

# 13+1 Tipů

*Snadno*

## Jak Zvýšit Návštěvnost Webu

*bez znalostí*

Jednoduché tipy, jak začít ihned zvyšovat návštěvnost webových stránek, které zvládne opravdu každý.



# 13 + 1 Tipů Jak Zvýšit Návštěvnost Webu snadno&bez znalostí

Jednoduché tipy, jak začít ihned  
zvyšovat návštěvnost webových  
stránek, které zvládne opravdu každý.

Vítejte u této krátké elektronické publikace **13+1 Tipů Jak Zvýšit Návštěvnost Webu**. Jmenuji se Jakub Čížmař a provozuji webové stránky [www.propagacenainternetu.cz](http://www.propagacenainternetu.cz). Ti z vás, kteří tyto webové stránky navštěvují a čtou mé články, vědí, že se snažím o jedno - rozsáhlá a složitá témata zjednodušit a podat tak, aby je pochopil opravdu každý. Ať už se v propagování na internetu vyznáte sebelépe či vůbec.

I proto vznikla tato publikace. Rád bych vám ukázal několik způsobů, pomocí kterých si můžete **zvýšit návštěvnost svých webových stránek**, i když jste naprostým laikem. Ke všemu vám postačí znalost práce s počítačem na uživatelské úrovni. Zásah do kódu webových stránek sice nemusí zvládnout každý, v těchto pár případech je však dobré si informace poznamenat a předat je svému webdesignérovi. Uvidíte, že se vám vaše snaha vyplatí...

Pokud se chcete dozvědět více informací ohledně **propagace na internetu a internetového marketingu obecně**, mnoho zajímavých a užitečných informací najdete právě na webových stránkách [www.propagacenainternetu.cz](http://www.propagacenainternetu.cz).

Myslíte to se svými webovými stránkami vážně? Přihlašte se do **e-mailového kurzu optimalizace webových stránek pro každého**. Každý týden obdržíte e-mail s jednoduchým úkolem, který povede ke zvýšení kvality vašich webových stránek a tedy i ke zvýšení vašeho profitu. Navíc získáte zdarma elektronickou publikaci (včetně audio podoby v mp3) **Webové stránky snadno&bez znalostí - Veškeré důležité informace, které musíte znát, když vám vaše webové stránky vytváří někdo jiný**, která vám objasní základy správně vytvořených webových stránek, i když jste naprostým laikem v oboru

Všechny informace obsažené v této publikaci jsou určeny pouze pro informační účely. Tyto informace jsou založeny na mých osobních zkušenostech a studiích a nejsou žádnou zárukou úspěchu. Proto na sebe nepřebírám žádnou odpovědnost za použití, nesprávné využití, nebo jakékoliv následky, ztráty, nebo škodu způsobenou rozhodováním nebo jednáním na základě informací obsažených v této publikaci. Tato publikace je určena k tomu, aby sloužila pouze jako průvodce. Čtením této publikace souhlasíte s tím, že nejsem odpovědný za jakékoliv úspěchy či neúspěchy Vašich obchodních rozhodnutí spojené s informacemi obsaženými v této publikaci.

## Obsah - klikajte

<b>1. Sepište si Seznam Konkurenčních Webových Stránek.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Vytvořte si Seznam Webových Stránek, které se Zabývají Vaším Oborem .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Udržujte své Webové Stránky Aktuální .....</b>	<b>2</b>
<b>4. Účastněte se Diskuzí na Fórech a Blozích Spojených s Vaším Oborem Činnosti.....</b>	<b>3</b>
<b>5. Vytvořte si Stránku na Facebooku.....</b>	<b>4</b>
<b>6. Přidejte na Svůj Web Tlačítka pro Sdílení.....</b>	<b>5</b>
<b>7. Na Viditelném Místě Webových Stránek Vyzdvihněte svou Konkurenční Výhodu.....</b>	<b>6</b>
<b>8. Na Vhodná Místa Umístěte Výzvy k Akci.....</b>	<b>6</b>
<b>9. Ptejte se Svých Návštěvníků.....</b>	<b>7</b>
<b>10. Budujte si Seznam E-mailových Adres.....</b>	<b>7</b>
<b>11. Budujte Zpětné Odkazy.....</b>	<b>8</b>
<b>12. Vytvořte Informační Produkt Zdarma.....</b>	<b>10</b>
<b>13. Šiřte Informace Různými Způsoby.....</b>	<b>11</b>
<b>Bonus - Propagujte své Webové Stránky i Offline.....</b>	<b>12</b>
<b>Závěrečné slovo.....</b>	<b>12</b>

## 1. Sepište si Seznam Konkurenčních Webových Stránek

Otevřete si vyhledávač a zadejte **předmět vaší činnosti**. Vyzkoušejte jak Google, tak i Seznam, popřípadě i jiný váš oblíbený vyhledávač. Jako základní však doporučuji využít **Google a Seznam**.

