρακτήρες.

Οι «σημαντικές» λέξεις πρέπει να προστίθενται σε επικεφαλίδες.

Χρησιμοποιούμε τίτλους και υπότιτλους.

Επιλέγουμε τις λέξεις κλειδιά που ταιριάζουν στο κείμενό μας με βάση το κοινό στο οποίο απευθύνεται και φροντίζουμε να αποτελούν το 20% του συνολικού κειμένου μας (περίπου). Προσοχή στο ποσοστό αυτό συμμετέχουν και τα συνώνυμα των λέξεων κλειδιών.

Προτιμούμε να γράφουμε να ενισχύουμε το κείμενό μας με λίστες (π.χ. top 5).

Αναφέρουμε τις πηγές αν υπάρχουν καθώς αυτές προσθέτουν authority στο κείμενό μας χωρίς όμως υπερβολή στο outbound linking (το πολύ 1-2).

Σε κάθε σελίδα πρέπει να οριστεί μια κύρια λέξη-κλειδί (keyword).

Μέσα στο κείμενο θα πρέπει να αναφέρονται οι λέξεις-κλειδιά κάθε σελίδας. Θα πρέπει να μην ξεπερνούν το 3% - 5% του κειμένου και απαγορεύεται το Copy - Paste.

Είναι καλό να χρησιμοποιούνται εσωτερικά Links και να χρησιμοποιούνται anchor texts. Για παράδειγμα, Link «Συνταγές» vs/αντί "Read more".

Χρησιμοποιούμε εικόνες στο κείμενο μας με στόχο το 20% της σελίδας μας να είναι πολυμεσικό περιεχόμενο.

Οι προτάσεις μας περιέχουν 12-15 λέξεις και οι παράγραφοι μας περίπου 150 λέξεις.



Στο κομμάτι του HTML θα πρέπει η επεξεργασία να γίνει από το τεχνικό του site ώστε να μην έχουμε αρνητικά αποτελέσματα.

Επί της ουσίας οι αλλαγές στον HTML αφορούν:

- » **τους τίτλους και τις περιγραφές κάθε σελίδας**
- » **τα κείμενα που επεξηγούν μια εικόνα στο site (alt texts)**

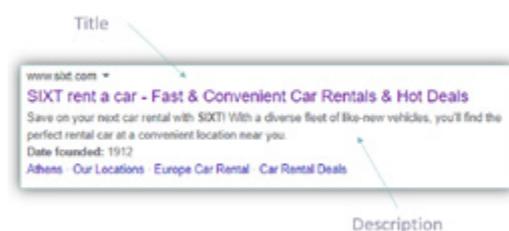
Ένα παράδειγμα:

Η περιγραφή της σελίδας όπως έχει αποτυπωθεί στον HTML



```
<meta name="description"
content="Save on your next car
rental with SIXT! With a diverse
fleet of like-new vehicles, you'll
find the perfect rental car at a
convenient location near you.">
```

Και η περιγραφή της σελίδας στο πως φαίνεται στα αποτελέσματα της Google:



Να παραθέσουμε σε αυτό το σημείο, ότι στην προσπάθειά μας πολλές φορές να βελτιώσουμε την απόδοση της ιστοσελίδας μας και να ανέβουμε σε κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης, κινδυνεύουμε να εμπλακούμε σε όλες εκείνες τις πρακτικές που παραβιάζουν τους όρους παροχής υπηρεσιών των μηχανών αναζήτησης, το λεγόμενο "Black Hat".

Τι θα πρέπει να αποφύγετε (black-hat SEO):

- » **Επανάληψη ίδιων λέξεων πολλές φορές στην ίδια σελίδα,**
- » **Κρύψιμο λέξεων μέσα στην σελίδα με καμουφλάζ π.χ. στο header ή footer,**
- » **Αντιγραφή περιεχομένου άλλων websites,**
- » **Αναδημοσίευση του ίδιου περιεχομένου σε διαφορετικές σελίδες μέσα στο website μας.**

Αναλυτικά οι βασικοί άξονες:

Περιεχόμενο	HTML	Προσβασιμότητα
<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία ποιοτικού και μοναδικού περιεχομένου Χρήση στοχευμένων keywords στα λεκτικά Χρήση ενημερωμένου περιεχομένου και δημιουργία δικού μας blog Χρήση εικόνων, infographics, videos κλπ, 	<p>DO's:</p> <ul style="list-style-type: none"> Χρησιμοποιούμε περιγραφικά ονόματα για τις εικόνες Χρησιμοποιούμε κείμενο ή tags Δημιουργήστε sitemap για τους χρήστες και τον αλγόριθμο <p>DONT's:</p> <ul style="list-style-type: none"> Αποφύγετε flash content (που δεν μπορεί να ανιχνευθεί από «αράχνες») Αποφύγετε μεγάλα αρχεία εικόνας 	<p>Δώστε έμφαση σε:</p> <ul style="list-style-type: none"> Indexing -Mobile Ταχύτητα

Μερικά Links με checklists για τα σκέλη του On Page SEO που μπορούν να σας βοηθήσουν:

