



Τμήμα Μηχανικών
Πληροφορικής ΑΤΕΙΘ

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Πρώθηση ιστοσελίδας ακινήτου στο νομό Πιερίας (Internet Marketing) μέσω τεχνολογιών SEM και SEO

Του φοιτητή

Παντελίδη Βασιλείου

Αρ. Μητρώου: 08/3424

Επιβλέπων καθηγητής

Κέρστιν Σιάκα

Θεσσαλονίκη 2015

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση του τρόπου προώθησης μιας ιστοσελίδας, που έχει περιεχόμενο ακίνητα προς πώληση στη Μεθώνη της Περίας, με τη βοήθεια των τεχνολογιών SEO και SEM. Θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία και οι πρακτικές που ακολουθήθηκαν καθώς επίσης και οι λόγοι για τους οποίους έλαβαν χώρα διάφορες ενέργειες. Θα γίνει γενική παρουσίαση των τεχνολογιών και θα γίνονται ειδικές επισημάνσεις στα σημεία όπου έγινε η εφαρμογή τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ραγδαία αύξηση χρήσης του διαδικτύου την τελευταία δεκαετία οδήγησε τις επιχειρήσεις στην στροφή προς αυτό για την παρουσίαση, προώθηση ή ενδεχομένως ηλεκτρονική πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Το διαδίκτυο χρησιμοποιείται καθημερινά από εκατομύρια ανθρώπων και έχει γίνει το κυριάρχο μέσο άντλησης και παραχώρησης πληροφοριών. Οι χρήστες χρησιμοποιούν τις μηχανές αναζήτησης για την εύρεση πληροφοριών από όπου κι αν βρίσκονται, διότι πλέον ένα σημαντικό μέρος των αναζητήσεων που γίνεται καθημερινά πραγματοποιείται από κινητές συσκευές.

Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι η παρουσία των ιστοσελίδων στις πρώτες σελίδες των αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης δίνει ξεκάθαρο πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, θα χρησιμοποιήσουμε τις τεχνολογίες SEO (Search Engine Optimization) και SEM (Search Engine Marketing), για την βελτίωση της κατάταξης στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης, του Methoni Apartments, μιας ιστοσελίδας παρουσίασης ακινήτων προς πώληση, στην Μεθώνη της Περίας.

ABSTRACT

The rapid increase of internet usage in the latest decade, led the businesses online in order to present, promote or possibly sell online their products and services. The Web is used daily by lots of millions of people and became the predominant channel of information concession and pumping. The users use the search engines in order to find information wherever they are, because nowadays, a high proportion of searches are being performed via mobile phones or tablets.

As a result of the facts above, we conclude that the presence of the websites on the first pages of search engine result pages gives the businesses a clear marketing boost.

In this thesis, we are going to use SEO (Search Engine Optimization) and SEM (Search Engine Marketing) technology in order to improve Methoni Apartments' (Website that presents apartments for sale in Methoni Pierias) rating in the search engine result pages.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Μηχανικών Πληροφορικής, της σχολής Τεχνολογικών Εφαρμογών, του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης, υπό την επίβλεψη της Κ. Κέρστιν Σιάκα, καθηγήτριας του τμήματος. Ιδιαίτερες ευχαριστίες απευθύνονται στην επιβλέποντα καθηγήτρια για την καθοδήγηση της και για τη βοήθεια που μου παρείχε όπου αυτή ζητήθηκε. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους πολιτικούς μηχανικούς Πασχάλη Σιάκα και Δημήτρη Σιάκα για την παροχή του ηλεκτρονικού υλικού.

Κατάλογος περιεχομένων

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	10
Παρουσίαση τεχνολογιών SEO και SEM	10
1.1 SEO.....	11
1.2 SEM.....	12
1.3 Διαφορά SEO και SEM.....	13
1.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	14
Παρουσίαση τεχνολογιών ανάπτυξης ιστοσελίδας.....	14
2.1 HTML.....	14
2.2 CSS.....	15
2.3 Javascript.....	17
2.4 PHP.....	20
2.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	22
Metadata.....	22
3.1 Meta Description.....	22
3.1.1 Meta Description, SEO και CTR:.....	23
3.2 Meta Keywords.....	24

Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Παντελίδη Βασιλείου

3.3 Title.....	25
3.4 Robots.txt.....	28
3.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	29
Άλλα στοιχεία του HEAD.....	29
4.1 Favicon.....	29
4.2 Canonical URL Tag.....	30
4.3 Print CSS.....	31
4.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	33
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.....	33
5.1 Ποιοτικό και συσχετιζόμενο περιεχόμενο.....	35
5.1.1 Το καλό περιεχόμενο ικανοποιεί μια ζήτηση.....	35
5.1.2 Το καλό περιεχόμενο είναι συσχετιζόμενο (linkable).....	35
5.2 Εικόνες και alt text.....	36
5.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	37
SEO ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ.....	37
6.1 Τι ισχύει για το “Mobile Friendliness”	37
6.2 Η Google για την φιλικότητα προς κινητές συσκευές.....	38
6.3 Methoni Apartments & Mobile Friendliness.....	38
6.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	45
PAGESPEED.....	45
7.1 Συμπίεση των εικόνων.....	45

Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Παντελίδη Βασιλείου

7.2 Συρρίκνωση των Javascript και CSS αρχείων.....	47
7.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8.....	49
Παράγοντες επηρεασμού του SEO εκτός σελίδας (Off-Page).....	49
8.1 Ηλικία του domain.....	49
8.2 Backlinks.....	50
8.2.1 Black Hat και White Hat τεχνικές backlinks.....	50
8.3 Δραστηριότητα στα Social Media.....	52
8.3.1 Φήμη στα Social Media (Social Reputation).....	52
8.3.2 Πλήθος shares στα Social Media (Social Shares).....	53
8.4 Methoni Apartments & Social Media.....	53
8.4.1 Σελίδα Facebook.....	53
8.4.2 Λογαριασμός Twitter.....	55
8.4.3 Σελίδα Google+.....	56
8.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9.....	58
SEO Tools.....	58
9.1 Εργαλείο SEO ανάλυσης - seositecheckup.com.....	58
9.2 Google Webmaster Tools.....	59
9.3 Google PageSpeed Insights.....	61
9.4 XML Sitemap Generator.....	62
9.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10.....	67
SEM & Methoni Apartments.....	67
10.1 Google Adwords & Methoni Apartments	67

10.2 Facebook Paid Posts & Methoni Apartments.....	69
10.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	71
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	72

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση των τεχνολογιών SEM (Search Engine Marketing) και SEO (Search Engine Optimization), καθώς επίσης και ο τρόπος χρήσης τους για την προώθηση μιας ιστοσελίδας (Methoni Apartments) στην οποία παρουσιάζονται ακίνητα προς πώληση στη Μεθώνη της Πιερίας.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα γνωρίσουμε τις δύο αυτές τεχνολογίες και τη χρησιμότητα τους στις μέρες μας. Στη συνέχεια θα μάθουμε για τα μεταδεδομένα που μας δίνουν πληροφορίες για τα δεδομένα του εγγράφου/σελίδας μας. Εκτός από τα μεταδεδομένα θα εξετάσουμε και άλλα σημαντικά στοιχεία του HEAD μέρους ενός HTML εγγράφου. Έπειτα θα μιλήσουμε για τον “βασιλιά” του Search Engine Optimization, το περιεχόμενο και θα δούμε πόσο σημαντική είναι η φιλικότητα του ιστότοπου μας για πρόσβαση από κινητές συσκευές και σε ικανοποιητική ταχύτητα. Θα εξετάσουμε επίσης τους off page SEO παράγοντες μιας σελίδας και πως θα επηρεάσουν το Methoni Apartments. Τέλος, θα δούμε κάποια πολύ ισχυρά SEO Tools και θα χρησιμοποιήσουμε το Google Adwords για το Search Engine Marketing κομμάτι του Methoni Apartments.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Παρουσίαση τεχνολογιών SEO και SEM

Με την αύξηση των χρηστών που περιηγούνται καθημερινά στο διαδίκτυο, έγινε επιτακτική η ανάγκη προβολής των επιχειρήσεων στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης. Το SEO και το SEM, όπως θα δούμε στις παρακάτω υποενότητες, παίζουν ξεχωριστό ρόλο στην επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος σε αυτόν τον τομέα.



Εικόνα 1: SEO & SEM

1.1 SEO

SEO (Search Engine Optimization - Βελτιστοποίηση για μηχανές αναζήτησης) ονομάζουμε τη διαδικασία με την οποία επηρεάζεται η προβολή μιας ιστοσελίδας στα οργανικά (μη πληρωμένα) αποτελέσματα αναζήτησης. Γενικώς, η υψηλότερη κατάταξη και η μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης στα αποτελέσματα αναζήτησης οδηγούν σε μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Το SEO μπορεί να περιλαμβάνει διάφορους τύπους αναζήτησης όπως αναζήτηση εικόνας, αναζήτηση τοποθεσίας, αναζήτηση βίντεο, ακαδημαϊκή αναζήτηση, αναζήτηση ειδήσεων και άλλα.

Ως μια στρατηγική διαδικτυακής προώθησης, το SEO λαμβάνει υπόψιν πως λειτουργούν οι μηχανές αναζήτησης, τι αναζητούν οι άνθρωποι, τους ακριβείς όρους ή λέξεις κλειδιά που πληκτρολογούνται στα πεδία αναζήτησης και ποιες μηχανές αναζήτησης προτιμώνται από το κοινό.

Η βελτιστοποίηση μιας ιστοσελίδας μπορεί να περιλαμβάνει την επεξεργασία του περιεχομένου της και την επεξεργασία του κώδικα ώστε να αυξηθεί η προβολή σε συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά. Η διαφήμιση μιας σελίδας ώστε να αυξηθεί ο αριθμός των backlinks (σύνδεσμοι που βρίσκονται σε άλλες σελίδες και οδηγούν σε αυτήν) είναι άλλη μία τακτική SEO.



Εικόνα 2: Search Engine Optimization

1.2 SEM

Το SEM (Search Engine Marketing - Προωθητικές ενέργειες για τις μηχανές αναζήτησης) είναι ένα είδος διαδικτυακών προωθητικών ενεργειών που περιλαμβάνουν την προώθηση ιστοσελίδων αυξάνοντας την προβολή τους στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης μέσω βελτιστοποίησης και διαφήμισης.

Το SEM μπορεί να χρησιμοποιεί τεχνολογία SEO, αλλά και να χρησιμοποιεί τεχνικές πληρωμένης προβολής ώστε να αυξηθεί η προβολή και ως επακόλουθο αυτής η επισκεψιμότητα. Ένα παράδειγμα τέτοιας τεχνικής είναι το PPC (Pay Per Click) όπου ο χρήστης πληρώνει ένα ποσό για το κάθε κλικ που γίνεται σε υπερσύνδεσμο που οδηγεί στην ιστοσελίδα του. Το πιο γνωστό δίκτυο αυτής της κατηγορίας είναι το Adwords της Google.



Εικόνα 3: Search Engine Marketing

1.3 Διαφορά SEO και SEM

Το SEM είναι ένας ευρύτερος όρος από το SEO. Εκεί που το SEO στοχεύει στο να παρέχει καλύτερα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης, το SEM χρησιμοποιεί τις μηχανές αναζήτησης για να διαφημίσει τα Website ή τις επιχειρήσεις σε καταναλωτές του Internet και να στείλουν ένα περισσότερα στοχευμένο κοινό στην ιστοσελίδα.

Για παράδειγμα, όταν οι χρήστες χρησιμοποιούν ως πρόταση αναζήτησης "τσάντες χειρός", τα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης είναι εκείνα στα οποία το SEO βοήθησε ώστε το site να γίνει περισσότερο ορατό. Οι πληρωμένες διαφημίσεις ή τα χορηγούμενα link που εμφανίζονται από επάνω ή πλάγια στα οργανικά αποτελέσματα είναι προϊόν του SEM.

Το SEO και το SEM δεν είναι ανταγωνιζόμενες υπηρεσίες. Το SEO είναι υποσύνολο των υπηρεσιών SEM. Αν θέλεις να διευθύνεις σωστά μια επιχείρηση στο Internet θα πρέπει να είσαι ορατός και στα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης αλλά και στα χορηγούμενα.

1.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Έχοντας κατανοήσει την σημαντικότητα του SEO και του SEM και τις βασικές αρχές τους, θα προχωρήσουμε τη μελέτη μας σε πιο τεχνικά ζητήματα και συγκεκριμένα τα μεταδεδομένα του head ενός HTML εγγράφου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Παρουσίαση τεχνολογιών ανάπτυξης ιστοσελίδας

Για την ανάπτυξη της ιστοσελίδας του Methoni Apartments χρησιμοποιήθηκαν Web τεχνολογίες όπως η γλώσσα σήμανσης HTML, η γλώσσα φύλλων στυλ CSS, η διερμηνευμένη γλώσσα προγραμματισμού Javascript, καθώς επίσης και η ευρέως διαδεδομένη βιβλιοθήκη της jQuery, και η server side γλώσσα προγραμματισμού PHP. Παρακάτω θα εξετάσουμε τις προαναφερθείσες γλώσσες.

2.1 HTML

Η HTML (ακρωνύμιο του αγγλικού HyperText Markup Language, ελλ. Γλώσσα Σήμανσης Υπερκειμένου) είναι η κύρια γλώσσα σήμανσης για τις ιστοσελίδες, και τα στοιχεία της είναι τα βασικά δομικά στοιχεία των ιστοσελίδων.

Η HTML γράφεται υπό μορφή στοιχείων HTML τα οποία αποτελούνται από ετικέτες (tags), οι οποίες περικλείονται μέσα σε σύμβολα «μεγαλύτερο από» και «μικρότερο από» (για παράδειγμα `<html>`), μέσα στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Οι ετικέτες HTML συνήθως λειτουργούν ανά ζεύγη (για παράδειγμα `<h1>` και `</h1>`), με την πρώτη να ονομάζεται ετικέτα έναρξης και τη δεύτερη ετικέτα λήξης (ή σε άλλες περιπτώσεις ετικέτα ανοίγματος και ετικέτα κλεισίματος αντίστοιχα). Ανάμεσα στις ετικέτες, οι σχεδιαστές ιστοσελίδων μπορούν να τοποθετήσουν κείμενο, πίνακες, εικόνες κλπ.

Ο σκοπός ενός web browser είναι να διαβάσει τα έγγραφα HTML και τα συνθέσει σε σελίδες που μπορεί κανείς να διαβάσει ή να ακούσει. Ο browser δεν εμφανίζει τις ετικέτες HTML, αλλά τις χρησιμοποιεί για να ερμηνεύσει το περιεχόμενο της σελίδας.

Τα στοιχεία της HTML χρησιμοποιούνται για να κτίσουν όλους του ιστότοπους. Η HTML επιτρέπει την ενσωμάτωση εικόνων και άλλων αντικειμένων μέσα στη σελίδα, και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εμφανίσει διαδραστικές φόρμες. Παρέχει τις μεθόδους δημιουργίας δομημένων εγγράφων (δηλαδή εγγράφων που αποτελούνται από το περιεχόμενο που μεταφέρουν και από τον κώδικα μορφοποίησης του περιεχομένου) καθορίζοντας δομικά σημαντικά στοιχεία για το κείμενο, όπως κεφαλίδες, παραγράφους, λίστες, συνδέσμους, παραθέσεις και άλλα. Μπορούν επίσης να ενσωματώνονται σενάρια εντολών σε γλώσσες όπως η JavaScript, τα οποία επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ιστοσελίδων HTML.

Οι Web browsers μπορούν επίσης να αναφέρονται σε στυλ μορφοποίησης CSS για να ορίζουν την εμφάνιση και τη διάταξη του κειμένου και του υπόλοιπου υλικού. Ο οργανισμός W3C, ο οποίος δημιουργεί και συντηρεί τα πρότυπα για την HTML και τα CSS, ενθαρρύνει τη χρήση των CSS αντί διαφόρων στοιχείων της HTML για σκοπούς παρουσίασης του περιεχομένου.