Sepište si seznam **konkurenčních webových stránek**. Nemusíte si samozřejmě vypisovat úplně všechny konkurenční stránky. Stačí řekněme 10 - 20 největších konkurentů.

### A k čemu vám budou dobré webové stránky konkurence?

- » Dozvíte se, co vaše konkurence nabízí za produkty, které ve vaší nabídce chybí.
- » Můžete se poučit, pokud vaše konkurence dělá něco lépe, než vy.
- » Zároveň se můžete poučit z chyb, na které si zákazníci vaší konkurence stěžují a kterým se můžete vy v budoucnu vyhnout.

Navíc z mnoha konkurentů se mohou stát partneři. Od konkurence vede jen malý krůček ke spolupráci.

Nevnímejte konkurenci jako uzavřenou černou skříňku, která vás ohrožuje. Pokuste se na svou konkurenci pohlížet jako na studijní materiál. Dívejte se na ní jako na případovou studii, ze které můžete neustále čerpat užitečné informace.

Co je nejdůležitější věc, kterou sdělíte se svými konkurenty?  
**Vaši cíloví zákazníci!**

Vždy, když narazíte na nějakého konkurenta, vnímejte:

- » Jak komunikuje se zákazníky?
- » Kde vytváří kontakt se svými zákazníky?
- » Jak je oslovuje a získává?
- » Co jim nabízí?
- » Jak jim to nabízí?
- » Co se děje po prodeji?



Analyzujte svou konkurenci, poučte se z dobrého, vyvarujte se špatnému.

## 2. Vytvořte si Seznam Webových Stránek, které se Zabývají Vaším Oborem

Stejně, jako když jste hledali webové stránky konkurence, se nyní podívejte po **informativních stránkách**, které se zabývají vaším oborem.

Je velmi nepravděpodobné, že na takové téma nebudou existovat různé **blogy, diskuzní fóra a informativní webové stránky**.

Opět si vytvořte seznam těchto stránek. Vyberte si třeba 5-10 nejnavštěvovanějších webů.

Na těchto stránkách se dozvíte mnoho užitečných informací. Z diskuzí zjistíte, co vaši cíloví zákazníci **potřebují** a (což je ještě důležitější) co **chtějí**. Zároveň zjistíte, co jim na stávající nabídce produktů vadí a s čím mají problémy.

Všechny tyto informace vám mohou velmi pomoci. Můžete se zaměřit na produkty nebo služby, které už na trhu jsou a vaši cíloví zákazníci je používají. U těchto produktů stačí jen **vylepšit to, co zákazníkům vadí**. Můžete k zákazníkům začít třeba jen přistupovat jinak, nebo nabídnout doplňující služby, které vašim zákazníkům u konkurence chybí.

Řešte problémy svých zákazníků na základě informací, které získáte na těchto stránkách...

Je-li zákazník s něčím spokojen, dokáže pochválit. Je-li ale s něčím nespokojen, má potřebu to všude ventilovat. A právě k tomu slouží informativní stránky, blogy a diskuzní fóra. Což je pro vás nedocenitelným zdrojem nápadů a inspirace.

Kromě toho tyto webové stránky, blogy a diskuzní fóra můžete využít ke **zvýšení návštěvnosti** vlastních webových stránek. O tom si ale povíme později v tomto e-booku.

## 3. Udržujte své Webové Stránky Aktuální

**Není nic horšího, než webové stránky, které byly naposledy aktualizovány před rokem...**

I když máte stabilní nabídku produktů, která se mění jen zřídka, **aktualizujte své webové stránky**, doplňujte novinky, pište co se děje.

Pokud někdo navštíví stránky, na kterých se přes rok nic nezměnilo, nebude si jist, jestli firma stále funguje, jestli má vůbec smysl ji navštívit nebo kontaktovat.

Vaše webové stránky musí být **živé**, musí se na nich pořád něco dít.

