

RAPORT KONDYCJI POLSKICH STRON WWW

OPRACOWANY PRZEZ FIRMĘ POZYCJONERSKĄ ADSEO.PL

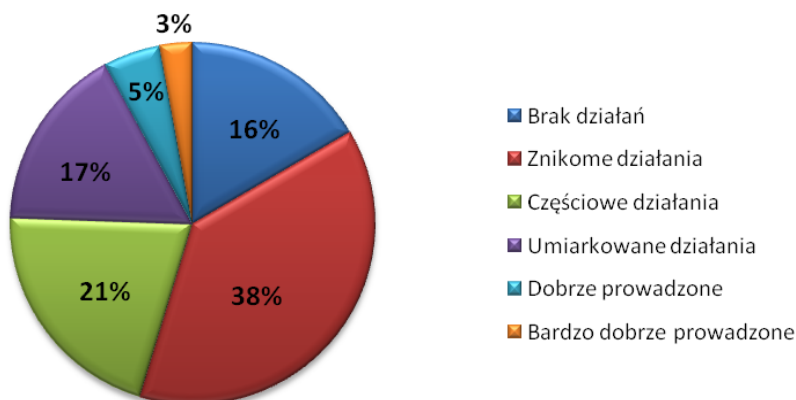
Od 26 listopada do 10 grudnia 2009 roku Adseo, marka pozycjonerska Grupy Adweb zachęcała właścicieli witryn do wzięcia udziału w akcji „Drzwi otwarte w AdSeo”, której celem była analiza i ocena kondycji polskich stron www. Oceniana była optymalizacja witryn, przygotowanie ich przez twórców do pozycjonowania w wyszukiwarce Google jak również zawartość witryn – wszystko w kontekście skutecznych działań pozycjonerskich. Audytowi poddane zostały zarówno strony firmowe jak również prywatne witryny użytkowników sieci. „Ilość zgłoszonych stron była zdumiewająco wysoka, dzięki czemu mieliśmy szansę na przeanalizowanie i porównanie wyników, które posłużyły nam w stworzeniu poniższego raportu”- stwierdza Anna Sikorska SEO Director Adseo.pl. „ Cieszy nas to, że tak wiele firm zainteresowała kondycja ich stron WWW”- dodaje.

OCENA DZIAŁAŃ POZYCJONERSKICH

Z przeprowadzonych audytów wynika, że dla **aż 17% stron internetowych nie są przeprowadzane żadne działania pozycjonerskie**. Do tego dochodzi kolejne 38% witryn, dla których działania te prowadzone są w stopniu zaledwie znikomym. Oznacza to, że z przebadanych przez Adseo stron www ponad połowa jest nieustannie zaniedbywana. Właściciele, po stworzeniu serwisów, przestają się nimi interesować, zapominając o tym, że w dzisiejszych czasach sama obecność w Internecie już nie wystarczy. „To, że tak wiele stron jest zaniedbanych nie jest dobrą wiadomością. Strony WWW to podstawowa forma reklamy w Internecie dlatego serwis zaniedbany to lekceważenie użytkowników - potencjalnych klientów”- podsumowuje Sikorska

Na drugim biegunie wyników sytuacja również nie przedstawia się najlepiej. W rankingu, niestety żadnemu z serwisów nie udało się zdobyć kompletu punktów, czyli złotej dziesiątki. Pomimo to, **działania pozycjonerskie dla 5% serwisów zostały ocenione jako prowadzone dobrze**, a dla 3% - bardzo dobrze. Kolejne 38% składa się ze stron, na których można dostrzec częściowe (21%) i umiarkowane (17%) działania zwiększające widoczność w sieci. **Niewątpliwie jest to oznaką, stopniowego doceniania pozycjonowania oraz dostrzegania płynących z tego korzyści.**