Προέλευση

Το 1980, ο φυσικός Τιμ Μπέρνερς Λι, ο οποίος εργαζόταν στο CERN, επινόησε το ENQUIRE, ένα σύστημα χρήσης και διαμοιρασμού εγγράφων για τους ερευνητές του CERN, και κατασκεύασε ένα πρωτότυπό του. Αργότερα, το 1989, πρότεινε ένα σύστημα βασισμένο στο διαδίκτυο, το οποίο θα χρησιμοποιούσε υπερκείμενο. Έτσι, έφτιαξε την προδιαγραφή της HTML και έγραψε τον browser και το λογισμικό εξυπηρετητή στα τέλη του 1990. Τον ίδιο χρόνο, ο Μπέρνερς Λι και ο μηχανικός συστημάτων πληροφορικής του CERN Robert Cailliau συνεργάστηκαν σε μια κοινή προσπάθεια εύρεσης χρηματοδότησης, αλλά το έργο δεν υιοθετήθηκε ποτέ επίσημα από το CERN. Στις προσωπικές του σημειώσεις από το 1990, ο Μπέρνερς Λι αριθμεί «μερικές από τις πολλές χρήσεις του υπερκειμένου», και αναφέρει πρώτα από όλες μια εγκυκλοπαίδεια.

2.2 CSS

Η CSS (Cascading Style Sheets-Διαδοχικά Φύλλα Στυλ) ή (αλληλουχία φύλλων στυλ) είναι μια γλώσσα υπολογιστή που ανήκει στην κατηγορία των γλωσσών φύλλων στυλ που χρησιμοποιείται για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου που έχει γραφτεί με μια γλώσσα σήμανσης. Χρησιμοποιείται δηλαδή για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου που γράφτηκε στις γλώσσες HTML και XHTML, δηλαδή για τον έλεγχο της εμφάνισης μιας ιστοσελίδας και γενικότερα ενός ιστοτόπου. Η CSS είναι μια γλώσσα υπολογιστή προορισμένη να αναπτύσσει στυλιστικά μια ιστοσελίδα δηλαδή να διαμορφώνει περισσότερα χαρακτηριστικά, χρώματα, στοίχιση και δίνει περισσότερες δυνατότητες σε σχέση με την html. Για μια όμορφη και καλοσχεδιασμένη ιστοσελίδα η χρήση της CSS κρίνεται ως απαραίτητη.

Η αλληλουχία εφαρμογής των φύλλων στυλ

Για ένα έγγραφο πχ xhtml θα υπάρχουν παραπάνω από ένα φύλλα στυλ τα οποία περιέχουν δηλώσεις για την εμφάνιση ενός συγκεκριμένου στοιχείου. Το Φύλλο στυλ που εφαρμόζεται σε ένα έγγραφο μπορεί να προέρχεται από :

- το συγγραφέα μιας ιστοσελίδας
- το χρήστη του πλοηγού
- τον ίδιο τον πλοηγό, αν έχει το δικό του προκαθορισμένο φύλλο στυλ .

Συνεπώς για ένα html στοιχείο θα υπάρχουν παραπάνω από μια δηλώσεις που πιθανόν να είναι συγκρουόμενες. Το πρότυπο css για να επιλύσει παρόμοιες συγκρούσεις έχει καθορίσει μια αλληλουχία-σειρά στην οποία θα μπουν αυτές οι δηλώσεις και με βάση την οποία θα επιλεγεί η δήλωση που είναι πρώτη στη σειρά.

Ο αλγόριθμος δημιουργίας αυτής της σειράς-αλληλουχίας είναι ο ακόλουθος:

1. Βρες όλες τις δηλώσεις που εφαρμόζονται στο στοιχείο που μας ενδιαφέρει. Οι δηλώσεις εφαρμόζονται στο στοιχείο αν ο επιλογέας του το επιλέξει (ταιριάζει με αυτό).
2. Ταξινόμησε με βάση τη σημασία (κανονική ή σημαντική) και προέλευση (συγγραφέας , χρήστη ή πλοηγός χρήστη). Με αύξουσα σειρά προτεραιότητας:
 1. Δηλώσεις πλοηγού χρήστη
 2. Κανονικές δηλώσεις χρήστη
 3. Κανονικές δηλώσεις συγγραφέα
 4. Σημαντικές δηλώσεις χρήστη
 5. Σημαντικές δηλώσεις συγγραφέα
3. Ταξινόμησε τις δηλώσεις ίδιας σημασίας και προέλευσης με κριτήριο την εξειδίκευση του επιλογέα: οι πιο εξειδικευμένοι επιλογείς υπερισχύουν των πιο γενικών. Τα ψευδό-στοιχεία και οι ψευδο-κλάσεις λογαριάζονται σαν κανονικά στοιχεία και κλάσεις αντίστοιχα.
4. Τέλος ταξινόμησε ανάλογα με τη σειρά καθορισμού: αν δύο δηλώσεις έχουν το ίδιο βάρος , προέλευση και εξειδίκευση , αυτή που προσδιορίστηκε τελευταία επικρατεί. Οι δηλώσεις σε εισαγόμενα φύλλα στυλ θεωρούνται ότι δηλώνονται πριν από τις δηλώσεις στο ίδιο το φύλλο στυλ .

Αφού λοιπόν προκύψει μια σειρά-αλληλουχία κανόνων εμφάνισης που αφορούν το ίδιο στοιχείο θα επιλεγεί προς εφαρμογή (για την αποφυγή συγκρούσεων) η δήλωση που θα είναι τελευταία στην σειρά που αναλύθηκε πιο πάνω.

2.3 Javascript

Η JavaScript (JS) είναι διερμηνευμένη γλώσσα προγραμματισμού για ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Αρχικά αποτέλεσε μέρος της υλοποίησης των φυλλομετρητών Ιστού, ώστε τα σενάρια από την πλευρά του πελάτη (client-side scripts) να μπορούν να επικοινωνούν με τον χρήστη, να ανταλλάσσουν δεδομένα ασύγχρονα και να αλλάζουν δυναμικά το περιεχόμενο του εγγράφου που εμφανίζεται.

Η JavaScript είναι μια γλώσσα σεναρίων που βασίζεται στα πρωτότυπα (prototype-based), είναι δυναμική, με ασθενείς τύπους και έχει συναρτήσεις ως αντικείμενα πρώτης τάξης. Η σύνταξη της είναι επηρεασμένη από τη C. Η JavaScript αντιγράφει πολλά ονόματα και συμβάσεις ονοματοδοσίας από τη Java, αλλά γενικά οι δύο αυτές γλώσσες δε σχετίζονται και έχουν πολύ διαφορετική σημασιολογία. Οι βασικές αρχές σχεδιασμού της JavaScript προέρχονται από τις γλώσσες προγραμματισμού Self και Scheme. Είναι γλώσσα βασισμένη σε διαφορετικά προγραμματιστικά παραδείγματα (multi-paradigm), υποστηρίζοντας αντικειμενοστρεφές, προστακτικό και συναρτησιακό στυλ προγραμματισμού.

Η JavaScript χρησιμοποιείται και σε εφαρμογές εκτός ιστοσελίδων — τέτοια παραδείγματα είναι τα έγγραφα PDF, οι εξειδικευμένοι φυλλομετρητές (site-specific browsers) και οι μικρές εφαρμογές της επιφάνειας εργασίας (desktop widgets). Οι νεότερες εικονικές μηχανές και πλαίσια ανάπτυξης για JavaScript (όπως το Node.js) έχουν επίσης κάνει τη JavaScript πιο δημοφιλή για την ανάπτυξη εφαρμογών Ιστού στην πλευρά του διακομιστή (server-side).

Το πρότυπο της γλώσσας κατά τον οργανισμό τυποποίησης ECMA ονομάζεται ECMAScript.

Ιστορία

Η γλώσσα προγραμματισμού JavaScript δημιουργήθηκε αρχικά από τον Brendan Eich της εταιρείας Netscape με την επωνυμία Mocha. Αργότερα, Mocha μετονομάστηκε σε LiveScript, και τελικά σε JavaScript, κυρίως επειδή η ανάπτυξη της επηρεάστηκε περισσότερο από τη γλώσσα προγραμματισμού Java. LiveScript ήταν το επίσημο όνομα της γλώσσας όταν για πρώτη φορά κυκλοφόρησε στην αγορά σε βήτα (beta) εκδόσεις με το πρόγραμμα περιήγησης στο Web, Netscape Navigator εκδοχή 2.0 τον Σεπτέμβριο του 1995. LiveScript μετονομάστηκε σε

JavaScript σε μια κοινή ανακοίνωση με την εταιρεία Sun Microsystems στις 4 Δεκεμβρίου, 1995, όταν επεκτάθηκε στην έκδοση του προγράμματος περιήγησης στο Web, Netscape εκδοχή 2.0B3.

Η JavaScript απέκτησε μεγάλη επιτυχία ως γλώσσα στην πλευρά του πελάτη (client-side) για εκτέλεση κώδικα σε ιστοσελίδες, και περιλήφθηκε σε διάφορα προγράμματα περιήγησης στο Web. Κατά συνέπεια, η εταιρεία Microsoft ονόμασε την εφάρμογή της σε JScript για να αποφύγει δύσκολα θέματα εμπορικών σημάτων. JScript πρόσθεσε νέους μεθόδους για να διορθώσει τα Y2K-προβλήματα στην JavaScript, οι οποίοι βασίστηκαν στην `java.util.Date` τάξη της Java. JScript περιλήφθηκε στο πρόγραμμα Internet Explorer εκδοχή 3.0, το οποίο κυκλοφόρησε τον Αύγουστο του 1996.

Τον Νοέμβριο του 1996, η Netscape ανακοίνωσε ότι είχε υποβάλει τη γλώσσα JavaScript στο Ecma International (μια οργάνωση της τυποποίησης των γλωσσών προγραμματισμού) για εξέταση ως βιομηχανικό πρότυπο, και στη συνέχεια το έργο είχε ως αποτέλεσμα την τυποποιημένη μορφή που ονομάζεται ECMAScript.

Η JavaScript έχει γίνει μία από τις πιο δημοφιλείς γλώσσες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών στον Παγκόσμιο Ιστό (Web). Αρχικά, όμως, πολλοί επαγγελματίες προγραμματιστές υποτίμησαν τη γλώσσα διότι το κοινό της ήταν ερασιτέχνες συγγραφείς ιστοσελίδων και όχι επαγγελματίες προγραμματιστές (και μεταξύ άλλων λόγων). Με τη χρήση της τεχνολογίας Ajax, η JavaScript γλώσσα επέστρεψε στο προσκήνιο και έφερε πιο επαγγελματική προσοχή προγραμματισμού. Το αποτέλεσμα ήταν ένα καινοτόμο αντίκτυπο στην εξάπλωση των πλαισίων και των βιβλιοθηκών, τη βελτίωση προγραμματισμού με JavaScript, καθώς και αυξημένη χρήση της JavaScript έξω από τα προγράμματα περιήγησης στο Web.

Τον Ιανουάριο του 2009, το έργο CommonJS ιδρύθηκε με στόχο τον καθορισμό ενός κοινού προτύπου βιβλιοθήκης κυρίως για την ανάπτυξη της JavaScript έξω από το πρόγραμμα περιήγησης και μέσα σε άλλες τεχνολογίες (π.χ. Server-side).

Μοντέλο εκτέλεσης

Η αρχική έκδοση της Javascript βασίστηκε στη σύνταξη στη γλώσσα προγραμματισμού C, αν και έχει εξελιχθεί, ενσωματώνοντας πια χαρακτηριστικά από νεότερες γλώσσες.

Αρχικά χρησιμοποιήθηκε για προγραμματισμό από την πλευρά του πελάτη (client), που ήταν ο φυλλομετρητής (browser) του χρήστη, και χαρακτηρίστηκε σαν client-side γλώσσα προγραμματισμού. Αυτό σημαίνει ότι η επεξεργασία του κώδικα Javascript και η παραγωγή του τελικού περιεχομένου HTML δεν πραγματοποιείται στο διακομιστή, αλλά στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών, ενώ μπορεί να ενσωματωθεί σε στατικές σελίδες HTML. Αντίθετα, άλλες γλώσσες όπως η PHP εκτελούνται στο διακομιστή (server-side γλώσσες προγραμματισμού).

Παρά την ευρεία χρήση της Javascript για συγγραφή προγραμμάτων σε περιβάλλον φυλλομετρητή, από την αρχή χρησιμοποιήθηκε και για τη συγγραφή κώδικα από την πλευρά του διακομιστή, από την ίδια τη Netscape στο προϊόν LiveWire, με μικρή επιτυχία. Η χρήση της Javascript στο διακομιστή εμφανίζεται πάλι σήμερα, με τη διάδοση του Node.js, ενός μοντέλου προγραμματισμού βασισμένο στα γεγονότα (events).

Jquery

Η jQuery είναι μια βιβλιοθήκη JavaScript σχεδιασμένη να απλοποιήσει την υλοποίηση σεναρίων (scripting) στη πλευρά του πελάτη (client-side) της HTML και υποστηρίζει πολλαπλούς φυλλομετρητές Ιστού. Κυκλοφόρησε τον Ιανουάριο του 2006 από τον Τζον Ρέριγκ (John Resig). Χρησιμοποιείται σε πάνω από το 65% των 10.000 ιστοτόπων με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Η jQuery είναι ελεύθερο λογισμικό, με άδεια MIT.

Χαρακτηριστικά της είναι:

- DOM element επιλογές χρησιμοποιώντας την ανοιχτού κώδικα μηχανή επιλογής πολλαπλών φυλλομετρητών Sizzle.
- DOM διάσχιση και τροποποίηση (υποστηρίζοντας CSS 1-3)
- Χειρισμός DOM βασισμένος σε CSS επιλογείς που χρησιμοποιεί τα id και class σαν κριτήρια για να κατασκευάσει επιλογείς.
- Events
- Εφέ και κινητά στοιχεία
- AJAX
- Επεκτασιμότητα μέσω plug-ins
- Εργαλεία όπως πληροφορίες user-agent, ανίχνευση χαρακτηριστικώ.

- Μεθόδους συμβατότητας που είναι εγγενώς διαθέσιμα σε σύγχρονα προγράμματα περιήγησης.
- Υποστήριξη πολλαπλών φυλλομετρητών.

2.4 PHP

Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο. Μια σελίδα PHP περνά από επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού (π.χ. Apache), ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο, που θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML.

Ένα αρχείο με κώδικα PHP θα πρέπει να έχει την κατάλληλη επέκταση (π.χ. *.php, *.php4, *.html κ.ά.). Η ενσωμάτωση κώδικα σε ένα αρχείο επέκτασης .html δεν θα λειτουργήσει και θα εμφανίσει στον browser τον κώδικα χωρίς καμία επεξεργασία, εκτός αν έχει γίνει η κατάλληλη ρύθμιση στα MIME types του server. Επίσης ακόμη κι όταν ένα αρχείο έχει την επέκταση .php, θα πρέπει ο server να είναι ρυθμισμένος για να επεξεργάζεται και να μεταγλωτίζει τον κώδικα PHP σε HTML που καταλαβαίνει το πρόγραμμα πελάτη. Ο διακομιστής Apache, που χρησιμοποιείται σήμερα ευρέως σε συστήματα με τα λειτουργικά συστήματα GNU/Linux, Microsoft Windows, Mac OS X υποστηρίζει εξ ορισμού την εκτέλεση κώδικα PHP, είτε με την χρήση ενός πρόσθετου (mod_php) ή με την αποστολή του κώδικα προς εκτέλεση σε εξωτερική διεργασία CGI ή FCGI ή με την έλευση της php5.4 υποστηρίζονται η εκτέλεση σε πολυάσχολους ιστοχώρους, FastCGI Process Manager (FPM).

Ο συνδυασμός Linux/Apache/MySQL/PHP, που είναι η πιο δημοφιλής πλατφόρμα εκτέλεσης ιστοσελίδων είναι γνωστός και με το ακρωνύμιο LAMP. Παρόμοια, ο συνδυασμός */Apache/MySQL/PHP ονομάζεται *AMP, όπου το πρώτο αρχικό αντιστοιχεί στην πλατφόρμα, στην οποία εγκαθίστανται ο Apache, η MySQL και η PHP (π.χ. Windows, Mac OS X).

Ο LAMP συνήθως εγκαθίσταται και ρυθμίζεται στο Linux με τη βοήθεια του διαχειριστή πακέτων της εκάστοτε διανομής. Στην περίπτωση άλλων λειτουργικών συστημάτων, επειδή το κατέβασμα και η ρύθμιση των ξεχωριστών προγραμμάτων μπορεί να είναι πολύπλοκη, υπάρχουν έτοιμα πακέτα προς εγκατάσταση, όπως το XAMPP και το WAMP για τα Windows και το MAMP για το Mac OS X.