Když návštěvník uvidí, že se stránky doplňují, mění se nabídka, nebo přibývá nějaký obsah, nebude na pochybách, že stále fungujete.

Pokud máte stabilní nabídku produktů a nevíte, jak své webové stránky oživit inspirujte se na webových stránkách z bodu 1. a 2.

Vaše webové stránky by měly obsahovat něco, co bude návštěvníky nutit se **pravidelně vracet**. Co takhle nějaká pravidelná akce, která bude každý den/týden/měsíc zaměřená na něco jiného? **Bud'te kreativní!**

## 4. Účastněte se Diskuzí na Fórech a Blozích Spojených s Vaším Oborem Činnosti

Mnoho lidí se velmi rádo účastní diskuzí. Na jakékoli téma tedy na internetu vzniká spousta diskuzí a dohadů. Uživatelé si vyměňují informace a zkušenosti. Internet se postupně stává jednou obrovskou sociální sítí - sociální „tlachárnou“.

Na diskuzních fórech i blozích se píšou informační články, recenze produktů i služeb, rady, tipy a doporučení.

Pokud si nevíte s něčím rady, není nic jednoduššího, než napsat dotaz na příslušný web a jeho návštěvníci vám rádi pomohou, často velmi rychle.

Diskuzních fór a blogů můžete využít i vy. A to jako **zdroj návštěvnosti**.

Aby z těchto stránek chodili návštěvníci na ty vaše, je potřeba si nejdříve tyto návštěvníky naklonit. Musíte jim ukázat, že **víte o čem mluvíte** a že **máte zkušenosti**, které se nebojíte sdělit ostatním.

Z počátku je dobré se webových stránek, blogů či fór účastnit tiše. Tedy sledovat novinky, číst články, příspěvky a komentáře a seznámit se s daným prostředím. Až se rozkoukáte a zjistíte, jací jsou návštěvníci daného webu, zapojte se do diskuze.

**Ukažte návštěvníkům, že jim rádi pomůžete. Ukažte, že znáte jejich problémy a hlavně - že znáte řešení.**

Mnoho firem totiž řešení zná, ale neradi jej sdělují zadarmo. **Ukažte, že jste jiní!**

Lidé si vás po poměrně krátké době začnou vážit a začnou vás vnímat jako autoritu. Začnou se zajímat o to, kdo jste. A kde jinde by se o vás dozvěděli, než na vašich webových stránkách?

### Jak se o vás dozví více?

Pokud se jedná o diskuzní fóra, umístěte adresu svých webových stránek do **patičky**. Bude se tedy zobrazovat u každého vámi napsaného příspěvku.

Pokud přispíváte na blozích prostřednictvím komentářů, vyplňte adresu svých webových stránek do příslušného pole. Většina formulářů pro komentáře požaduje jméno, e-mailovou adresu a dobrovolně adresu webových stránek.



### 3 tipy pro efektivnější účast v diskuzích:

1. **Pomáhejte ostatním.** Pokaždé, když píšete nějaký příspěvek, reakci nebo komentář, v první řadě se soustřeďte na ty, kdo jej budou číst. Snažte se sdělit co nejužitečnější informace. Snažte se vyřešit problém dotazovaného. Návštěvníci musí vidět, že jste tam proto, abyste jim pomohli a ne kvůli tomu, abyste si udělali reklamu.

2. **Bud'te osobití.** Ukažte svou osobnost, svůj unikátní přístup. Ukažte, že jste individuálním člověkem, ne jen někým, kdo se schovává za jméno své firmy. Je-li to možné, připojte ke svému profilu svou fotografii. Neschovávejte se, **ukážete se.**

3. **Nepřehánějte to s odkazy.** Odkazy vkládejte do příspěvků pouze v případě, kdy to bez nich nejde. Pokud totiž bude každý váš příspěvek přeplněn odkazy, čtenářům se to nebude líbit a začnou si myslet, že jste tam jen kvůli reklamě. Přestanou se o vás zajímat a začnete jim být protivní. Odkazy tedy používejte jen tehdy, je-li to opravdu vhodné.



### 5. Vytvořte si Stránku na Facebooku

Facebook je jedna z **nejrozšířenějších** a **nejoblíbenějších** sociálních sítí. Kdo není na Facebooku, jako by neexistoval. Mladí i staší uživatelé internetu tráví na Facebooku spoustu času, často každý den. Studie ukazují, že průměrný uživatel internetu stráví na Facebooku **20 minut denně**. 20 minut denně je neskutečně dlouhá doba.