Ocena działań pozycjonerskich



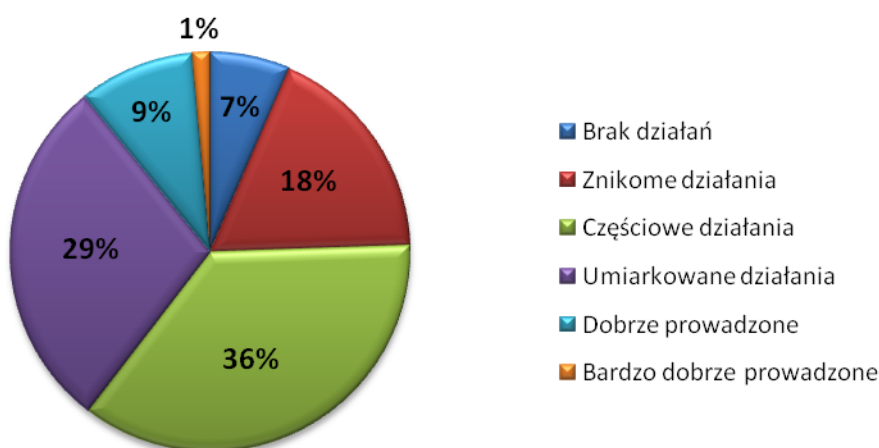
OCENA OPTIMALIZACJI SERWISÓW

Ocenię poddano także optymalizację serwisów. Pod uwagę zostało wziętych kilka czynników m.in. URL, meta tagi, linkowanie wewnętrzne, sitemap, użyta technologia itp.

W tej kategorii największa liczba serwisów została zakwalifikowana do optymalizacji przeprowadzonej w sposób częściowy oraz umiarkowany; odnosi się to do 64% przebadanych przypadków.

Optymalizacja, jako praca nad przygotowaniem witryny do poprawnego indeksowania w wyszukiwarce Google (a co za tym idzie – wyższych pozycji), jest działaniem, które powinno rozpoczynać pracę nad stroną, na etapie projektowania. Problemem jest jednak niezwracanie uwagi na ten aspekt realizowania witryny firmowej lub też niepełną wiedzę twórców – co powoduje niższe pozycje w wyszukiwarkach. Projektanci/freelancerzy lub niewielkie agencje interaktywne, nie posiadając wiedzy równej specjalistycznym firmom pozycjonerskim, skupiają się na walorach estetycznych, pomijając konsekwencję stosowanych rozwiązań dla pozycjonowania. Należy zwrócić uwagę, że ciągle nie brakuje serwisów tworzonych za pomocą archaicznych technik, które jedynie psują dobry wizerunek przedsiębiorstwa. Z tego typu praktykami można się było spotkać aż w 1/4 przypadków. Trzeba zaznaczyć, że w tej kategorii żadna z witryn nie została zoptymalizowana w sposób bezbłędny. Pomimo to, **działania optymalizacyjne przeprowadzone w sposób dobry oraz bardzo dobry to prawie 11% wszystkich poddanych ocenie serwisów.** „Wynik ten jest lepszy w porównaniu z oceną pozycjonowania. Jednak nie jest to pocieszające, że nadal, mimo tak szerokiej akcji edukacyjnej w Internecie, prowadzonej przez praktyków branży SEO spotykamy tak wiele uchybień i podstawowych błędów w budowie stron WWW ” – konstatuje Marcin Majcher z zespołu Adseo.pl.” **11% poprawnie zoptymalizowanych strona w analizowanej grupie to bardzo mało.** Warto poświęcić optymalizacji więcej czasu i dużo więcej uwagi, niż to się dzieje obecnie. ”- dodaje Majcher.

Ocena optymalizacji serwisu

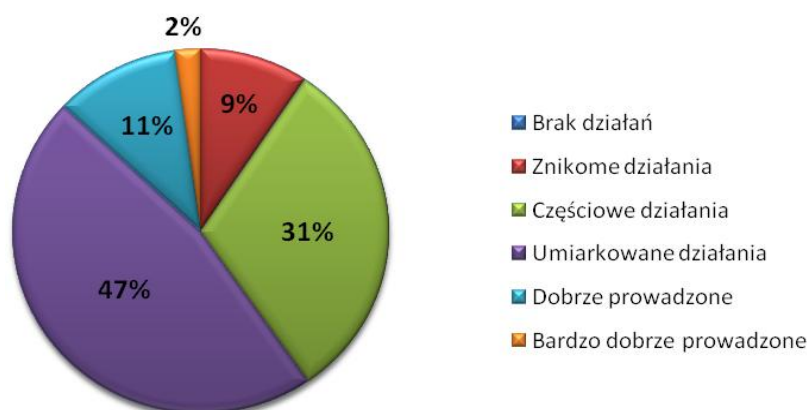


- Brak działań
- Znikome działania
- Częściowe działania
- Umiarkowane działania
- Dobrze prowadzone
- Bardzo dobrze prowadzone