Ιστορία

Η ιστορία της PHP ξεκινά από το 1994, όταν ένας φοιτητής, ο Rasmus Lerdorf δημιούργησε χρησιμοποιώντας τη γλώσσα προγραμματισμού Perl ένα απλό script με όνομα `php.cgi`, για προσωπική χρήση. Το script αυτό είχε σαν σκοπό να διατηρεί μια λίστα στατιστικών για τα άτομα που έβλεπαν το online βιογραφικό του σημείωμα. Αργότερα αυτό το script το διέθεσε και σε φίλους του, οι οποίοι άρχισαν να του ζητούν να προσθέσει περισσότερες δυνατότητες. Η γλώσσα τότε ονομαζόταν PHP/FI από τα αρχικά Personal Home Page/Form Interpreter. Το 1997 η PHP/FI έφθασε στην έκδοση 2.0, βασιζόμενη αυτή τη φορά στη γλώσσα C και αριθμώντας περισσότερους από 50.000 ιστότοπους που τη χρησιμοποιούσαν, ενώ αργότερα την ίδια χρονιά οι Andi Gutmans και Zeev Suraski ξαναέγραψαν τη γλώσσα από την αρχή, βασιζόμενοι όμως αρκετά στην PHP/FI 2.0. Έτσι η PHP έφθασε στην έκδοση 3.0 η οποία θύμιζε περισσότερο τη σημερινή μορφή της. Στη συνέχεια, οι Zeev και Andi δημιούργησαν την εταιρεία Zend (από τα αρχικά των ονομάτων τους), η οποία συνεχίζει μέχρι και σήμερα την ανάπτυξη και εξέλιξη της γλώσσας PHP. Ακολούθησε το 1998 η έκδοση 4 της PHP, τον Ιούλιο του 2004 διατέθηκε η έκδοση 5, ενώ αυτή τη στιγμή έχουν ήδη διατεθεί και οι πρώτες δοκιμαστικές εκδόσεις της επερχόμενης PHP 6, για οποιονδήποτε προγραμματιστή θέλει να τη χρησιμοποιήσει. Οι περισσότεροι ιστότοποι επί του παρόντος χρησιμοποιούν κυρίως τις εκδόσεις 4 και 5 της PHP.

2.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάσαμε τις τεχνολογίες Web που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή της ιστοσελίδας του Methoni Apartments. Περιγράφηκαν τα κύρια χαρακτηριστικά τους, καθώς επίσης και η προέλευση τους. Στο επόμενο κεφάλαιο θα εξετάσουμε ένα πολύ σημαντικό κομμάτι του SEO που είναι τα Metadata.



Εικόνα 4: Web Technologies

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Metadata

Τα Metadata (Μεταδεδομένα) είναι πληροφορίες για τα δεδομένα. Η ετικέτα meta παρέχει πληροφορίες για το HTML έγγραφο. Τα Metadata δεν προβάλλονται στη σελίδα, αλλά μπορούν να αναλυθούν από τις μηχανές αναζήτησης. Τα meta tags τυπικά χρησιμοποιούνται για να προσδιορίσουν την περιγραφή της σελίδας, τις λέξεις κλειδιά, τον συγγραφέα του εγγράφου, ημερομηνία τελευταίας τροποποίησης και άλλα μεταδεδομένα. Θα συζητήσουμε παρακάτω για τα σημαντικότερα meta tags, από τη σκοπιά του SEO, ενός HTML εγγράφου.

3.1 Meta Description

Το meta description είναι ένα στοιχείο HTML που παρέχει συνοπτική περιγραφή του περιεχομένου μιας σελίδας. Συνήθως χρησιμοποιείται στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης για να προβάλλουν ένα κείμενοπεριγραφής μιας σελίδας.

Δείγμα κώδικα:

```
<head>
```

```
  <meta name="description" content="Αυτό είναι ένα παράδειγμα του meta  
  description. Συχνά εμφανίζεται στα αποτελέσματα αναζήτησης.">
```

```
</head>
```

Βέλτιστο μήκος για τις μηχανές αναζήτησης: περίπου 155-160 χαρακτήρες.

3.1.1 Meta Description, SEO και CTR:

Είναι γεγονός πως στις μέρες μας το meta description δεν λαμβάνεται υπόψιν των περισσότερων μηχανών αναζήτησης για την βελτιστοποίηση του SEO μιας ιστοσελίδας. Το 2009 η Google ανακοίνωσε επίσημα πως ούτε τα meta descriptions αλλά ούτε τα meta keywords δεν περιλαμβάνουν πλέον παράγοντα που λαμβάνουν υπόψιν οι αλγόριθμοι κατάταξης.

Σε αντίθεση με τη σημαντικότητα του για το SEO όμως, το meta description είναι εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας αύξησης του CTR μιας σελίδας. Αυτή η σύντομη παράγραφος είναι η μεγάλη ευκαιρία του webmaster να περιγράψει το "προϊόν" του στον "πελάτη" κατάλληλα ώστε να τον οδηγήσει στην σελίδα του. Με μία καλή περιγραφή έχουμε λοιπόν αύξηση του CTR (Click Through Rate - κλικ ανα εμφανίσεις).

Συμβουλές για βελτιστοποιημένα meta description:

1. Θα μπορούσαν να έχουν οποιοδήποτε μήκος αλλά οι μηχανές αναζήτησης γενικώς αποκόπτουν τους επιπλέον χαρακτήρες περιγραφών με μήκος μεγαλύτερο των 160 χαρακτήρων. Θα ήταν λοιπόν πρόππων τα meta description να περιγράφουν κατάλληλα τη σελίδα σε λιγότερους των 160 χαρακτήρων.
2. Να αποφεύγονται τα πολλαπλά ίδια meta description.

3. Τα διπλά εισαγωγικά κάνουν τις μηχανές αναζήτησης να αποκόπτουν την περιγραφή. Καλό θα ήταν να μην χρησιμοποιούνται καθόλου ειδικοί χαρακτήρες στην περιγραφή. Αν κρίνεται απολύτως απαραίτητο να χρησιμοποιηθούν διπλά εισαγωγικά, καλό θα ήταν να αντικατασταθούν με μονά εισαγωγικά.

Στο Methoni Apartments δεν υπάρχουν πολλαπλά ίδια meta description, διότι γίνεται έλεγχος με Server Side Scriting Language (συγκεκριμένα PHP) ώστε να προσαρμόζεται η κατάλληλη περιγραφή για την εκάστωτε σελίδα.

Δεν περιέχονται καθόλου ειδικοί χαρακτήρες και το μήκος των περιγραφών είναι κάτω των 160 χαρακτήρων με εύκολα κατανοητό περιεχόμενο. Παράδειγμα meta description στο Methoni Apartments για την αρχική σελίδα σε αγγλική και ελληνική γλώσσα αντίστοιχα:

```
<meta name="description" content="Apartments to buy in Methoni, Pieria, Greece. Find the best apartments in the best price.">
```

```
<meta name="description" content="Διαμερίσματα για να αγοράσετε στην Μεθώνη, Πιερία, Ελλάδα. Βρείτε τα καλύτερα ακίνητα στις χαμηλότερες τιμές.">
```

3.2 Meta Keywords

Τα meta keywords, δε χρησιμοποιούνται πλέον από το Google, σύμφωνα με επίσημη ανακοίνωση της το 2009. Βέβαια, αναφέρθηκε ότι δεν εγγυώνται πως δεν θα χρησιμοποιηθούν κάποια στιγμή στο μέλλον. Yahoo και Bing την ίδια χρονολογία άφησαν να εννοηθεί πως θα δίνεται ελάχιστη έως μηδενική σημασία στα meta keywords και ίσως να αποτελούν αρνητικό παράγοντα αν ο χρήστης της χρησιμοποιεί με λάθος τρόπο (π.χ. λέξεις κλειδιά για διαφορετικό περιεχόμενο με σκοπό το spamming).

Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα πως τα meta keywords θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με ιδιαίτερη προσοχή (ωστέ να μην αποτελούν αρνητικό παράγοντα) για να είναι διαθέσιμα σε περίπτωση που χρειαστούν στο μέλλον και για περιπτώσεις όπου ενδεχομένως χρησιμοποιούνται από λιγότερο δημοφιλή μηχανές αναζήτησης.

Παράδειγμα meta keywords στο Methoni Apartments:


```
<meta name="keywords" content="μεθώνη, ακίνητα μεθώνη, διαμερίσματα μεθώνη, μεθώνη πιερία, διαμερίσματα πιερία, ακίνητα πιερία, διαμερίσματα ελλάδα, ακίνητα ελλάδα, πιερία ελλάδα">
```

3.3 Title

Η ετικέτα "title" ορίζει τον τίτλο της σελίδας. Χρησιμοποιείται συχνά στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης (Search Engine Results Pages - SERPs) για να προβάλλει τον τίτλο της σελίδας και είναι πολύ σημαντική για το SEO (Search Engine Optimization) και για τις κοινοποιήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Δείγμα κώδικα:

```
<head>  
  
    <title>Example Title</title>  
  
</head>
```

Βέλτιστη μορφή:

Βασική λέξη κλειδί - Δευτερεύουσα λέξη κλειδί | Επωνυμία εταιρείας/ιστοσελίδας

Βέλτιστο μήκος για τις μηχανές αναζήτησης:

Η Google τυπικά προβάλλει τους πρώτους 50 με 60 χαρακτήρες μιας ετικέτας "title", η όσους χαρακτήρες προσαρμόζονται σε 512 pixel. Αν διατηρείται το μήκος του title κάτω από 55 χαρακτήρες, αναμένεται τουλάχιστον το 95% των τίτλων να προβάλλεται σωστά.

Σε κάποιες ελάχιστες περιπτώσεις οι μηχανές αναζήτησης επιλέγουν να προβάλλουν διαφορετικό τίτλο από αυτόν που παρέχεται στο HTML. Οι τίτλοι στα αποτελέσματα αναζήτησης μπορεί να ξαναγράφονται για να ταιριάζουν στην

επωνυμία, τις λέξεις/πρόταση αναζήτησης του χρήστη, η ενδεχομένως σε άλλες εκτιμήσεις.

Λόγοι για τους οποίους οι ετικέτες "title" είναι τόσο σημαντικές για το SEO:

Μία ετικέτα "title" είναι το κύριο κείμενο που περιγράφει ένα online έγγραφο. Θεωρείται ως ένα από τα πιο σημαντικά on-page (στο HTML έγγραφο) SEO στοιχεία (με το συνολικό περιεχόμενο να είναι το πιο σημαντικό), και εμφανίζονται σε τρεις περιοχές κλειδιά: browsers, σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης και εξωτερικές ιστοσελίδες όπως social media.

1. Browser:

Το "title" εμφανίζεται συχνά στην κορυφή του browser και στον τίτλο καρτέλας.

2. Σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης:

Αν χρησιμοποιείται λέξεις κλειδιά στην ετικέτα "title", οι μηχανές αναζήτησης θα τις τονίσουν στα αποτελέσματα αν ένας χρήστης πραγματοποιήσει μια αναζήτηση περιλαμβάνοντας τις στην πρόταση αναζήτησης. Αυτό δίνει στον χρήστη πιο ξεκάθαρη γνώμη για το αποτέλεσμα και ως αποτέλεσμα αυτού θα υπάρξει υψηλότερο CTR (Click Through Rate - Ρυθμός κλικ ή κλικ ανά εμφανίσεις).

3. Εξωτερικές ιστοσελίδες:

Πολλές εξωτερικές ιστοσελίδες - ειδικά τα social media όπως το facebook - χρησιμοποιούν το title μιας ιστοσελίδας ως το anchor text (κείμενο υπερσυνδέσμου) για την πρόσβαση στην ιστοσελίδα.

Βελτιστοποίηση της ετικέτας "title":

Καθώς το title είναι τόσο σημαντικό κομμάτι του SEO, θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε κάποιες πρακτικές για την βελτιστοποίησή του.

1. Μήκος Τίτλου:

Όπως προαναφέρθηκε, οι μηχανές αναζήτησης θα κάνουν αποκοπή χαρακτήρων του τίτλου από ένα συγκεκριμένο μήκος και επιπλέον. Αυτό το μήκος συνήθως είναι 50 με 60 χαρακτήρες ή 512 pixel.

2. Τοποθέτηση σημαντικών λέξεων κλειδιά στο μπροστινό μέρος του title.
3. Αν η επωνυμία είναι ευρέως γνωστή τοποθετήστε την στο μπροστινό μέρος του title. Σε αντίθετη περίπτωση θα πρέπει να τοποθετείται στο τέλος του title.
4. Θα πρέπει να γράφονται κατανοητοί και χρήσιμοι τίτλοι για τον χρήστη καθώς είναι η πρώτη του επαφή με την ιστοσελίδα σας.

Στο "Methoni Apartments" δόθηκε έμφαση στη βελτισποίηση των title tags. Δείτε τα παρακάτω titles της αρχικής σελίδας για την ελληνική και την αγγλική γλώσσα αντίστοιχα.

Ελληνικά:

`<title>Ακίνητα στη Μεθώνη | methoniapartments.gr</title>`

Αγγλικά:

`<title>Apartments in Methoni | methoniapartments.gr</title>`

Οι τίτλοι γίνονται εύκολα κατανοητοί, περιέχονται λέξεις κλειδιά, είναι κάτω των 55 χαρακτήρων και η επωνυμία περιλαμβάνεται στο τέλος.

3.4 Robots.txt

Το REP (Robots Exclusion Protocol) η robots.txt είναι ένα αρχείο κειμένου που οι webmaster δημιουργούν για να δώσουν οδηγίες στα ρομπότ μηχανών αναζήτησης για το πως θα λάβουν υπόψιν μία ιστοσελίδα. Το αρχείο κειμένου θα πρέπει να τοποθετείται στο root directory.

Στο Methoni Apartments βρίσκεται στο <http://www.methoniapartments.com/robots.txt> και το περιεχόμενό του είναι το εξής:

User-agent: *

Disallow:

Αυτό σημαίνει ότι επιτρέπονται όλοι οι Web Crawlers σε όλο το περιεχόμενο.

Μπορούμε να επιτύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα με το παρακάτω meta tag:

```
<meta name="robots" content="index,follow"/>
```

3.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Γίνεται αντιληπτό ότι τα μεταδεδομένα παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για τις μηχανές αναζήτησης αλλά και άλλες εξωτερικές σελίδες όπως τα social media, δίνοντας τους “δεδομένα που περιγράφουν τα δεδομένα” της σελίδας και βοηθώντας τους έτσι να καταλάβουν καλύτερα το περιεχόμενο και τον σκοπό του εγγράφου. Στο επόμενο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με διάφορα άλλα στοιχεία του head ενός HTML εγγράφου που συμπληρώνουν ακόμη ένα κομμάτι του SEO.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Άλλα στοιχεία του HEAD

Εκτός από τα μεταδεδομένα, στο HEAD κομμάτι ενός HTML εγγράφου μπορούμε να τοποθετήσουμε και άλλα στοιχεία που βοηθούν στο SEO και στην παροχή βελτιωμένης εμπειρίας στο χρήστη και διευκόλυνση πρόσβασης στις μηχανές αναζήτησης.

4.1 Favicon

Το favicon είναι ένα μικρό εικονίδιο που αναπαριστά την επωνυμία του site στις καρτέλες των browser, στους σελιδοδείκτες και πολλές φορές και στα αποτελέσματα αναζήτησης.

Το favicon κάνει περισσότερο εύκολη τη χρήση του site από τον χρήστη διότι τον σώζει χρόνο επειδή αναγνωρίζει σύντομα οπτικά την επωνυμία της σελίδας.

Οτιδήποτε οδηγεί σε βελτιωμένο user experience επηρεάζει θετικά το SEO και για αυτό το Methoni Apartments έχει δικό του favicon το οποίο παρουσιάζεται παρακάτω:



Εικόνα 5: Methoni Apartments Favicon

Επιπλέον, παρακάτω παρουσιάζεται ο κώδικας στο HEAD του HTML εγγράφου μας, με την βοήθεια του οποίου ορίζουμε το favicon του Methoni Apartments.

```
<link rel="icon" type="image/png" href="images/main-menu-icon">
```

Το attribute rel με value icon ορίζει ότι πρόκειται για favicon, ενώ το type ορίζει τον τύπο της εικόνας που χρησιμοποιούμε. Το url στο href ορίζει την τοποθεσία που βρίσκεται η εικόνα.

4.2 Canonical URL Tag

Το "canonical url tag" θα πρέπει να βρίσκεται στην κεφαλίδα μιας σελίδας σε περίπτωση που υπάρχουν πολλαπλές σελίδες με το ίδιο περιεχόμενο. Αυτό μας είναι χρήσιμο γιατί σε περίπτωση σελίδας με διπλότυπο περιεχόμενο η κατάταξη στα αποτελέσματα μηχανών αναζήτησης δέχεται δραματική μείωση.