[33-Point On-Page SEO Checklist](#)

[The Complete SEO Checklist For 2021](#)

[The Complete Guide](#)

[Meta Tags Explained](#)

Για την εύρεση των keywords που ψάχνουν κυρίως οι χρήστες και την εύρεση σχετικών keywords με το περιεχόμενο που θέλετε να δημιουργήσετε, χρησιμοποιήστε το εργαλείο του Google Ads, [Keyword Planner](#)

Off Page SEO

Από την άλλη το Off Page SEO, αναφέρεται σε όλες τις ενέργειες που γίνονται εκτός τους website σας και καθορίζουν την "φήμη" του στο διαδίκτυο βλ. blog articles, articles από sites 3ων μέσα στα οποία υπάρχουν links προς το site σας κλπ.

Απαρτίζεται από σκέλη όπως:



Πιο συγκεκριμένα, τρόποι βελτιστοποίησης του off page SEO:

Link building δηλ. συνεργασία με sites και blogs τρίτων στα οποία στα κείμενα / άρθρα που γράφουν, αναφέρεται το brand της εταιρείας ή υπάρχουν links στο κείμενο που οδηγούν σε προϊόντα ή στο site της επιχείρησης π.χ.



Social media: Η παρουσία σε διάφορα social media και η συντήρηση τους βοηθάει πολύ στο επίπεδο της "φήμης" που θέλουμε να χτίσουμε αφού είναι καλή πηγή για κριτικές (reviews), συνδέονται με το website και μπορούν να αξιοποιηθούν προκειμένου να ανεβάσουμε blogs.

Τοπικό SEO: παρουσία στα κανάλια Google My Business, Tripadvisor, XO και καταγραφή όλων των πληροφοριών που θα πρέπει να είναι ενήμερος ο πελάτης.

LINK BUILDING DO'S

- 01 Δημιουργήστε ενδιαφέρον περιεχόμενο
- 02 "Καλέστε" χρήστες να δαιβάσουν, αξιολογήσουν και να διαδώσουν το περιεχόμενο
- 03 Βάλτε links προς websites που σας ενδιαφέρουν

LINK BUILDING DONT'S

- 01 Αγοράζετε links από πληρωμένους καταλόγους (directories)
- 02 Βάζετε link στην υπογραφή που έχετε σε online forums
- 03 Χρησιμοποιείτε link exchange

Βρείτε ορισμένες τεχνικές που θα σας βοηθήσουν:

[Off Page SEO Techniques](#)

Google Search Console:

Το εργαλείο του [Google Search Console](#) είναι το σημαντικότερο εργαλείο για SEO projects και μας δείχνει μια σύνοψη της απόδοσης του site μας στα αποτελέσματα της Google.

Ταυτόχρονα, αναφέρονται και πιο αναλυτικά στοιχεία όπως σε τι θέση εμφανίζεται το site μας σε συγκεκριμένα keywords που γίνονται αναζήτηση στην Google ενώ συμβουλεύει τον χρήστη με συμβουλές που θα βελτιώσουν την απόδοση του site στα οργανικά αποτελέσματα της Google.

Πως δημιουργώ λογαριασμό στο Google Search Console;

- 01  μπαίνετε [εδώ](#),
- 02  κάνετε login / signup με το Gmail σας,
- 03  προσθέστε το url του website σας και προχωρήστε την διαδικασία για το verification (θα χρειαστείτε την βοήθεια του τεχνικού σας για το site),
- 04  υπάρχουν 5 τρόποι για να κάνετε το verification. Θα σας προτείνουμε να προχωρήσετε με τον τρόπο "Upload an HTML file to your site" στο οποίο το εργαλείο θα σας δώσει ένα συγκεκριμένο HTML αρχείο για να περαστεί στο site και αφού το περάσει ο τεχνικός σας γυρίζετε πίσω στην πλατφόρμα για να πατήσετε και να ολοκληρώσετε το verification,
- 05  [Google Search Console Tutorial](#).

Το πιο σημαντικό στοιχείο στο συγκεκριμένο εργαλείο είναι ότι προκειμένου να μας βρει ο αλγόριθμος της Google και να διαβάσει το website και τις σελίδες μας, θα πρέπει να ανεβάσουμε σε αυτόν το sitemap της ιστοσελίδας μας.

Αξιοποιήστε τη δυναμική των backlinks για να αναπτύξετε τη φήμη σας

Το εργαλείο του [Google Search Console](#) είναι το σημαντικότερο. Τα backlinks είναι links που τοποθετούμε εμείς ή άλλοι σε websites τρίτων με relevant περιεχόμενο με εμάς με σκοπό τα bots της Google να τα δουν, να τα μετρήσουν, να υπολογίσουν εάν έχουν authority αξιολογώντας παράλληλα την ποιότητα τους. Εφόσον καταφέρουμε να έχουμε πολλά και ποιοτικά backlinks σε τρίτες ιστοσελίδες, αυξάνεται το authority του website μας και συνεπώς βελτιώνεται η κατάταξη που θα λάβουμε στις μηχανές αναζήτησης.