Co z toho vyplývá? Že na Facebooku nesmíte chybět ani VY!

Facebook umožňuje velmi snadno sdílet jakékoli informace, fotky, obrázky, videa a jiná média. Umožňuje vznik hromadných diskuzí, komentářů, vytváření anket a dotazů.

Vytvoření stránky na Facebooku je **snadné a zdarma**. Proč se do toho tedy nepustit?

Stačí jen navštívit domovskou stránku [www.facebook.com](http://www.facebook.com) a pod registračním formulářem kliknout na "Vytvořit stránku". Poté jen následujte jednoduché instrukce.

Kdokoli může na vaší stránce na Facebooku kliknout na "To se mi líbí". Následně se jim bude zobrazovat v odběru všechno, co budete na své stránce sdílet.

Pokud napíšete na svou stránku příspěvek, zobrazí se všem, kteří klikli na "To se mi líbí". Pokud tito uživatelé kliknou na "To se mi líbí" nebo "Sdílet" u příspěvku, zobrazí se to **všem jejich přátelům**. A informace se začne samovolně šířit...

**Nezapomínejte na jedno:**

*Nejlepší reklama je ta, která jako reklama vůbec nevypadá*

Bez pochyb je mnoho vašich potenciálních zákazníků na Facebooku téměř každý den, proč s nimi nenavázat kontakt tímto způsobem?

Vždy však mějte na paměti...

Lidé musí tím, že se přihlásí k odběru vašich příspěvků na Facebooku - kliknou na "To se mi líbí", **něco získat**. Něco, co **potřebují nebo chtějí**. Jen málo lidí vás "lajkne" jen tak.

Pokuste se tedy nabídnout nějaké benefity svým fanouškům na Facebooku. Může se jednat o:

- » slevu na obchodě,
- » lepší servis,
- » přednostní řešení problémů,
- » lepší obchodní podmínky,
- » dárek,
- » informace, které jsou sdělovány pouze na facebooku,
- » možnost účastnit se diskuzí, kde fanouškům dáte užitečné tipy a triky na využívání vašich produktů,
- » a podobně...

Příspěvky, které budete na Facebooku sdílet, by vždy měly obsahovat **přínos pro čtenáře**. Ne jen pro vás (reklama). Pokuste se tedy kromě upozornění na nové produkty či akce také nabídnout něco, co vaše potenciální zákazníci bude **opravdu zajímat**.

## 6. Přidejte na Svůj Web Tlačítka pro Sdílení

Pokud jsou s vámi zákazníci spokojeni, například zakoupili si od vás produkt a nemají s ním problémy, věřte tomu, že nebudou mít problém s tím, aby vás někomu **doporučili**.

Představte si, že diskutujete s přítelem nebo známým. Ten se vám zmíní o svém problému. Vy s tímto problémem máte zkušenosti a vyřešili jste jej pomocí nějakého produktu. Věřím, že se rádi o tomto produktu zmíníte a známému jej doporučíte.

Ovšem nebudete na setkání všem svým známým vykládat, jak je ten produkt úžasný, pokud k tomu nebude důvod.

Co se tím snažím říct?

Jen to, že pokud bude zákazník s vaším produktem **spokojen** a vy mu **maximálně usnadníte** cestu k tomu, aby jej doporučil ostatním, udělá to. Už jen proto, že tím pomůže svým známým vyřešit jejich problém.

**Umístěte na své webové stránky tlačítka pro sdílení na sociálních sítích.** Typy sítí záleží na vás a na tom, kde vaši zákazníci tráví svůj čas. Pro někoho může být primární Facebook, pro jiného Twitter. Nejlepší je však umístit na web ikonky pro sdílení na všech nejrozšířenějších sociálních sítích.

**Umístěte tlačítka, udělejte pro vaše návštěvníky sdílení co nejjednodušší a nebojte se o sdílení požádat.**



## 7. Na Viditelném Místě Webových Stránek Vyzdvihněte svou Konkurenční Výhodu

Návštěvníci by ihned poté, co se dostanou na vaše webové stránky, měli vědět, s kým mají tu čest.

Podívejte se na svou domovskou stránku, vžijte se do role návštěvníka/zákazníka a zodpovězte si následující otázky:

- » Co mi tenhle web nabízí?
- » V čem je tahle firma lepší než jiná?
- » Proč bych měl nakupovat právě tady?
- » Jsou důvěryhodní?