Στο Methoni Apartments η σελίδα <http://www.methoniapartments.gr/index.php?p=home> έχει το ίδιο περιεχόμενο με το <http://www.methoniapartments.gr/> οπότε χρησιμοποιώντας την παρακάτω γραμμή δείχνουμε στις μηχανές αναζήτησης ότι πρόκειται για την ίδια σελίδα:

```
<?php
if(($_GET['p']=="home")){
    echo "<link rel='canonical'
    href='http://www.methoniapartments.gr/' />";
}
?>
```

Χρησιμοποιείται PHP για τον έλεγχο του URL.

4.3 Print CSS

Είναι πολύ καλή πρακτική επίδειξης προσβασιμότητας και ευχρηστίας του site η προσθήκη ενός css αρχείου (print.css) που θα χρησιμοποιεί το media print για να δώσει οδηγίες απεικόνισης σε περίπτωση που ο χρήστης θέλει να εκτυπώσει κάποια σελίδα.

Στο Methoni Apartments περιλαμβάνεται το print.css:

```
<link rel="stylesheet" href="/css/print.css" type="text/css" media="print" />
```

Που περιέχει τις εξής οδηγίες:

```
@media print{
    #main-header{
        display:none;
    }
    #main-menu{
        display:none;
    }
    #resp-menu{
        display:none;
    }
    #resp-menu-buttons{
        display:none;
    }
    #right-side{
        display:none;
    }
    #my-footer{
        display:none;
    }
}
```

Αυτό σημαίνει πως σε περίπτωση που ο χρήστης θέλει να εκτυπώσει την σελίδα θα εκτυπωθεί μόνο το περιεχόμενο της, χωρίς header, menu, footer και side boxes.

4.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό μελετήσαμε κάποια ενδιαφέροντα κομμάτια, κυρίως προαιρετικά του HEAD ενός HTML εγγράφου τα οποία βοηθούν στο SEO της σελίδας και στην βελτιωμένη εμπειρία του χρήστη. Είδαμε το print css που παρέχει οδηγίες εκτύπωσης της σελίδας, το favicon που είναι το εικονίδιο που μας είναι γνωστό από τις καρτέλες των browsers και το canonical url tag για παράβλεψη σελίδων με το ίδιο περιεχόμενο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Ότι αλλαγές κι αν γίνουν στα κριτήρια κατάταξης των μηχανών αναζήτησης, το σίγουρο είναι ότι το περιεχόμενο θα είναι πάντα ο σημαντικότερος παράγοντας ώστε ένα site να θεωρείτε χρήσιμο για τους χρήστες.

Το περιεχόμενο θα πρέπει να είναι γραμμένο για τον χρήστη και όχι για τις μηχανές αναζήτησης. Με την πάροδο του χρόνου οι μηχανές αναζήτησης έγιναν "εξυπνότερες" γνωρίζοντας ποιο περιεχόμενο είναι γραμμένο για την ικανοποίηση του χρήστη και ποιο ώστε να τις "ξεγελάσει" ώστε να αυξηθεί η κατάταξη της σελίδας στις σελίδες αποτελεσμάτων της.

Το περιεχόμενο θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο και ποιοτικό. Οι λέξεις κλειδιά δεν θα πρέπει αναφέρονται συνεχώς στο κείμενο ως προσπάθεια επίδειξης ότι η σελίδα αναφέρεται σε αυτές. Θα πρέπει να τοποθετούνται με φυσικό τρόπο και καλό θα ήταν σε κάποια σημεία να αντικαθίστανται με συνώνυμα τους.

Επιπλέον σε κάθε σελίδα θα πρέπει να υπάρχει μία κεφαλίδα τύπου h1 και καλό θα ήταν να υπάρχουν και άλλες κεφαλίδες h2 η h3 σε κατάλληλα σημεία ως περιγραφή υποενότητας αν κρίνεται επιθυμητό ώστε το έγγραφο να έχει καλύτερη δομή.

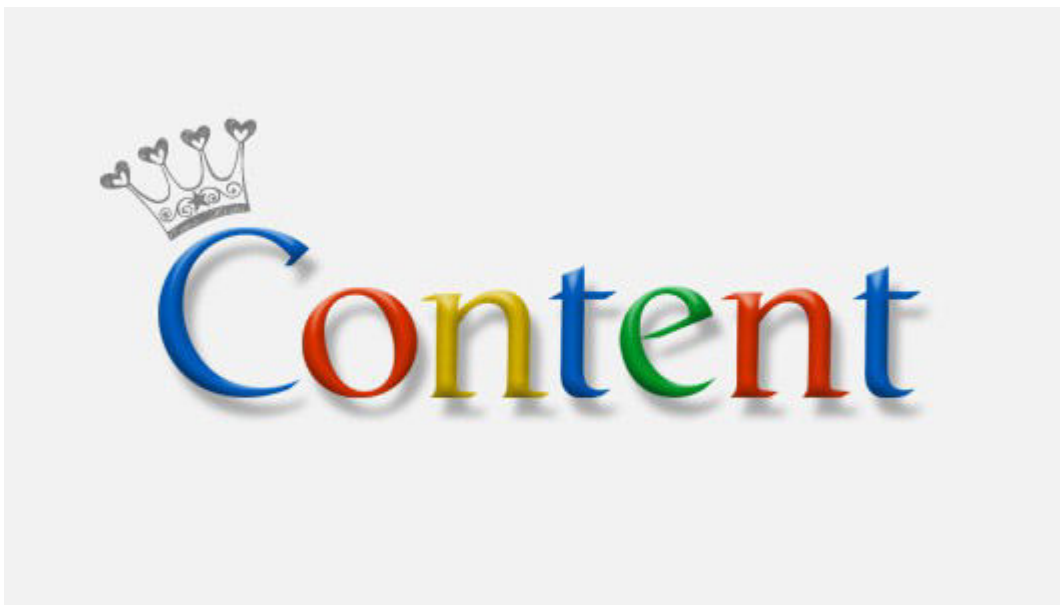
Επίσης το περιεχόμενο θα πρέπει να είναι μοναδικό. Έχει παρατηρηθεί πτώση της κατάταξης άρθρων στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης επειδή το περιεχόμενο τους ήταν ακριβώς ίδιο με αντίστοιχο περιεχόμενο άλλων σελίδων.

Στο Methoni Apartments ακολουθήθηκαν οι παραπάνω βέλτιστες πρακτικές για την συγγραφή του περιεχομένου και στην ελληνική αλλά και στην αγγλική γλώσσα.

Επίσης σε σημαντικές λέξεις κλειδιά τοποθετήθηκε η σήμανση για έντονη γραμματοσειρά η οποία βοηθάει στην επισήμανση μίας λέξης ως σημαντική. Αξίζει να αναφερθεί πως η σήμανση η οποία έχει ίδια

αποτελέσματα στην εμφάνιση, από άποψη SEO δεν έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Δεν είναι λίγοι αυτοί που χαρακτηρίζουν το περιεχόμενο ως τον “βασιλιά” των κριτηρίων κατάταξης στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης. Αν το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας είναι χρήσιμο, καλογραμμένο, επαρκή και αναλυτικό, τότε η σελίδα με τις απαραίτητες βελτιώσεις θα “σκαρφαλώσει” στις πρώτες σελίδες των αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης.



Εικόνα 6: Content: "The King Of SEO"

5.1 Ποιοτικό και συσχετιζόμενο περιεχόμενο

Το περιεχόμενο μιας σελίδας είναι αυτό που την κάνει να αξίζει μια θέση στα αποτελέσματα μιας αναζήτησης. Για αυτόν τον λόγο είναι πολύ σημαντικό το να δημιουργούμε καλό περιεχόμενο. Τι θεωρείται λοιπόν ως “καλό περιεχόμενο”;

Από την οπτική γωνία του SEO, το καλό περιεχόμενο έχει δύο ιδιότητες. Πρέπει να ικανοποιεί μία ζήτηση και πρέπει να είναι συσχετιζόμενο (linkable).

5.1.1 Το καλό περιεχόμενο ικανοποιεί μια ζήτηση

Όπως στις παγκόσμιες αγορές, η πληροφορία επηρεάζεται από την προσφορά και από τη ζήτηση. Το βέλτιστο περιεχόμενο είναι αυτό που παρέχει τη μεγαλύτερη δυνατή ικανοποίηση στην περισσότερη ζήτηση. Μπορεί να είναι ένα βίντεο, μια εικόνα, ένας ήχος ή ένα κείμενο, όμως θα πρέπει να ικανοποιεί την ζήτηση ώστε να θεωρείται καλό περιεχόμενο.

5.1.2 Το καλό περιεχόμενο είναι συσχετιζόμενο (linkable)

Από την οπτική γωνία του SEO δεν υπάρχει διαφορά μεταξύ του χειρότερου και του καλύτερου περιεχομένου στο ίντερνετ αν αυτό δεν είναι συσχετιζόμενο. Αν ο κόσμος δεν μπορεί να συνδεθεί σε αυτό, οι μηχανές αναζήτησης είναι εξαιρετικά δύσκολο να το κατατάξουν και ως αποτέλεσμα αυτού το περιεχόμενο δε θα παρέχει επισκεψιμότητα στο site. Δυστυχώς αυτό συμβαίνει περισσότερο συχνά από όσο φανταζόμαστε.

Το περιεχόμενο που δεν ικανοποιεί κάποια ζήτηση και που δεν είναι linkable φαίνεται κακό στα μάτια των μηχανών αναζήτησης – και πιθανότατα και στα μάτια κάποιων ανθρώπων επίσης.

5.2 Εικόνες και alt text

Στο περιεχόμενο μας είναι καλό το να περιέχουμε εικόνες, διότι η παρουσίαση πληροφοριών χρησιμοποιώντας και φωτογραφίες είναι πολύ δημοφιλή μέσο αύξησης του ενδιαφέροντος και της εμπειρίας του χρήστη.

Φυσικά οι μηχανές αναζήτησης δεν βγάζουν ωφέλιμη πληροφορία από τις εικόνες όπως γίνεται με το κείμενο. Η λύση σε αυτό το πρόβλημα είναι η συμπλήρωση του alt attribute μιας ετικέτας img. Το alt text είναι αναγνώσιμο από τις μηχανές αναζήτησης και χρησιμοποιείται από αυτές ώστε να πάρουν την περιγραφή της εικόνας.

Στο Methoni Apartments όλες οι φωτογραφίες έχουν alt text ώστε να είναι αναγνώσιμες από τις μηχανές αναζήτησης. Παρακάτω βλέπουμε ένα παράδειγμα κώδικα μιας φωτογραφίας:

```

```

5.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο επισημάναμε τη σημαντικότητα του περιεχομένου για την κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης, χαρακτηρίζοντας το ως τον “βασιλιά” του SEO. Αυτό κρίνεται λογικό διότι αυτό που αναζητά ο χρήστης θα πρέπει να του παρουσιάζεται με ποιοτικό και αναλυτικό κείμενο.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τη νέα τάση του διαδικτύου που δεν είναι άλλη από την στροφή του κοινού στη χρήση κινητών συσκευών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

SEO ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

Είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο πως οι χρήστες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο από κινητές συσκευές αυξάνονται με εκρηκτικούς ρυθμούς. Εκτός από Desktop και Laptop, οι χρήστες στις μέρες μας χρησιμοποιούν ένα εύρος άλλων συσκευών όπως smartphones, tablets, ακόμη και smart TV's αλλάζοντας έτσι την σημερινή αγορά.

6.1 Τι ισχύει για το “Mobile Friendliness”

Μια ιστοσελίδα θα πρέπει να ικανοποιεί κάποια κριτήρια ώστε να θεωρείται “Mobile Friendly”. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε τα κριτήρια αυτά.

- Το site θα πρέπει να προσαρμόζεται στο viewport χωρίς να χρειάζεται να γίνει zoom ώστε να εστιάσουμε σε κάποιο σημείο.
- Η γραμματοσειρά θα πρέπει να είναι ικανοποιητικού μεγέθους ώστε ο χρήστης να διαβάζει με ευκολία το περιεχόμενο χωρίς να κάνει zoom.
- Θα πρέπει να αποφεύγεται στις mobile αναλύσεις η εκτενής χρήση plugins διότι δεν υπάρχει επαρκή υποστήριξη από τις κινητές συσκευές.
- Οι σύνδεσμοι θα πρέπει να έχουν επαρκή απόσταση μεταξύ τους ώστε ο χρήστης να μην τους μπερδεύει στο tap.
- Το site θα πρέπει να φορτώνει σε ικανοποιητικό χρόνο

6.2 Η Google για την φιλικότητα προς κινητές συσκευές

Η Google ανέφερε πως για να βελτιώσει την εμπειρία αναζήτησης των χρηστών από κινητές συσκευές θα κάνει κάποιες αλλαγές στα κριτήρια κατάταξης στα αποτελέσματα αναζήτησης σε κινητές συσκευές. Είναι λοιπόν εξαιρετικά σημαντικό η ιστοσελίδα να προσαρμόζεται κατάλληλα σε διαφορετικές συσκευές με διαφορετική ανάλυση οθόνης.

Δεν ήταν τυχαίο ότι προσφάτως η Google στις σελίδες αποτελεσμάτων της, κάτω από τον τίτλο της σελίδας ανέγραφε "Για κινητά" σε περίπτωση που η ιστοσελίδα ήταν φιλική για πρόσβαση από κινητές συσκευές.

Βγήκε λοιπόν ανακοίνωση ότι στις 21 του Απρίλη του 2015 θα εφαρμοστεί ο νέος αλγόριθμος της Google ο οποίος θα λαμβάνει υπόψιν την φιλικότητα του ιστότοπου προς κινητές συσκευές. Η ημερομηνία αυτή έφτασε και φυσικά από την πρώτη βδομάδα έγιναν σημαντικές αλλαγές στην κατάταξη των ιστοσελίδων στις σελίδες αποτελεσμάτων των αναζητήσεων που έγιναν από κινητές συσκευές.

6.3 Methoni Apartments & Mobile Friendliness

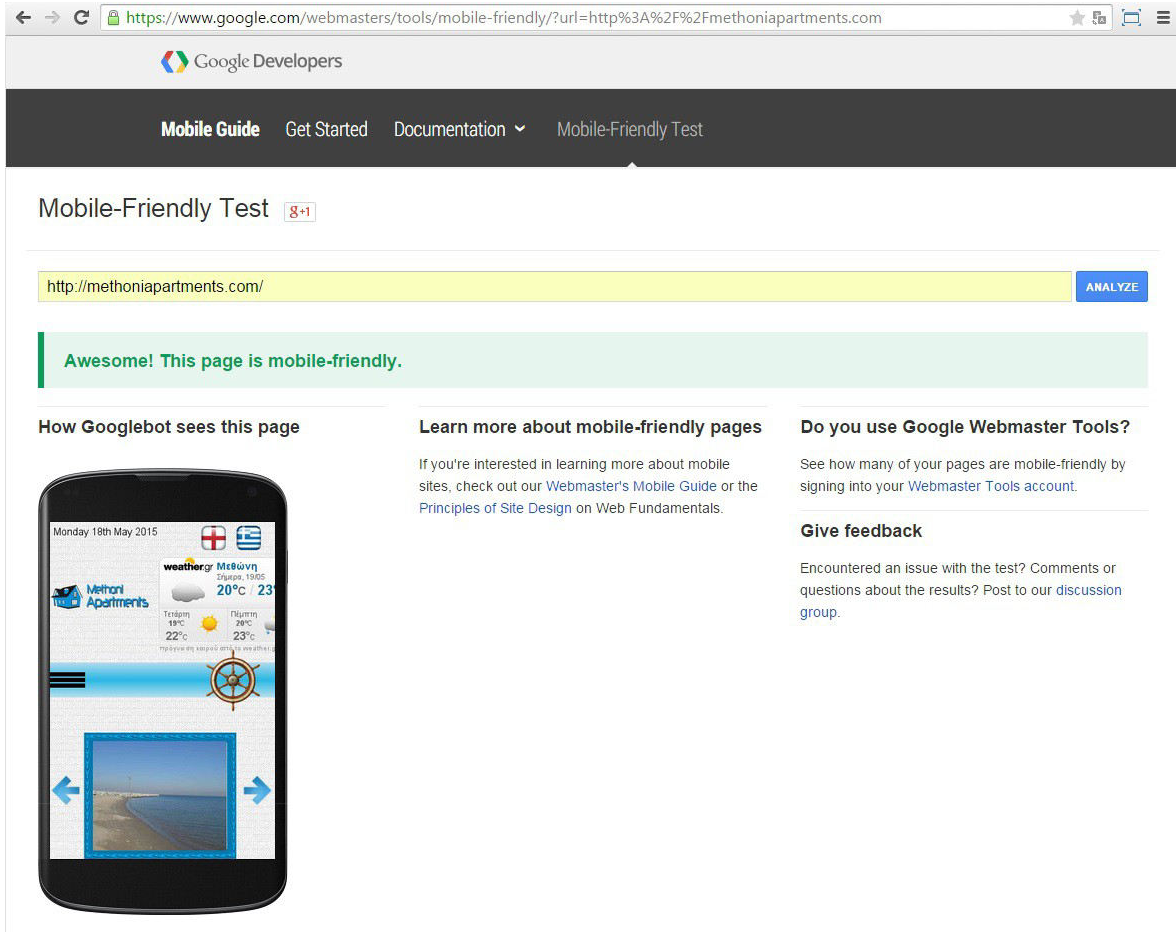
Το Methoni Apartments είναι μία Responsive ιστοσελίδα που προσαρμόζεται κατάλληλα σε κάθε συσκευή. Λειτουργεί εξαιρετικά σε Desktop, Laptop, tablet, smartphones ακόμη και smart tv.