OCENA FUNKCJONALNOŚCI SERWISU

Ostatnim elementem, który został poddany ocenie przez specjalistów Adseo jest funkcjonalność serwisu. **W tym punkcie pod uwagę bardziej brano była, między innymi, estetyka samej strony oraz łatwość poruszania się po niej.** Innymi słowy elementy usability, zdobywającego w dzisiejszym marketingu znaczenie na równi z pracami copywriterskimi, czy promocyjnymi nad witryną firmową. W tym przypadku, żadna ze stron nie uzyskała wartości skrajnych – wysokich, czy niskich. Stron internetowych, które zdawały się istnieć same dla siebie, nie biorąc pod uwagę preferencji internautów było nieco ponad 9%. Natomiast **najczęściej, bo w aż 78% przypadków można było się spotkać ze stronami, o częściowej 31% bądź umiarkowanej 47% funkcjonalności realizowanej zgodnie z zasadami usability.** Ponad średnią wybiło się prawie 13% serwisów, których funkcjonalność została oceniona jako co najmniej dobra.

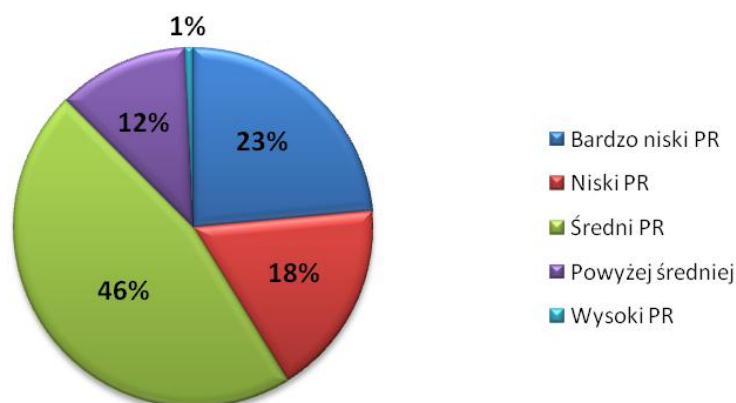
Ocena funkcjonalności serwisu



JAKĄ OCENĘ WYSTAWIA SERWISOM WYSZUKIWARKA?

Średni Page Rank (PR) wynosi 3,3 i w tym też przedziale znalazło się najwięcej bo 45% stron internetowych. Drugą w kolejności oceną na jaką wg Google zasłużyły serwisy był PR 0 oraz 1, w tym przedziale znalazło się 23% stron internetowych. Page Rank o wartości 2 uzyskało 17% serwisów, natomiast powyżej średniej uplasowało się jedynie 11%. Google niechętnie rozdaje wysokie noty, z tego względu tylko niecały 1% stron www uzyskało wysoki bo w przedziale 7-8 PR. **Niestety żaden z poddanych naszej ocenie serwisów nie uzyskał od Google noty wyższej niż PR 8.**

Statystyki Page Rank



PODSUMOWANIE:

Badanie realizowane jako ostatni akord kampanii edukacyjnej marki pozycjonerskiej Adseo dowiodło, że kondycja polskich witryn firmowych w analizowanej grupie jest średnia. Z przeprowadzonych audytów wynika, że serwisy bardzo często nie były tworzone z myślą o późniejszej promocji w wyszukiwarce. Bardzo wiele stron nie było aktualizowanych od wielu lat, nie było przerabianych i dostosowywanych do obecnie obowiązujących standardów. „ Około 6 % ze wszystkich stron nadaje się do całkowitego odświeżenia, a dwa razy tyle do aktualizacji. Właściciele witryn nie zdają sobie najwyraźniej sprawy z tego, że zła strona internetowa działa na szkodę wizerunku firmy:- zwraca uwagę Anna Sikorska.” To tak jakby mieć sklep z brudnymi oknami wystawowymi lub firmę w obdrapanym, zniszczonym budynku . Czy klient zaufa takiemu sklepowi czy firmie?” – podsumowuje specjalista Adseo.

Raport został opublikowany na witrynie firmy Adseo oraz w portalu www.adnews.pl jako podsumowanie kilkumiesięcznej pracy specjalistów. Zwraca uwagę zwłaszcza na wiele błędów, jakie zawierają witryny firmowe oraz podkreśla, że pozycjonowanie i optymalizacja stron www powinna być traktowana przez ich właścicieli na równi z innymi działaniami wizerunkowymi, marketingowymi i komunikacyjnymi. Adseo zapowiada kolejne badania i porównanie zmian, jakie zachodzą w polskim Internecie na przestrzeni lat.

Adseo.pl – to marka Grupy Adweb zajmująca się pozycjonowaniem oraz reklamą w wyszukiwarkach. Firma skupia się na integracji narzędzi marketingu wyszukiwarkowego, wpływając na pozycję oraz wizerunek firm w największych wyszukiwarkach.