Všechny tyto otázky byste měli svému návštěvníkovi dokázat sdělit **co nejdříve**. Pokud návštěvníka nezaujmete během několika prvních vteřin, s největší pravděpodobností vaše stránky opustí a podvědomě si je zařadí do kolonky “prohlédnuté”. Takže se i snižuje pravděpodobnost, že vás v budoucnu navštíví.

Je potřeba na webové stránky umístit takové představení vašich služeb, které návštěvníkovi dají odpovědi na výše uvedené otázky.

Toto se netýká pouze domovské stránky. Nezapomínejte, že návštěvníci mohou přijít odkudkoli, nikoli jen zadáním adresy vašich webových stránek. Prostřednictvím odkazů z jiných stránek, nebo z vyhledávačů se mohou dostat na jakoukoli podstránku vašeho webu.

Představení vaší firmy a důvod, proč by měl návštěvník na stránkách zůstat, by měly být umístěny tak, aby je návštěvník pochopil, ať už s bude nacházet kdekoli na vašem webu.

## 8. Na Vhodná Místa Umístěte Výzvy k Akci

Výzvy k akci jsou nejen na internetových stránkách velmi důležité. Je to podnět pro návštěvníka, který jej má přimět vykonat nějakou akci. **Akci, která je pro vás žádoucí.**

Jedná se například o výzvy:

- » Přihlašte se hned teď!
- » Sdílejte se svými přáteli...
- » Kupte si nyní...
- » Získejte...
- » a podobně.

Chcete, aby návštěvník na vašich stránkách něco udělal? Požádejte jej o to pomocí takovýchto akčních sloves.

**Akční slovesa jsou efektivnější než stydlivé prosby!**

Akční slovesa je vhodné používat ve spojení s **benefitem**, který návštěvník získá, pokud danou akci vykoná. Například na webových stránkách o hubnutí se hodí výzva akci:

*Kupte si XYZ a zhubněte 5 kg již první týden!*

Kdykoli po návštěvníkovi něco chcete, **řekněte mu to** a také **zdůrazněte, co tím získá**.

Více o efektivním použití textů na webových stránkách se dozvíte v Kompletním Průvodci Copywritingem na webových stránkách [www.propagacenainternetu.cz](http://www.propagacenainternetu.cz).

## 9. Ptejte se Svých Návštěvníků

Umístěte na své webové stránky kontakty, na kterých vás mohou návštěvníci **kontaktovat s jakýmkoli dotazem**.

Je-li to možné, umístěte na svůj web jednoduchý **kontaktní formulář**. Návštěvníkům ušetříte čas při otevírání svého e-mailového klienta a kopírování/přepisování vaší e-mailové adresy.

Kdykoli je to možné, **ptejte se svých návštěvníků**. Na jejich připomínky, názory, dotazy.

Každý e-mail je potenciální inovace, z každého e-mailu se můžete něčemu přiučit či získat podnět k nějakému vylepšení.

Zpětná vazba je velmi důležitá, neopovrhňte žádným e-mailem, ať už je **pozitivní** nebo **negativní**.

Pár tipů, jak zahájit konverzaci s návštěvníkem - na co se zeptat:

- » Jak je spokojený se zakoupeným produktem?
- » Jak se mu líbilo na vaší prodejně?
- » Jak je spokojený s vašimi webovými stránkami?
- » Co mu u vás chybí?
- » S čím je nespokojený?
- » atd...

Ptejte se svých návštěvníků při každé vhodné příležitosti!

## 10. Budujte si Seznam E-mailových Adres

Budování seznamu e-mailových adres je velmi efektivní metodou internetového marketingu a to hned z několika důvodů:

1. **Získáte databázi odběratelů** e-mailů, kteří mají o vaše zprávy zájem. Můžete je kdykoli kontaktovat a sdělit jim jakékoli informace. Může se jednat o novinky v nabídce, akce, slevy a podobně.

2. **Trénujete návštěvníky k vykonávání akcí**. Jakékoli vykonání akce na webových stránkách je pro návštěvníka nepříjemné, i jednoduché zadání e-mailové adresy. Proto je dobré návštěvníky na tyto akce pomalu připravovat. Vše musíte návštěvníkům maximálně usnadnit. Pokud návštěvníka přimějete, aby vám dal svou e-mailovou adresu a on bude spokojen s informacemi, které bude získávat, bude více nakloněný k nějaké náročnější akci - například zakoupení produktu.