Χρησιμοποιήθηκε εκτενώς στο CSS το media query με max-width ώστε να αλλάζει ο τρόπος προβολής ανάλογα με το μήκος της οθόνης. Όπως ήταν αναμενόμενο στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης στις κινητές συσκευές υπάρχει η ένδειξη "Για κινητά".

Φυσικά δεν παραλείφθηκε η εκτέλεση του Mobile Friendliness Test της Google που είναι διαθέσιμο στο παρακάτω url:

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

Το αποτέλεσμα του test ήταν θετικό όπως βλέπουμε στην παρακάτω εικόνα



Εικόνα 7: Mobile Friendly Test

Επίσης παρακάτω θα δούμε ένα απόσπασμα κώδικα του css με χρήση του media query για την εφαρμογή σε διαφορετική ανάλυση οθόνης.

```
@media (max-width:700px){  
    #kairos{  
        display:none;  
    }  
    #kairos-resp{  
        display:block;  
    }  
}  
  
@media (max-width:380px){  
    #date-div{  
        font:15px bold Arial;  
    }  
}  
  
@media (max-width:1000px){  
    #logo-container{  
        width:75%;  
    }  
    #logo-container img{  
        width:100%;  
    }  
}
```



```
@media (max-width:890px){  
    #logo-container{  
        width:70%;  
        top:30%;  
    }  
    #logo-container img{  
        width:100%;  
    }  
}
```

```
@media (max-width:760px){  
    #logo-container{  
        width:60%;  
        top:35%;  
    }  
    #logo-container img{  
        width:100%;  
    }  
}
```

```
@media (max-width:700px){  
    #logo-container{  
        width:70%;  
        top:15%;  
    }  
    #logo-container img{
```

```
        width:100%;
    }
    #horizontal-logo{
        display:none;
    }
    #vertical-logo{
        display:block;
    }
}
@media (max-width:570px){
    #logo-container{
        width:55%;
        top:30%;
    }
    #logo-container img{
        width:100%;
    }
}
@media (max-width:400px){
    #logo-container{
        width:45%;
        top:40%;
        left:0px;
```

```
}  
#logo-container img{  
    width:100%;  
}  
}
```

User Experience

Ακολουθώντας τις οδηγίες για την επίτευξη της φιλικότητας προς κινητές συσκευές πετύχαμε ένα εξαιρετικά υψηλό user experience score της τάξεως του 100% το οποίο βλέπουμε στο test παρακάτω

The screenshot displays the Google PageSpeed Insights results for the website `pers.google.com/speed/pagespeed/insights?url=methoniapartments.com&tab=mobile`. The main heading is "100 / 100 User Experience". A green checkmark icon is followed by the text "Congratulations! No issues found." Below this, several categories are listed with brief descriptions and links to learn more: "Avoid plugins", "Configure the viewport", "Size content to viewport", "Size tap targets appropriately", and "Use legible font sizes". A note at the bottom states: "*The results are cached for 30s. If you have made changes to your page, please wait for 30s before re-running the test." To the right of the text is a mobile phone mockup showing the website's mobile view. The mobile page includes a date "Sunday 21st June 2015", the site title "Methoni Apartments", a navigation menu, and a main article titled "Investment opportunity in Greece" with a photo of a beach and the text "Looking for the holiday apartment of your dreams in Greece? Then we are here for you to find the best apartments in beautiful Methoni Pieria and".

Web Performance
Learn more about [web performance tools](#) at Google, including browser extensions and APIs for Insights, PageSpeed Service, and our optimization libraries.

Give Feedback
Have comments or questions about PageSpeed Insights? [Send feedback](#) or [discuss on our mailing list](#).

About PageSpeed Insights
PageSpeed Insights analyzes the content of a web page, then generates suggestions to make that page faster. [Learn more](#).

Εικόνα 8: User Experience Test

6.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Έχοντας εξετάσει τα σημερινά δεδομένα και τη στροφή των χρηστών στις κινητές συσκευές, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η προσθήκη του “Mobile Friendliness” ως κριτήριο κατάταξης στις σελίδες αποτελεσμάτων των αναζητήσεων που γίνονται από κινητές συσκευές είναι απολύτως φυσιολογική. Στο επόμενο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με ακόμη έναν σημαντικό παράγοντα, τον οποίο πολλοί χρήστες κακώς αγνοούν, και δεν είναι άλλος από την ταχύτητα φόρτωσης της ιστοσελίδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

PAGESPEED

Ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας κατάταξης στις μηχανές αναζήτησης είναι η ταχύτητα φόρτωσης της σελίδας. Μια σελίδα που φορτώνει γρήγορα προσφέρει στον χρήστη βελτιωμένο (το πάντα αγαπημένο της Google) user experience. Υπάρχουν πολλές πρακτικές μείωσης του page speed. Μερικές από τις πιο σημαντικές θα τις παρουσιάσουμε παρακάτω.

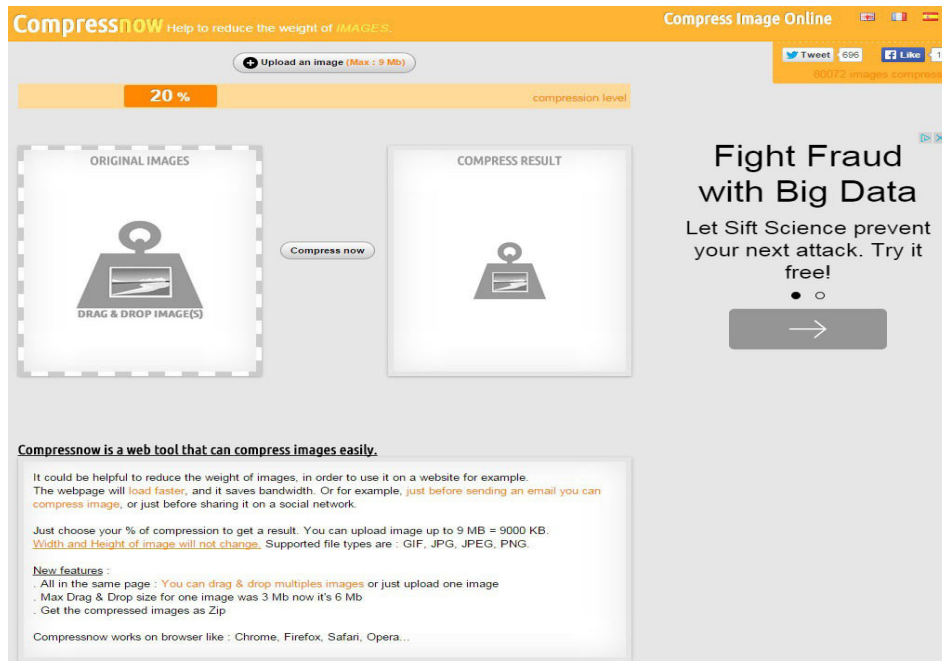
7.1 Συμπίεση των εικόνων

Οι εικόνες αποτελούν ένα μεγάλο μέρος των δεδομένων μιας σελίδας που απορροφούν πόρους οδηγώντας σε αύξηση του page speed, για αυτό θα πρέπει να συμπιέζονται και ενδεχομένως να μειώνονται οι διαστάσεις τους.

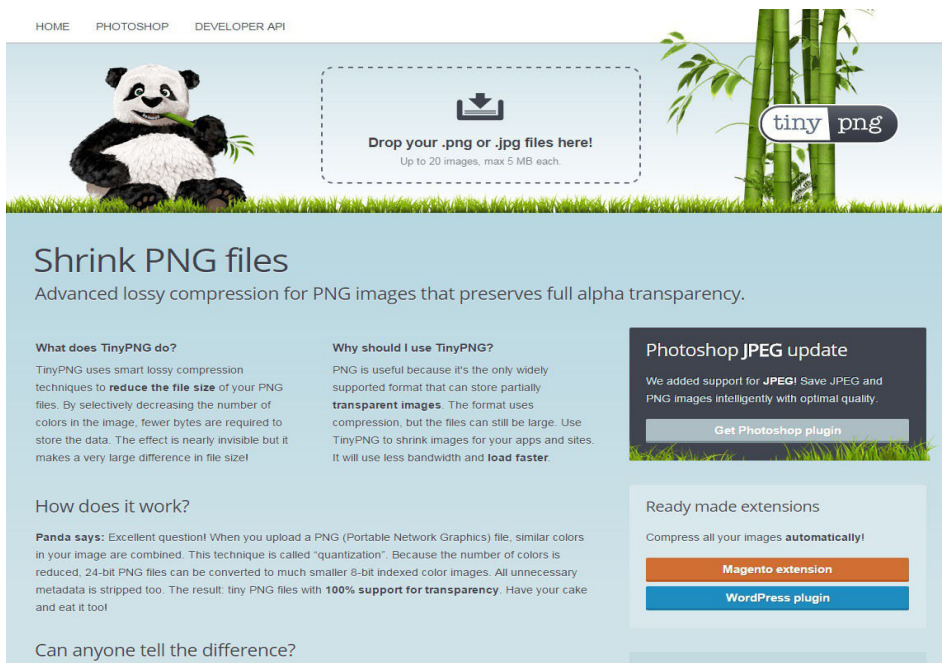
Στο Methoni Apartments για την αλλαγή/μείωση των διαστάσεων χρησιμοποιήθηκε το Photoshop. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν τα online εργαλεία tinypng.com για png εικόνες και compressnow.com για όλους τους υπόλοιπους τύπους. Η συμπίεση δεν είναι lossless και για αυτό πρέπει να υπάρχει ισορροπία ανάμεσα στην ποιότητα και τον βαθμό συμπίεσης των εικόνων.

Στις παρακάτω εικόνες βλέπουμε τα δύο πολύ χρήσιμα online εργαλεία συμπίεσης που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Παντελίδη Βασιλείου



Εικόνα 9: CompressNow Tool



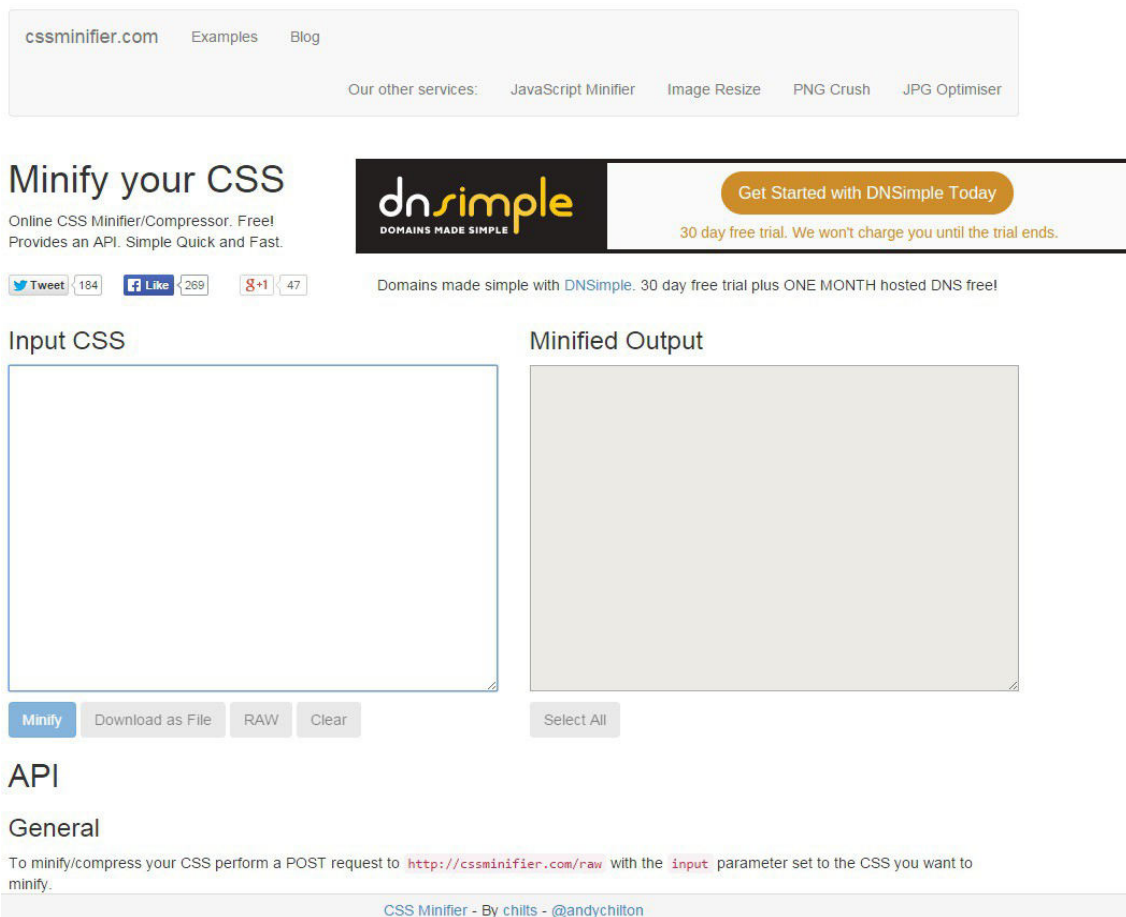
Εικόνα 10: TinyPNG Tool

7.2 Συρρίκνωση των Javascript και CSS αρχείων

Με την συρρίκνωση των Javascript και CSS αρχείων γίνεται εκκαθάριση όλων των προαιρετικών χαρακτήρων των αρχείων, όπως σχόλια και κενά που δε χρειάζονται από το χρήστη, επιτυγχάνοντας έτσι την μείωση του όγκου και την αύξηση της αποδοτικότητας.

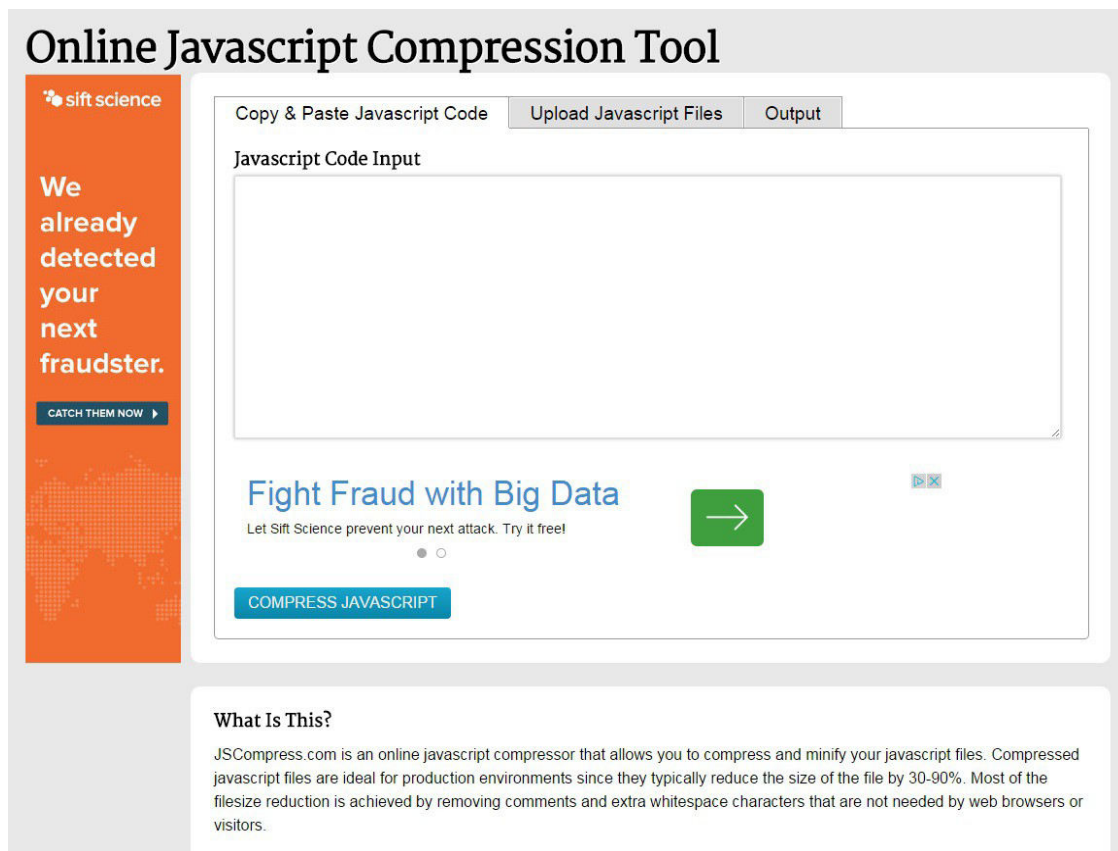
Στο Methoni Apartments για την συρρίκνωση των CSS αρχείων χρησιμοποιήθηκε το online εργαλείο cssminifier.com. Αντίστοιχα για την συρρίκνωση των Javascript αρχείων χρησιμοποιήθηκε το online εργαλείο JSCompress.com.