Πώς δημιουργούμε όμως backlinks;

- » **Public Relations (συνεντεύξεις, δελτία τύπου με links προς εμάς),**
- » **Content Marketing,**
- » **Social Media Marketing,**
- » **Directories (premium publishers που επιτρέπουν να βάλουμε link σε άρθρα),**
- » **Reviews websites.**

Όλα αυτά τα links είναι σημαντικά και λειτουργούν αθροιστικά και δεν ξεχνάμε να συμπεριλάβουμε σχετικά keywords στα links με σωστό anchor text.



keywords in a subheader or a couple of subheadings, depending on the length of your page. And use the keyword in your page title, first paragraph and in your meta description. You can find all of these recommendations in the [SEO analysis of Yoast SEO](#).

<https://yoast.com/meta-descriptions/>

3. ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ SEO ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ENAN DIGITAL MARKETER

Το digital περιβάλλον παρέχει μία τεράστια ποικιλία από online εργαλεία ή πλατφόρμες, μέσα από τις οποίες ένας marketer ή μία επιχείρηση μπορεί να μελετήσει δεδομένα, να εξερευνήσει βαθύτερα το πλάνο της και να λάβει καλύτερες αποφάσεις.

Αρκετά από αυτά τα εργαλεία είναι ελεύθερα και δωρεάν στην χρήση και αρκετά βέβαια είναι επί πληρωμή. Το ενδιαφέρον οπωσδήποτε, είναι ότι και τα περισσότερα επί πληρωμή εργαλεία προσφέρουν "περιόδους δοκιμής" ή αλλιώς free trial, ώστε πριν προχωρήσει κάποιος σε αγορά κάποιου πακέτου, αφού έχει δει στην πράξη το εργαλείο και τις δυνατότητες του.

Εμείς παρακάτω θα συγκεντρώσουμε μερικά βασικά online εργαλεία, που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την προσπάθειά σας σε επίπεδο SEO.

Αξιολογήστε το Website σας:

[Seositecheckup](#)

[Pagespeed Insights](#)

[Test My Site](#)

Κατανοήστε το κοινό της επιχείρησής σας καλύτερα:

[Google Analytics](#)

[Google Search Console](#)

Λάβετε ιδέες για νέα keywords:

[Answer The Public](#)

[Google Keyword Planner](#)

[Google Trends](#)

[Google Market Finder](#)

Εξερευνήστε νέα keywords, μετρήστε την απόδοση σας και συγκριθείτε με τον ανταγωνισμό:

[Yoast](#)

[Woorank](#)

[Ubersuggest](#)

[SEM Rush](#)

[MOZ](#)

Βασίλης Πολύζος

Co-Founder / Managing Director THE VSCOPE

Ο Βασίλης Πολύζος, Co-Founder & Managing Director της THE VSCOPE δραστηριοποιείται στους τομείς της διαφήμισης και του τουρισμού ως Brand Strategist & Digital Marketing Expert. Μέσα από την εξειδικευμένη γνώση και εμπειρία του στην αξιοποίηση των Digital Marketing Tools, έχει αναλάβει σημαντικούς ρόλους στο παρελθόν, σε advertising agencies όπως η DOPE Studio, η OBQO και η Nelios, βοηθώντας δημοφιλή brands να διαμορφώσουν την κατάλληλη στρατηγική και να πετύχουν τους στόχους τους στο ψηφιακό περιβάλλον. Παράλληλα, από το 2016 έως και σήμερα, ενισχύει τις προσπάθειες για τη διεύρυνση του digital ecosystem στη χώρα μας, μέσα από τη συμμετοχή του ως εκπαιδευτής στην πρωτοβουλία της Google "Grow Greek Tourism Online" & "Grow with Google" αλλά και στα εκπαιδευτικά προγράμματα του ΙΝΣΕΤΕ.



ΠΩΛΗΣΕΙΣ, MARKETING &
ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ
SEARCH ENGINE
OPTIMISATION (SEO)
& ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ
ΕΝΑΝ DIGITAL MARKETER

INSETE



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

«Το παρόν παραδοτέο μπορεί να περιέχει συνδέσμους προς τρίτους δικτυακούς τόπους («Εξωτερικούς Ιστότοπους») τους οποίους δεν ελέγχει το INSETE, εκτός του συστήματος που χρησιμοποιεί ο ιστότοπος του INSETE. Το INSETE δεν υιοθετεί και δεν ευθύνεται για το περιεχόμενο, τις διαφημίσεις, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες ή οποιαδήποτε άλλα στοιχεία που βρίσκονται, ή διατίθενται σε, τέτοιους Εξωτερικούς Ιστότοπους. Το ίδιο ισχύει και για τους ιστότοπους που ενδέχεται να περιέχουν συνδέσμους προς τον ιστότοπο INSETE. Οι σύνδεσμοι (σύνδεσμοι) προς ιστότοπους τρίτων δεν αποτελούν συγκατάθεση για το περιεχόμενο τέτοιων ιστότοπων τρίτων. Το INSETE δεν ευθύνεται για τη διαθεσιμότητα αυτών των ιστότοπων ή του περιεχομένου τους.»