3. **Seznam e-mailových adres můžete použít i v budoucnu**.

Pokud se například rozhodnete ukončit svou činnost, můžete své odběratele informovat o novém podnikání, se kterým začínáte. Seznam e-mailových adres vám zůstane napořád.



4. **Neustálý kontakt s návštěvníky.** Pokud se návštěvník přihlásí k odběru vašich e-mailů, můžete s ním rozvíjet kontakt a budovat zákaznické vztahy. Pokud od vás dostane každý den/týden/měsíc e-mail, nezapomene na vás. A když bude potřebovat nějaký produkt, je větší šance, že přijde právě za vámi.

5. **Proces je téměř plně automatizován.** Pokud si vše správně nastavíte, celý tento proces probíhá plně automaticky, vy se o něj nemusíte už téměř vůbec starat.

Vytvořte si plán toho, co budete svým odběratelům posílat, mějte na paměti, že v každém e-mailu musí být **informace, které zajímají vašeho odběratele.**

Pokud budou všechny vaše e-maily pouhá reklamní sdělení, lidé se začnou odhlašovat a váš e-mailový marketing bude **neefektivní.**

Zkuste například vytvořit posloupnost e-mailů s různými tipy z vašeho odvětví. Informace, které vašim potenciálním zákazníkům objasní situaci, usnadní výběr produktu, nebo vyřeší časté problémy.

Přímá komunikace se zákazníkem prostřednictvím e-mailu je velmi efektivní a velmi dobře zacílená. Když vám někdo dá svou adresu, má o vaše informace zájem. Když má někdo o vaše informace zájem, otevírá e-maily a čte, co mu posíláte.

Nezapomeňte - e-mail musí vždy obsahovat něco, co bude jeho čtenáře opravdu zajímat.

Současně si tímto způsobem budete s odběrateli vztah a vytváříte si u nich **autoritu a důvěru.** Pokud si vás lidé budou vážit, dojde-li na zakoupení produktu, nakoupí raději u vás než u konkurence.

### **Pro implementaci e-mailového marketingu stačí:**

- » Připravit si plán, co budete odběratelům posílat
- » zvolit si vyhovujícího poskytovatele e-mailové služby
- » vložit kód na zvolené místo svých webových stránek
- » spustit e-mailovou kampaň
- » sledovat statistiky

Pro více informací ohledně e-mail marketingu navštivte [Kompletního Průvodce E-mail Marketingem](#) na webových stránkách [www.propagacenainternetu.cz](http://www.propagacenainternetu.cz).

## **11. Budujte Zpětné Odkazy**

Zpětné odkazy jsou pro vaše stránky velmi důležité. Vyhledávače jim přiřkládají velkou váhu. Pokud se tedy chcete zobrazovat co nejvýše mezi výsledky vyhledávání, **budujte zpětné odkazy.**

Zpětné odkazy vypovídají o kvalitě vašich webových stránek (z pohledu vyhledávačů). Čím více jiných stránek na vás odkazuje a čím jsou tyto stránky kvalitnější, navštěvovanější a oblíbenější u vyhledávačů, tím vás vyhledávače vnímají jako žádané a tudíž kvalitní - budou vás tedy umísťovat na **vyšších pozicích** mezi výsledky vyhledávání.

To samozřejmě není jediným důvodem. A nemělo by to být ani hlavním důvodem budování zpětných odkazů. **Hlavním důvodem by mělo být upoutání pozornosti návštěvníků** a to, aby na odkaz klikli a **navštívili vaše webové stránky**.

Proto mají nezdárka vysokou hodnotu i takové odkazy, které obsahují „rel=“nofollow“ a vyhledávače je tedy nevnímají.

Chcete-li dosáhnout efektivní tvorby zpětných odkazů („linkbuildingu“), snažte se dostat odkazy na taková místa, kam chodí vaši potenciální zákazníci. Tak, aby tito návštěvníci **přicházeli na vaše webové stránky**.

Zpětné odkazy můžete budovat mnoha způsoby, uveďme si pár příkladů:

- » on-line katalogy,
- » pr články,
- » placená reklama,
- » psaní článků na jiné webové stránky,
- » účast v diskuzích,
- » sociální sítě,
- » výměna odkazů s obchodními partnery,
- » odkazy v patičkách e-mailů,
- » atd...