Στις παρακάτω εικόνες βλέπουμε τα δύο εξαιρετικά εργαλεία.



The screenshot displays the CSSminifier.com website. At the top, there is a navigation menu with links for 'cssminifier.com', 'Examples', and 'Blog'. Below this, a secondary menu lists 'Our other services: JavaScript Minifier, Image Resize, PNG Crush, JPG Optimiser'. The main heading is 'Minify your CSS', followed by the tagline 'Online CSS Minifier/Compressor. Free! Provides an API. Simple Quick and Fast.' There are social media sharing buttons for Twitter (184), Facebook (268), and Google+ (47). A promotional banner for 'dn simple' (Domains Made Simple) offers a '30 day free trial' and 'ONE MONTH hosted DNS free!'. The interface includes an 'Input CSS' text area, a 'Minified Output' text area, and buttons for 'Minify', 'Download as File', 'RAW', 'Clear', and 'Select All'. An 'API' section is also visible, providing instructions on how to use the tool via a POST request to <http://cssminifier.com/raw>. The footer of the tool page reads 'CSS Minifier - By chills - @andychilton'.

Εικόνα 11: CSSminifier Tool



Εικόνα 12: JScompress Tool

7.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εξαιρετικής σημασίας κρίνεται λοιπόν η ταχύτητα φόρτωσης του ιστότοπου. Είναι κάτι αναμενόμενο διότι ένα γρήγορο site αυξάνει σίγουρα δραματικά το user experience που προσφέρεται στον χρήστη. Εξετάστηκαν σημαντικές μέθοδοι μείωσης του χρόνου φόρτωσης ώστε εφαρμόζοντας τες να οδηγηθούμε σε ακόμη μία βελτίωση του SEO. Στο επόμενο κεφάλαιο θα εξετάσουμε επιπλέον παράγοντες που επηρεάζουν την κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης, όπως είναι η ηλικία του domain και η δραστηριότητα στα social media.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Παράγοντες επηρεασμού του SEO εκτός σελίδας (Off-Page)

Μέχρι τώρα εξετάσαμε παράγοντες εντός σελίδας που επηρεάζουν το SEO και μπορούμε να επιτύχουμε εξαιρετικά αποτελέσματα εφαρμόζοντας κατάλληλες πρακτικές και βελτιώνοντας τη σελίδα μας σε διάφορα εσωτερικά κομμάτια όπως τον κώδικα της.

Όλα τα προαναφερόμενα αποτελούν τους λεγόμενους on page παράγοντες και σε ένα μεγάλο βαθμό είναι ελεγχόμενοι από τον χρήστη και μπορούμε να πετύχουμε σε άλλους ευκολότερα και σε άλλους δυσκολότερα τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Στον “χάρτη του SEO” όμως υπάρχουν και άλλοι παράγοντες, εξαιρετικά σημαντικοί, οι οποίοι είναι δύσκολο να ελεγχθούν σε ικανοποιητικό βαθμό από τον χρήστη και τα αποτελέσματα στην προσπάθεια βελτίωσης τους είναι κυρίως μακροπρόθεσμα. Τους σημαντικότερους από αυτούς τους παράγοντες θα τους εξετάσουμε στο παρών κεφάλαιο.

8.1 Ηλικία του domain

Η ηλικία του domain (domain age), δηλαδή το χρονικό διάστημα κατά το οποίο είναι online ένα domain είναι σημαντικός παράγοντας κατάταξης στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης. Είναι αρκετά λογικό διότι ένα site το οποίο βρίσκεται online πολύ καιρό, δείχνει ότι δεν είναι ένα από τα πάρα πολλά spam sites που εμφανίζονται και εξαφανίζονται ανά καιρούς, αλλά προβάλλει ποιοτικό περιεχόμενο το οποίο είναι χρήσιμο για το κοινό.

Δυστυχώς δεν υπάρχει τρόπος βελτίωσης αυτού του κομματιού του SEO και απολύτως λογικά το Methoni Apartments έστω και προσωρινά υστερεί σε αυτόν τον τομέα.

Υπάρχουν βέβαια φήμες ότι εάν κάνεις register ένα domain για περισσότερη χρονική διάρκεια (για παράδειγμα αντί για 1 χρόνο, 6 χρόνια), θα υπάρξει βελτίωση στο seo διότι ο κάτοχος δείχνει ότι θα ασχοληθεί σοβαρά με τον ιστότοπο. Κάτι τέτοιο δεν ισχύει καθώς οποιοσδήποτε θα μπορούσε να κάνει register κάποιο domain για μεγάλο χρονικό διάστημα.

8.2 Backlinks

Backlinks ονομάζουμε τους υπερσύνδεσμούς που οδηγούν στο website μας. Είναι επίσης γνωστοί ως εισερχόμενοι σύνδεσμοι (Inbound Links). Ο αριθμός των backlinks είναι μία ένδειξη για το πόσο δημοφιλή ή σημαντικό είναι ένα site. Τα backlinks είναι εξαιρετικά σημαντικά για το SEO διότι κάποιες μηχανές αναζήτησης, ειδικά η Google, δίνουν περισσότερη αξία σε ιστότοπους που έχουν έναν καλό αριθμό από ποιοτικά backlinks και θεωρούν τα site αυτά πιο σχετικά σε σχέση με τα άλλα στις σελίδες αποτελεσμάτων τους.

Όταν οι μηχανές αναζήτησης υπολογίζουν τη σχετικότητα ενός site με μια λέξη κλειδί, λαμβάνουν υπόψιν τον αριθμό των ποιοτικών εισερχόμενων links στο site. Έτσι λοιπόν δε θα πρέπει να αρκούμαστε απλά στο να δεχόμαστε links, αλλά να δεχόμαστε ποιοτικά links. Αν τα links προέρχονται από ποιοτικά site με σχετικό περιεχόμενο, τότε θεωρούνται ποιοτικά.

8.2.1 Black Hat και White Hat τεχνικές backlinks

Οι τεχνικές απόκτησης backlinks χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, στις black hat τεχνικές και στις white hat τεχνικές.

- Οι white hat τεχνικές είναι αυτές που προτείνονται από τις μηχανές αναζήτησης σαν κομμάτι σωστού και μη αυτοματοποιημένου σχεδιασμού.
- Οι black hat τεχνικές δεν εγκρίνονται από τις μηχανές αναζήτησης και θεωρούνται ως ένδειξη spam στο site.

Οι black hat τεχνικές αναφέρονται στην επιθετική χρήση SEO στρατηγικών και τακτικών που εστιάζουν μόνο στις μηχανές αναζήτησης και όχι στο ανθρώπινο κοινό και συχνά δεν υπακούουν στους κανόνες των μηχανών αναζήτησης. Οι τεχνικές black hat περισσότερο συχνά χρησιμοποιούνται από αυτούς που αποσκοπούν σε μία πολύ γρήγορη επιστροφή της οικονομικής επένδυσης στο site τους παρά σε μία μακροπρόθεσμη ποιοτική επένδυση.

Μια γνωστή τακτική τύπου black hat είναι τα λεγόμενα “Link Farms”. Πρόκειται για ένα group από sites τα οποία ανταλλάσσουν υπερσυνδέσμους με κάθε ένα από τα υπόλοιπα site του group. Αν και μερικά link farms φτιάχνονται

χειροκίνητα, τα περισσότερα από αυτά δημιουργούνται αυτόματα μέσω προγραμμάτων.

Άλλη μία διαδεδομένη τακτική τύπου black hat είναι τα μαζικά comment σε blogs τα οποία περιέχουν κείμενο (συνύθως άσχετο με το περιεχόμενο του blog) και στο τέλος έναν υπερσύνδεσμο προς το site. Και αυτή η μέθοδος τις περισσότερες φορές πραγματοποιείται αυτόματα μέσω προγραμμάτων.

Στην “αντίπερα όχθη”, και συγκεκριμένα σε αυτήν που προτείνουν οι μηχανές αναζήτησης, βρίσκονται οι white hat τεχνικές. Σύμφωνα με αυτές τα backlinks θα πρέπει να δημιουργούνται με απόλυτα φυσικό τρόπο και να είναι αποτέλεσμα ποιοτικής δουλειάς στην ιστοσελίδα. Για παράδειγμα, έχοντας ποιοτικό και χρήσιμο περιεχόμενο, μια άλλη σελίδα τοποθετεί σύνδεσμο προς την σελίδα διότι θεωρεί πως το συγκεκριμένο περιεχόμενο είναι εξαιρετικό και θα πρέπει να το δουν και οι χρήστες της δικιάς τους σελίδας.



Εικόνα 13: Black Hat Vs. White Hat SEO

8.3 Δραστηριότητα στα Social Media

Η χρησιμοποίηση των link ως off page παράγοντα ήταν ένα μεγάλο άλμα προς τα εμπρός για τις μηχανές αναζήτησης. Όμως, με την πάροδο του χρόνου έχασαν κάποια από την αξία τους για μερικούς λόγους. Μερικά site δεν δίνουν εξωτερικά link. Άλλα μπλοκάρουν τα links για να καταπολεμήσουν το spam. Και φυσικά, τα links πωλούνται και αγοράζονται, κάνοντας τα να τα εμπιστεύονται λιγότερο.

Στρεφόμαστε λοιπόν στα social media. Αν τα link είναι ένας τρόπος για τους ανθρώπους να ψηφίσουν υπέρ των site, τότε τα social media shares αναπαριστούν έναν εξαιρετικό τρόπο συνέχισης αυτής της συμπεριφοράς. Έχουμε δύο σημαντικούς παράγοντες κατάταξης. Την φήμη στα social media και τον αριθμό share στα social media.

8.3.1 Φήμη στα Social Media (Social Reputation)

Όπως οι μηχανές αναζήτησης δεν θεωρούν όλα τα links ισάξια, έτσι επίσης δεν θεωρούν όλους τους social λογαριασμούς ισάξιους. Αυτό είναι λογικό διότι οποιοσδήποτε μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμό σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Οπότε είναι δύσκολο να εμποδίσεις κάποιον να κάνει πολλούς ψεύτικους λογαριασμούς.

Στην ιδανική περίπτωση θα θέλαμε να συνδεόμαστε με social media accounts με καλή φήμη. Είναι καλό να συμμετέχουμε σε σχετικά societies ώστε να δρούμε με πραγματικό τρόπο όπως θα κάναμε με τους πελάτες μας στην πραγματικότητα.

Δεν αρκεί λοιπόν, να έχουμε πολλούς χιλιάδες followers για παράδειγμα στο Twitter, οι οποίοι σε ένα μεγάλο ποσοστό θα είναι fake και μη σχετικοί λογαριασμοί, αλλά θα πρέπει να έχουμε σχετικό, ποιοτικό κοινό στα social media.

8.3.2 Πλήθος shares στα Social Media (Social Shares)

Οι κοινοποιήσεις στα social media είναι εξαιρετικής σημασίας. Συμβαίνουν πάντα καλά πράγματα όταν περισσότερος κόσμος βλέπει το site μας, οπότε το πλήθος των shares παίζει σημαντικό ρόλο.

Η συμμετοχή στα social media είναι απαραίτητη. Αν δεν έχεις λογαριασμό Twitter, σελίδα στο Facebook η σελίδα στο Google+ τότε σίγουρα δεν χτίζεις ένα δίκτυο το οποίο θα βοηθήσει στο να εξαπλωθεί το περιεχόμενο, το site και η επωνυμία σου.

8.4 Methoni Apartments & Social Media

Από το Methoni Apartments δε θα μπορούσαν να λείπουν οι λογαριασμοί στα δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Δημιουργήθηκαν λογαριασμοί στο Facebook, στο Twitter και στο Google+. Πληροφορίες για τους λογαριασμούς και τα πλεονεκτήματα που μας προσφέρουν θα δούμε παρακάτω.

8.4.1 Σελίδα Facebook

Το Facebook είναι ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε στις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους και να τους ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές πληροφορίες τους.

Το να έχει η επιχείρηση/site σας μια σελίδα Facebook βοηθάει στο να είναι:

- **Ανακαλύψιμη:** Όταν οι χρήστες ψάχνουν για την επωνυμία σας στο Facebook θα μπορούν να σας βρουν
- **Συνδεδεμένη με το κοινό:** Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τη σελίδα, να διαβάζουν τα post, να κάνουν like αλλά και να κοινοποιούν τις δημοσιεύσεις

- **Ενημερωμένη:** Το analytics εργαλείο της σελίδας Facebook βοηθάει στην καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς και των αναγκών των πελατών

Παρακάτω σας παρουσιάζεται η σελίδα Facebook του Methoni Apartments



Εικόνα 14: Methoni Apartments Facebook Page

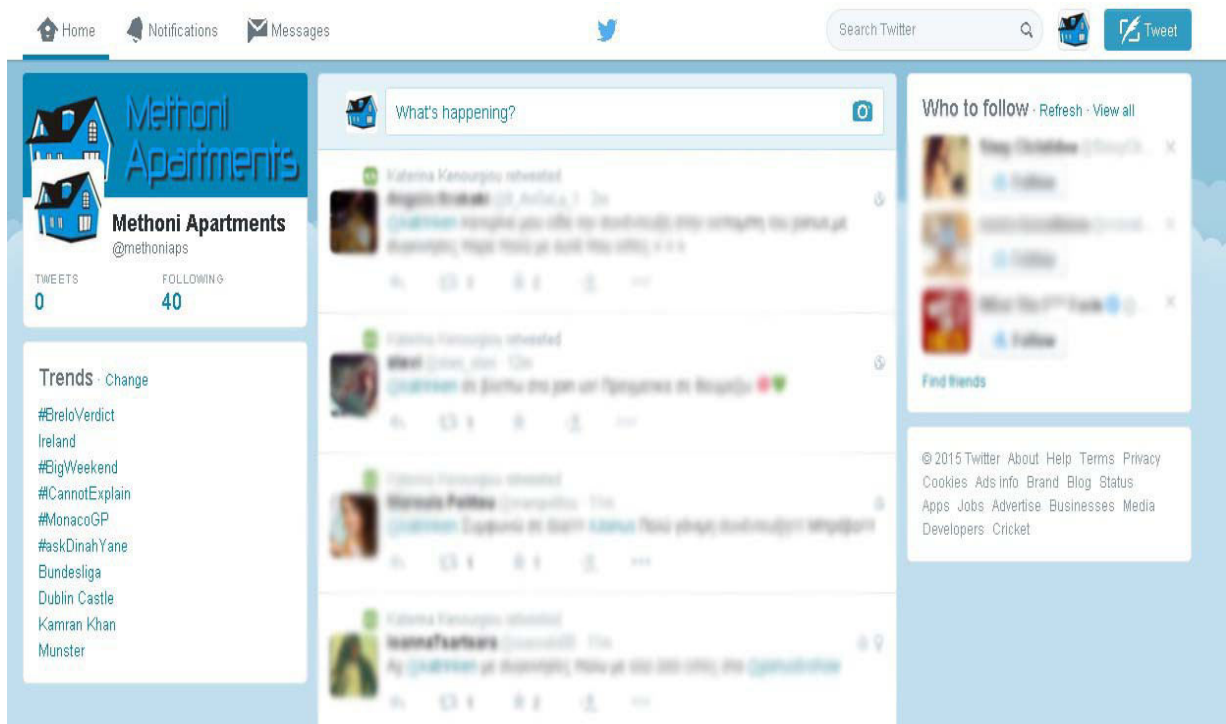
8.4.2 Λογαριασμός Twitter

Το Twitter είναι ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει τους χρήστες να στείλουν και να διαβάσουν σύντομα μηνύματα, 140 χαρακτήρων το περισσότερο, τα οποία ονομάζονται “tweets”.

Οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να στείλουν και να διαβάσουν “tweets”, ενώ οι μη εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν μόνο να διαβάσουν.

Το Twitter δημιουργήθηκε πριν λίγα χρόνια, συγκεκριμένα τον Μάρτιο του 2006 και τέθηκε σε λειτουργία μετά τον Ιούλιο του 2006. Δημιουργοί του είναι ο Jack Dorsey, ο Evan Williams, ο Biz Stone και ο Noah Glass.

Δημιουργήθηκε ένας λογαριασμός για το Methoni Apartments στο Twitter, τον οποίο σας παρουσιάζουμε παρακάτω.



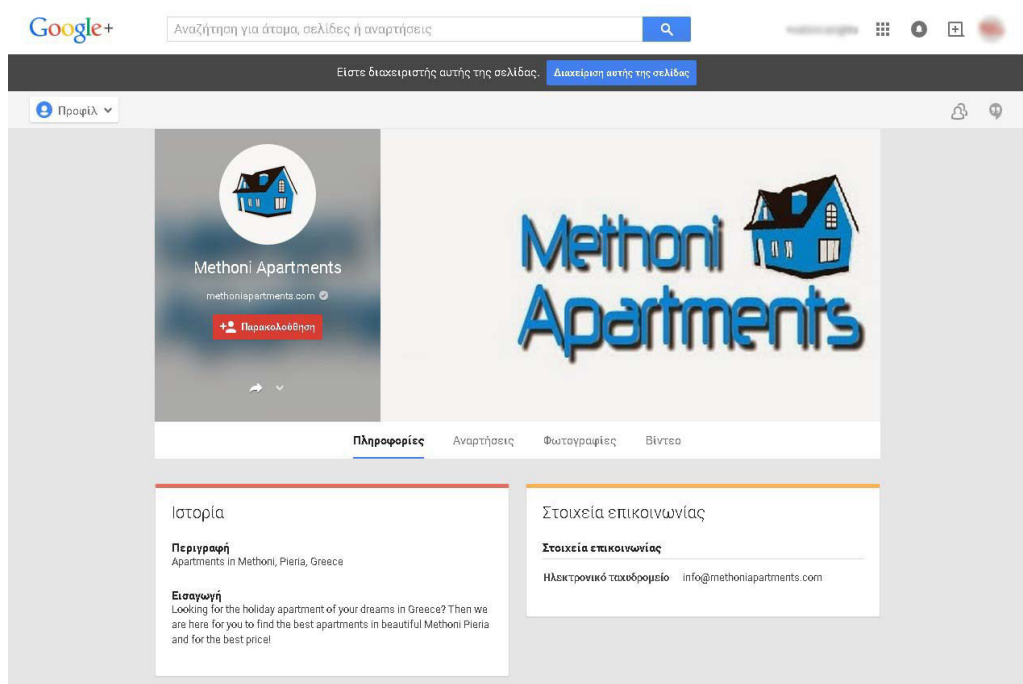
Εικόνα 15: Methoni Apartments Twitter Account

8.4.3 Σελίδα Google+

Το Google+ ξεκίνησε να λειτουργεί στις 28 Ιουνίου του 2011. Η Google έχει περιγράψει το Google+ ως ένα “κοινωνικό στρώμα” που βελτιώνει πολλές από τις online υπηρεσίες της, το οποίο δεν είναι απλά μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά είναι επίσης ένα εργαλείο συγγραφικού δικαιώματος που συνοδεύει, περιεχόμενο που βρίσκεται στον Παγκόσμιο Ιστό, άμεσα με τον ιδιοκτήτη/συγγραφέα του.

Είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο μετά το Facebook. Τα δύο κύρια πλεονεκτήματα του Google+ είναι η φωτογραφία και το χαρακτηριστικό “Hangout”. Μια ενημέρωση τον Οκτώβριο του 2013 εστίασε σε αυτά τα πλεονεκτήματα. Κάθε εβδομάδα ανεβαίνουν στο Google+ 1,5 δισεκατομμύρια φωτογραφίες.

Έχουμε δημιουργήσει μία σελίδα στο Google+ για το Methoni Apartments στην οποία έχουν αναρτηθεί περιγραφή και φωτογραφίες της ιστοσελίδας και σας την παρουσιάζουμε παρακάτω.



Εικόνα 16: Methoni Apartments Google+ Account

8.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό είδαμε πόσο σημαντικοί, αλλά επιπρόσθετα δύσκολοι στο να επιτευχθούν, είναι οι off page seo παράγοντες μιας ιστοσελίδας, όπως τα backlinks, η ηλικία του domain και η δραστηριότητα στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε κάποια εξαιρετικά SEO Tools που μας βοηθούν στην οργάνωση των SEO δραστηριοτήτων μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

SEO Tools

Για καλή μας τύχη, στο διαδίκτυο υπάρχουν πανίσχυρα εργαλεία τα οποία μας βοηθάνε να οργανώσουμε τις SEO δραστηριότητες μας. Μπορούμε να κάνουμε ανάλυση το site μας με τη βοήθεια τους και να βρούμε που υπάρχουν ατέλειες και μας παρουσιάζουν συμβουλές και καλές πρακτικές για την επίλυση των προβλημάτων.

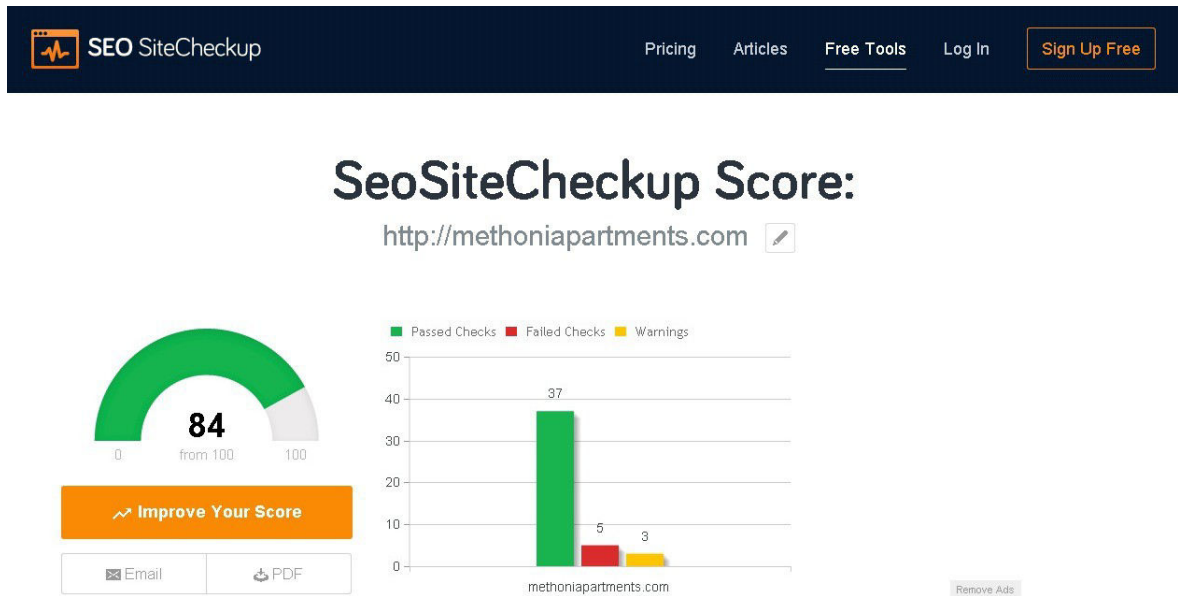
Άλλα εργαλεία είναι για την διευκόλυνση μας στη διαχείριση των δραστηριοτήτων μας και άλλα είναι για την ανάλυση και την εύρεση προβλημάτων του ιστότοπου μας. Παρακάτω σας παρουσιάζουμε τα σημαντικότερα.

9.1 Εργαλείο SEO ανάλυσης - *seositecheckup.com*

Το Seo Site Checkup είναι ένα πολύ χρήσιμο online εργαλείο το οποίο κάνει ανάλυση μιας ιστοσελίδας, πραγματοποιώντας πολλαπλά SEO tests διαφόρων παραγόντων και μετά την ολοκλήρωση των ελέγχων μας παρουσιάζει αναλυτικά τα test στα οποία πέρασε με επιτυχία ο ιστότοπος και αυτά στα οποία απέτυχε.

Το εξαιρετικό με αυτό το εργαλείο είναι ότι μας παρέχει οδηγίες και συμβουλές που ακολουθώντας τις θα βελτιώσουμε το score μας επιτυγχάνοντας σε test τα οποία είχαμε αποτύχει.

Παρακάτω παρουσιάζεται το online εργαλείο με το αποτέλεσμα της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε για το Methoni Apartments.



Εικόνα 17: SEO SiteCheckup

Βλέπουμε πως επιτεύχθηκε ένα πολύ καλό αποτέλεσμα στο SEO της σελίδας με score 84%.

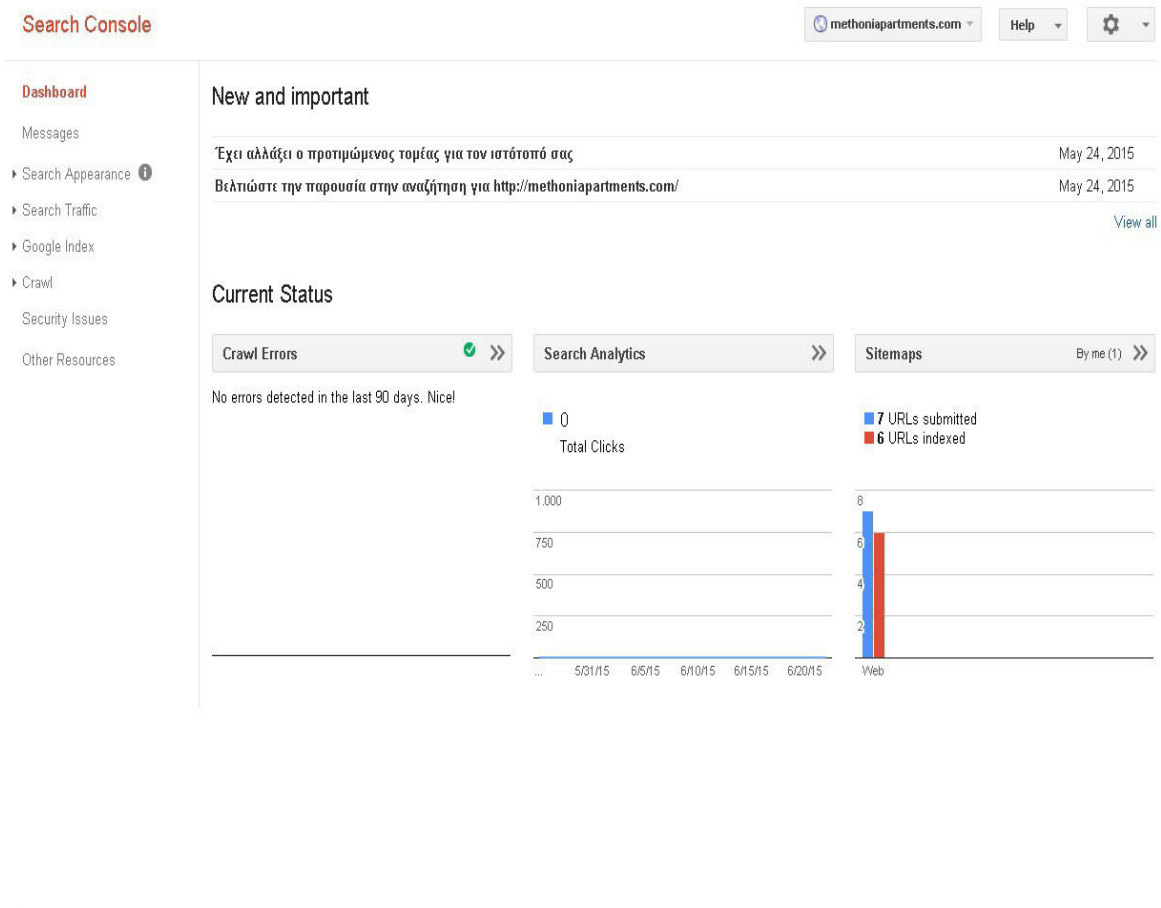
9.2 Google Webmaster Tools

Το Google Webmaster Tools είναι μια δωρεάν υπηρεσία που προσφέρεται από την Google και βοηθάει στην παρακολούθηση, μελέτη και συντήρηση της παρουσίας του site σας στις σελίδες αποτελεσμάτων της αναζήτησης Google. Δεν είναι απαραίτητο να εγγραφείτε στο Google Webmaster Tools για να περιλαμβάνεται το site σας στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης, αλλά πράττοντάς το καταλαβαίνετε το πως η Google βλέπει το site σας και ενισχύεται την κατάταξη του στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης.

Μερικοί εξαιρετικά σημαντικοί λόγοι για να χρησιμοποιήσετε το Google Webmaster Tools είναι οι παρακάτω:

- Σιγουρευτείτε ότι η Google μπορεί να έχει πρόσβαση στο περιεχόμενο του site σας
- Προσθέστε νέο περιεχόμενο για ανάγνωση από τη μηχανή αναζήτησης και αντίστοιχα αφαιρέστε ότι δε θέλετε να εμφανίζεται στις σελίδες αποτελεσμάτων
- Δημιουργήστε και παρακολουθήστε περιεχόμενο που προσφέρει οπτικά ελκυστικά αποτελέσματα αναζήτησης
- Παρακολουθήστε και επιλύστε ζητήματα malware ή spam ώστε το site σας να παραμείνει καθαρό από αυτά
- Δείτε ποιες προτάσεις αναζήτησης έκαναν το site σας να εμφανιστεί στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης
- Δείτε αν κάποιες προτάσεις αναζήτησης έφεραν στο site περισσότερη επισκεψιμότητα από άλλες προτάσεις
- Δείτε ποια sites έχουν υπερσυνδέσμους που οδηγούν στο site σας
- Δείτε αν αποδίδει καλά η mobile έκδοση του site σας για επισκέπτες που αναζήτησαν από κινητή συσκευή.

Παρακάτω σας παρουσιάζεται το περιβάλλον διαχείρισης του εργαλείου Google Webmaster Tools.



Εικόνα 18: Google Webmaster Tools

9.3 *Google PageSpeed Insights*

Το PageSpeed Insights είναι ένα εξαιρετικά χρήσιμο online εργαλείο της Google για την μέτρηση του Pagespeed, στο οποίο οι χρήστες πληκτρολογούν το url της σελίδας τους σε ένα text input και πατώντας το κουμπί της ανάλυσης, αναλύεται το site τους και έπειτα από χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός λεπτού εμφανίζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης.

Τα αποτελέσματα είναι διαθέσιμα σε δύο καρτέλες, η μία για πρόσβαση από κινητές συσκευές και η άλλη από επιτραπέζιους υπολογιστές, και αφορούν την ταχύτητα φόρτωσης της σελίδας. Αυτή όπως είναι αναμενόμενο μας παρουσιάζεται σε score με άριστα το 100.

Εκτός από το score, σε κάθε καρτέλα εμφανίζονται οι τομείς στους οποίους το site είναι πετυχημένο από άποψη ταχύτητας, και άλλους στους οποίους έχει αποτύχει, καθώς επίσης και χρήσιμες συμβουλές για τη διόρθωση τους.

Το εξαιρετικό αυτό εργαλείο της Google είναι προσβάσιμο εντελώς δωρεάν μέσω του παρακάτω url:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Παρακάτω σας παρουσιάζουμε το αποτέλεσμα μέτρησης για το Methoni Apartments το οποίο βρίσκεται σε υψηλό βαθμό της τάξεως του 82% και όπως βλέπουμε υπάρχει πρόταση χρησιμοποίησης cache στον ιστότοπο, επιβεβαιώνοντας τη χρησιμότητα του εργαλείου για τις συμβουλές του.