Je také důležité, aby dané webové stránky byly spojené s vaším oborem činnosti. Nejlepší zpětné odkazy pocházejí z kvalitních webových stránek příbuzného tématu.

Na kvalitu zpětného odkazu mají vliv zejména tyto faktory:

- » Hodnocení webových stránek, které na vás odkazují, z pohledu vyhledávačů.
- » Relevance webových stránek - zpětný odkaz z webu autobazaru odkazující na web o těhotenství nebude mít valnou hodnotu.
- » Anchor text - text odkazu, prostřednictvím kterého je na vaše stránky odkazováno.
- » Titulek odkazu - atribut title u odkazu vedoucího na vaše webové stránky.
- » Atribut *rel=“follow“* - odkaz může obsahovat atribut *“rel“* s hodnotou *“follow“* nebo *“nofollow“*. Pokud váš zpětný odkaz obsahuje *rel=“nofollow“*, pak tento odkaz sice bude funkční, ale vyhledávače jej nebudou vůbec brát na vědomí.

Budování zpětných odkazů je **dlouhodobá záležitost** a měla by být začleněna do běžné pracovní činnosti.

Více se o budování zpětných odkazů dozvíte v Kompletním Průvodci Tvorbou Zpětných Odkazů na webových stránkách [www.propagacenainternetu.cz](http://www.propagacenainternetu.cz)

**Zpětných odkazů a návštěvníků není nikdy dost ;)**

## 12. Vytvořte Informační Produkt Zdarma

Co lidé na internetu hledají nejvíce? **Informace!**

Kdo jiný má nejvíce informací ohledně vašeho oboru činnosti než právě vy?

Vytvořte pro návštěvníky informační produkt a ten jim nabídněte **zdarma**.

Můžete například vytvořit krátkou elektronickou publikaci, na které není nic složitého.

Úkolem informačního produktu je:

1. Zvýšit povědomí o vaší firmě
2. Budovat autoritu a důvěru
3. Zvýšit návštěvnost na vašich stránkách
4. Zvýšit počet lidí přihlášených k odběru e-mailů - budování seznamu e-mailových adres, a jiné konverze.

Na vytvoření informačního produktu není nic těžkého, čtenářům jde především o informace.

Můžete tedy začít takový produkt tvořit klidně v Microsoft Wordu a následně jej jen exportovat do pdf. Pokud však bude publikaci doprovázet i líbivý design, je to samozřejmě lepší.

Důležité je, aby byl tento informační produkt napsán s **ohledem na čtenáře**. Myslete na to, jakým jazykem váš čtenář mluví, aby všemu perfektně rozuměl.

Proč neumístit tyto informace jen na webové stránky?

Pokud vytvoříte informační produkt jako samostatný soubor, budete jej moci umístit na různé webové stránky ke stažení. Tím dosáhnete mnohem širšího dosahu.

Pokud umístíte produkt pouze na své webové stránky, budete limitováni svou návštěvností.

Pokud se rozhodnete vytvořit informační produkt, zaměřte se na problémy/touhy svých čtenářů/potenciálních zákazníků.

Abyste dosáhli úspěchu, je potřeba aby informační produkt buď:

- » **Vyřešil problém** vašich potenciálních zákazníků. Můžete například vytvořit nějaký návod, ve kterém krok za krokem provedete čtenáře řešením nějaké nepříjemné situace.
- » **Nebo uspokojit nějakou touhu**. Pokud po něčem vaši čtenáři touží, ukažte jim, jak toho dosáhnout.

Informační produkt musí obsahovat **hodnotné informace**. Čtenář musí být po přečtení obohacen, musí být schopen vyřešit svůj problém, nebo mít dostatek informací ohledně dané problematiky. Informační produkt musí čtenáři pomoci.

Pokud vytvoříte opravdu kvalitní informační produkt a nabídnete jej na internetu zdarma, bude se šířit virálním způsobem (samovolně), lidé si jej budou přeposílat a odkazovat na něj. Tato forma reklamy je jednou z nejefektivnějších vůbec.

### 13. Šířte Informace Různými Způsoby

Někdo rád čte, jiný raději poslouchá a jiní nejradši sledují video.

Máte-li pro návštěvníky k dispozici nějaké užitečné informace, vytvořte je ve **více variantách**. Napište na své webové stránky **článek**. Následně vytvořte **audio podobu** tohoto článku a pokud můžete, vytvořte i **video**.