Κινητά Επιτραπέζιος υπολογιστής

82 / 100 Σύνοψη προτάσεων

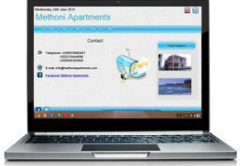
Εξετάστε το ενδεχόμενο να επιδιορθώσετε:

Αξιοποίηση της λειτουργίας προσωρινής αποθήκευσης του προγράμματος περιήγησης

Ο καθορισμός μιας ημερομηνίας λήξης ή μιας μέγιστης ηλικίας στις κεφαλίδες HTTP για στατικούς πόρους συνιστά στο πρόγραμμα περιήγησης τη φόρτωση πόρων που έχουν ληφθεί στο παρελθόν, από τον τοπικό δίσκο και όχι μέσω του δικτύου.

Αξιοποίηση της λειτουργίας προσωρινής αποθήκευσης του προγράμματος περιήγησης για τους παρακάτω πόρους με δυνατότητα προσωρινής αποθήκευσης:

- http://methoniapartments.com/css/button_bg.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/css/main.min.css (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/contact-us-icons.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/england-flag-icon.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/facebook-icon.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/greek-flag-icon-2.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/mail-icon.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/methoni-apartments-background.jpg (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/phone-icon.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/images/twitter-icon.png (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)
- http://methoniapartments.com/ges/widgets/methoni-apartments-box-1.jpg (η λήξη δεν προσδιορίστηκε)



Εικόνα 19: Google PageSpeed Insights

9.4 XML Sitemap Generator

Το Sitemap είναι ένα XML έγγραφο που απαριθμεί κάθε σελίδα του ιστοχώρου σας. Το έγγραφό αυτό ενημερώνει τις μηχανές αναζήτησης πότε προστίθενται νέες σελίδες στην ιστοσελίδα, πόσο συχνά πρέπει να γίνεται έλεγχος για ενδεχόμενες αλλαγές στις συγκεκριμένες σελίδες και τη σημαντικότητα τους σε σχέση με άλλα url του site. Χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο sitemap.org δεν είναι εγγυημένο ότι οι σελίδες μας θα συμπεριλαμβάνονται στις μηχανές αναζήτησης, όμως παρέχονται συμβουλές στις μηχανές ώστε να κάνουν καλύτερη ανάλυση του site. Μπορούμε να φτιάξουμε ένα XML Sitemap είτε χειροκίνητα είτε χρησιμοποιώντας κάποιο online εργαλείο.

Ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο αυτόματης δημιουργίας ενός XML Sitemap είναι το “XML-Sitemaps.com Sitemap Generator το οποίο είναι εντελώς δωρεάν και είναι προσβάσιμο στους χρήστες από το παρακάτω url:

<https://www.xml-sitemaps.com/>

Σε αυτό το online εργαλείο δημιουργίας XML Sitemap μας παρέχεται ένα πεδίο για την εισαγωγή του url της σελίδας μας, μια drop down λίστα επιλογών για την συχνότητα των αλλαγών στη σελίδα μας (διαθέσιμες επιλογές: Always, Hourly, Daily, Weekly, Monthly, Yearly και Never), radio button τελευταίας τροποποίησης της σελίδας μας (διαθέσιμες επιλογές: χειροκίνητη τοποθέτηση ημερομηνίας ή τοποθέτηση με βάση την απόκριση του Server) και radio button επιλογής προτεραιότητας. Επίσης, υπάρχει φυσικά ένα button που πατώντας το δημιουργείται το XML Sitemap.

Παρακάτω σας παρουσιάζουμε το online εργαλείο:

The screenshot shows the XML-Sitemaps.com website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Free Online Sitemap Generator', 'Unlimited Sitemap Generator', 'Online PRO Service', 'About Sitemaps', 'Forum', 'Testimonials', 'SEO Tools', and 'Contact'. Below the navigation bar, the main heading reads 'Build your Site Map online (XML, ROR, Text, HTML)'. A list of features is provided: 'Create an XML sitemap that can be submitted to Google, Bing, Yahoo and other search engines to help them crawl your website better.', 'Create a Text sitemap to have a plain list of all your pages.', 'Create a ROR sitemap, which is an independant XML format for any search engine.', and 'Generate an HTML site map to allow human visitors to easily navigate on your site.' Below this, a section titled 'Get it done in 4 Simple Steps' lists the process: 1. Enter your full website URL and some optional parameters in the form below. 2. Press 'Start' button and wait until the site is completely crawled. 3. You will be redirected to the generated sitemap details page, including number of pages, broken links list, XML file content and link to a sitemap file. Download the sitemap file using that link and put it into the domain root folder of your site. 4. Go to your Google Webmaster account and add your sitemap URL. The main form is titled 'Please enter details for sitemap generation' and includes fields for 'Starting URL' (with a text input containing 'http://'), 'Change frequency' (a dropdown menu set to 'None'), 'Last modification' (radio buttons for 'None', 'Use server's response', and 'Use this date/time: 2015-05-20 07:32:22'), and 'Priority' (radio buttons for 'None' and 'Automatically Calculated Priority'). A 'Start' button is prominently displayed, with a note that 'Maximum 500 pages will be indexed in sitemap'. To the right of the form, there is a 'News' section with several links to related articles and a testimonial from Hollie Schultz.

Εικόνα 20: XML Sitemap Generator

Για το Methoni Apartments χρησιμοποιήσαμε φυσικά το url της σελίδας (<http://methoniapartments.com>). Στη συχνότητα αλλαγών επιλέξαμε την ημερίσια, ενώ για την τελευταία τροποποίηση επιλέξαμε αυτήν της απόκρισης του Server. Τέλος επιλέξαμε αυτόματα υπολογιζόμενη προτεραιότητα. Παρακάτω μας παρουσιάζονται οι διαθέσιμες μορφές στις οποίες μπορούμε να κατεβάσουμε το XML έγγραφο μας. Επίσης να παρατηρήσουμε ότι επάνω δεξιά καταγράφεται και ο αριθμός των broken links της σελίδας, αν υπάρχουν.

The screenshot shows the XML Sitemaps.com interface. At the top, there's a navigation bar with options like 'Free Online Sitemap Generator', 'Unlimited Sitemap Generator', and 'Online PRO Service'. A notification box prompts the user to create a free PRO account. The main heading reads 'Your sitemap is ready!'. Below this, it states 'There are 2 steps left:' and lists two instructions: 1. Download the sitemap file (link provided) and upload it to the domain root folder. 2. Check that the sitemap is showing for you at the provided URL and add it to the Google Webmaster account. A 'Download Sitemap' section offers various file formats: un-compressed XML (1.52Kb), compressed XML (0.35Kb), HTML (3.72Kb), Text Format (0.38Kb), and ROR (3.69Kb). There's also an option to download all sitemaps in a single ZIP file. A form at the bottom allows the user to receive generated files via email. On the right side, there's a 'XML Sitemap details' box showing creation date (20 May 2015, 08:05), processing time (0:00:01s), pages indexed (9), pages size (0.06Mb), and broken links (None). Below this is a 'CyberLinkPro' advertisement and a 'Support' section with a testimonial and a PayPal donation button.

Εικόνα 21: XML Sitemap Generator Result Page

Τέλος, θα παρουσιάσουμε τη δομή του XML Sitemap του Methoni Apartments, το οποίο δημιουργήσαμε χρησιμοποιώντας το παραπάνω εργαλείο, γρήγορα και εύκολα.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset
  xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
    http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">

  <url>
    <loc>http://methoniapartments.com/</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1.00</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://methoniapartments.com/.</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>

  <url>
    <loc>http://methoniapartments.com/index.php?p=home</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://methoniapartments.com/index.php?p=info</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://methoniapartments.com/index.php?p=map</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.80</priority>
  </url>
</urlset>
```

```
</url>  
<url>  
  <loc>http://methoniapartments.com/index.php?p=history</loc>  
  <changefreq>daily</changefreq>  
  <priority>0.80</priority>  
</url>  
<url>  
  <loc>http://methoniapartments.com/index.php?p=contact</loc>  
  <changefreq>daily</changefreq>  
  <priority>0.80</priority>  
</url>  
</urlset>
```

9.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό είδαμε σημαντικά SEO Tools που βοηθούν στην ανάλυση του Site μας σχετικά με την ταχύτητα φόρτωσης και το SEO Score του, καθώς επίσης και το online εργαλείο αυτόματης δημιουργίας XML Sitemap. Στο επόμενο κεφάλαιο θα μπούμε στο Search Engine Marketing κομμάτι του Methoni Apartments και θα χρησιμοποιήσουμε

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

SEM & Methoni Apartments

Εκτός από τη βελτίωση του SEO (Search Engine Optimization) κομματιού του Methoni Apartments, θα πρέπει να κάνουμε και χρήση της τεχνολογίας SEM (Search Engine Marketing). Για την βελτίωση της ιστοσελίδας σε αυτό το κομμάτι θα χρησιμοποιήσουμε το πανίσχυρο Adwords της Google.

10.1 Google Adwords & Methoni Apartments

Το Google Adwords είναι αδιαμφισβήτητα το δημοφιλέστερο διαφημιστικό δίκτυο, καθώς ανοίκει στην περισσότερο χρησιμοποιούμενη μηχανή αναζήτησης. Το Google Adwords μπορεί να σας βοηθήσει να προσελκύσετε νέους επισκέπτες στον ιστότοπο σας, να αυξήσετε τις διαδικτυακές πωλήσεις και τις τηλεφωνικές κλήσεις που δέχεστε ή να ενισχύσετε την αφοσίωση των πελατών σας.

Μπορείτε να στοχεύσετε τις διαφημίσεις σας σε πελάτες που βρίσκονται σε συγκεκριμένες χώρες, περιοχές και πόλεις ή σε καθορισμένη απόσταση από την επιχείρηση ή το κατάστημα σας.

Το σημαντικότερο όλων είναι ότι οι χρήστες στο Google ανακαλύπτουν την επιχείρηση σας, ακριβώς τη στιγμή που αναζητούν όσα προσφέρετε.

Η εγγραφή στο Google Adwords είναι δωρεάν. Πληρώνετε μόνο όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμιση σας, για να επισκεφτεί τον ιστότοπο σας ή για να σας καλέσει. Με άλλα λόγια, όταν η διαφήμιση σας έχει αντίκρισμα.

Παρακάτω σας παρουσιάζουμε μία σελίδα πληρωμένων αποτελεσμάτων της Google στην οποία εμφανίζεται το Methoni Apartments μετά από πληρωμένη τοποθέτηση Adwords

Apartments in Methoni

Ad www.booking.com/Apartments-Methoni ▾

Book an **Apartment** in Methoni. Lowest price guarantee!
Free Cancellation · 24/7 Customer Service · Read Real Guest Reviews
World's Leading Online Travel Agency Website – World Travel Awards
Booking.com has 3,856,175 followers on Google+
No Booking Fees - Best Price Guarantee - Secure Booking - Book Now

Apartments in Methoni - Huge selection and great prices

Ad www.villas.com/Apartments-Methoni ▾

Book an **Apartment** in Methoni.
We Speak Your Language · Get Instant Confirmation · Verified Properties
Villas.com has 20,183 followers on Google+

Apartments in Methoni

Ad www.methoniapartments.com/ ▾

Pieria, Greece **Apartments** for sale in **Methoni**

Searches related to methoni apartments

methoni **holiday** apartments

methoni **hotels**

holiday rentals methoni



Εικόνα 22: Google Adwords Ads

10.2 Facebook Paid Posts & Methoni Apartments

Το Facebook στις μέρες μας αποτελεί το κυρίαρχο μέσο κοινωνικής δικτύωσης συνδέοντας καθημερινά εκατομύρια χρήστες. Το Facebook συλλέγοντας στοιχεία των χρηστών, όπως η ηλικία και η τοποθεσία και ενδιαφέροντα, όπως το είδος μουσικής, αποτελεί ένα πανίσχυρο εργαλείο διαφήμισης το οποίο μπορούμε να εκμεταλλευτούμε για την προώθηση του site μας.

Το είδος προώθησης που μας ενδιαφέρει είναι το post με πληρωμή το οποίο ενισχύει δραματικά την απήχηση της δημοσίευσής μας, που φυσικά θα είναι ένας σύνδεσμος στο site μας ώστε να αποκτήσουμε επισκεψιμότητα, που όπως είπαμε παραπάνω, θα είναι στοχευμένη με βάση στοιχεία και ενδιαφέροντα.

Θα μπορούσαμε απλά να προωθήσουμε ένα post με κείμενο με την διεύθυνση του ιστότοπου μας, αλλά το αποδοτικότερο είναι να δημιουργήσουμε αρχικά ένα ελκυστικό post με σχετικό κείμενο και φωτογραφία, ώστε να πετυχαίνει περισσότερα κλικ με λιγότερες προβολές (υψηλότερο CTR), και στη συνέχεια να προωθήσουμε επί πληρωμή το post αυτό.

Το Facebook για κείμενο περιγραφής του post χρησιμοποιεί το meta description της σελίδας μας. Για εμφάνιση της επιθυμητής φωτογραφίας ως thumbnail του post θα χρησιμοποιήσουμε το Open Graph Protocol του Facebook που αποτελεί κανόνες προσαρμογής του κοινωνικού ιστότοπου στη σελίδα μας.

Παρακάτω θα δούμε το κομμάτι κώδικα HTML και PHP που τοποθετήσαμε στο HEAD της σελίδας μας για αυτόν τον σκοπό.

```
<meta property="og:image" content="<?php
    if(!isset($_GET['p']))){
        echo "http://methoniapartments.com/images/sea3.jpg";
    }
    else{
        if($_GET['p']=="home"){
            echo "http://methoniapartments.com/images/sea3.jpg";
        }
        else if($_GET['p']=="info"){
            echo
            "http://methoniapartments.com/images/apartments/methoni-
            }
        else if($_GET['p']=="map"){
            echo "http://methoniapartments.com/images/sea3.jpg";
        }
        else if($_GET['p']=="history"){
            echo "http://methoniapartments.com/images/methoni/methoni-pieria-
            history.jpg";
        }
        else if($_GET['p']=="contact"){
            echo "http://methoniapartments.com/images/contact-us-icons.png";
        }
    }
?>">
```

Η PHP χρησιμοποιήθηκε για έλεγχο της τρέχουσας σελίδας στην οποία βρισκόμαστε.

Παρακάτω βλέπουμε ένα post του Methoni Apartments στη σελίδα μας στο Facebook και προβάλλεται και το κουμπί προώθησης του post.



Εικόνα 23: Facebook Post Preview

10.3 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε αυτό το τελευταίο κεφάλαιο εξετάσαμε δύο εξαιρετικά σημαντικές μεθόδους πληρωμένης προώθησης του site μας, που όχι μόνο αυξάνουν την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου μας, αλλά επιπλέον προσελκύουν στοχευμένο κοινό το οποίο ενδεχομένως ενδιαφέρεται για το περιεχόμενό μας και μπορεί να οδηγήσει σε επιθυμητή ενέργεια όπως μία πώληση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Adam Clarke – Search Engine Optimization 2015, πρώτη έκδοση, 2014
- [2] Caimin Jones - SEO Step-by-Step, πρώτη έκδοση, 2014
- [3] Dr. Andy Williams – SEO 2015 & Beyond, πρώτη έκδοση, 2015
- [4] Eric Enge, Stephan Spencer, Rand Fishkin, Jessie Stricchiola – The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization, πρώτη έκδοση, 2009
- [5] Jennifer Grappone, Gradiva Couzin – Search Engine Optimization: An Hour a Day, δεύτερη έκδοση, 2008
- [6] Jon Rognerud – Ultimate Guide to Optimizing Your Website, τρίτη έκδοση, 2014
- [7] Matthew Capala - SEO Like I'm 5, δεύτερη έκδοση, 2015
- [8] Mike Moran, Bill Hunt – Search Engine Marketing, Inc, δεύτερη έκδοση, 2008
- [9] Rand Fishkin, Thomas Hogenhaven – Inbound Marketing and SEO: Insights from the Moz Blog, πρώτη έκδοση, 2013
- [10] Sam Adodra – SEO Expert Strategies, πρώτη έκδοση, 2014
- [11] Shari Thurow – Search Engine Visibility, δεύτερη έκδοση, 2007

Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία

- [12] Moz, <http://moz.com>
- [13] Search Engine Land, <http://searchengineland.com/>
- [14] Self Storage Magnet, <http://selfstoragemagnet.com/>
- [15] Word Stream, <http://wordstream.com>
- [16] Yoast, <http://yoast.com>