Někteří lidé neradi čtou a raději si danou informaci poslechnou v audio podobě - například v autě při cestě do práce. Nebo při sportování. A nebo prostě jen nechtějí číst.

Jiní zase mnohem lépe vstřebávají informace, pokud jsou doprovázeny prezentací. Nikdy nevíte, o jaké návštěvníky/zákazníky přicházíte tím, že jim vnucujete pouze textovou formu informací.

Kromě toho, více formátů vám umožňuje propagovat samy sebe na různých místech. Pokud vytvoříte audio podobu, můžete tyto soubory nahrát na mnoho různých webových stránek, které podporují sdílení souborů ve formátu mp3. Nebo můžete tyto audio soubory umístit do iTunes jako *podcast*. Kdokoli má dnes iPhone, bude mít okamžitý a snadný přístup k vašim informacím.



Video můžete zase nahrát na YouTube, které má obrovské množství návštěvníků. Lidé na YouTube dnes a denně hledají videa nejen pro zábavu, ale také vzdělávací a poučné.

Pokud začnete šířit informace naskrz různými médii, všimnou si vás lidé, kteří by se jinak o vaší existenci vůbec nemuseli dozvědět.

Pokud máte obavy ze svého hlasu nebo nejste zruční při práci s videem, nezačínajte.

Co se týče audio formátu, můžete všechny informace napsat v textové podobě a nechat **někoho jiného** (nebo profesionála), aby to namluvil místo vás.

V případě videa se nemusí jednat o žádný profesionální film, stačí i prezentace na počítači s hodnotným komentářem.

Ve chvíli, kdy se všechny díly skládky poskládají dohromady, uvidíte, že se vám opravdu vyplatí využít nejrůznější formy prezentace vašich informací.

**Nebojte se experimentovat...**

## **Bonus - Propagujte své Webové Stránky i Offline**

Mnoho kvalitních kontaktů můžete získat mimo internet. Proto jako bonusový tip pro zvýšení návštěvnosti přidávám **propagaci offline**.

Adresu svých webových stránek uvádějte **na všech svých tištěných materiálech, na vizitkách i letácích**.

**Účastněte se akcí**, které jsou spojené s vaším oborem činnosti. Může se jednat například o výstavy, semináře, školení.

Kdykoli se účastníte nějaké vzdělávací akce, většina účastníků je na vaši úrovni.

Nikdy nevíte s kým můžete navázat kontakt a spolupráci, kdo se může stát vaším partnerem a poslat vám ze svých webových stránek spoustu návštěvníků.

Bavte se s přáteli, dejte jim své vizitky ať se baví i se svými dalšími přáteli, **širte informaci o tom, co nabízíte**. Nejlepší reklama je reklama doporučená. A slovo kamaráda je vždy víc než 10 billboardů.

Přestože se internet rozšiřuje a stále víc lidí na něm tráví víc a víc času, nepodceňujte sílu osobního setkání. Mějte vizitky stále při sobě a nebojte se začít komunikaci s novými lidmi.

## **Závěrečné Slovo**

Pomocí tipů uvedených v této krátké elektronické publikaci - ebooku budete téměř okamžitě schopni **zvýšit návštěvnosti svých webových stránek**.

Ne každý tip je vhodný pro každý business a každé odvětví. Pokud například vlastníte pekárnu, nebude nejvhodnější využívat a platit za e-mail marketing. Přesto si zde každé podnikání a jakékoli odvětví najde to své.

Neodsuzujte však jednotlivé tipy proto, že jejich vykonání je mimo vaši „pohodlnou zónu“.

Pokud je možné vytvořit vhodný informační produkt - zapracujte na něm. I když to není vaše silná stránka ani koníček a je to práce třeba na 20 hodin. Pokud bude informační produkt přínosem, uvidíte, že budete odměněni zvýšenou návštěvností a větším počtem zákazníků.

Dnešní doba je o **přizpůsobování a inovacích**. A většina činností, které jsou pro vás mnohdy nové, může přinést kýžené ovoce.

Nebojte se zkoušet nové věci, nebojte se dělat něco, v čem se necítíte 100% jistě. Nebojte se experimentovat.

***Nejdůležitější není vědět a umět všechno.***

***Nejdůležitější není studovat až do zbláznění.***

***Nejdůležitější... je totiž začít!***