



## Seo wgrzyza się w social

**Serwisy społecznościowe oraz mikroblogi na dobre zakotwiczyły się już w wirtualnym świecie. W branży SEO pojawia się coraz więcej dyskusji na temat tego, w jaki sposób mogą one wpłynąć na standardy działania marketingu w wyszukiwarkach. Fakty mówią bowiem same za siebie. Konkurenci Google inicjują integrację z social media a sam gigant wyszukiwania również nie pozostaje obojętny wobec ich ogromnego potencjału.**

Jeszcze do niedawna pojawiało się wiele opinii, iż media społecznościowe nie wpłyną w żaden sposób na działania związane z marketingiem w wyszukiwarkach. Ich dynamiczny rozwój, a także niezwykle szybko wrastająca liczba użytkowników przekroczyły jednak najśmielsze oczekiwania. Zdaniem niektórych ekspertów już teraz są one częścią wyszukiwania. Wiele testowanych i wprowadzanych do wyszukiwarek nowości ma związek właśnie z mediami społecznościowymi.

### **Społeczeństwo zmienia przyzwyczajenia**

Trudno zanegować fakt, iż serwisy społecznościowe oraz mikroblogi pojawiły się w momencie, kiedy społeczeństwo w coraz większym stopniu zaczęło odczuwać zmęczenie tradycyjnymi środkami przekazu reklamowego, które często postrzegane są wręcz jako „natarczywe”. Już wcześniej możliwości samodzielnego pozyskiwania informacji o produktach i usługach w Internecie cieszyły się sporym zainteresowaniem. Konsumenci przeglądali strony producentów, czytali informacje na portalach branżowych oraz blogach. Media społecznościowe wprowadziły jednak prawdziwą rewolucję. Pozwoliły bowiem na utożsamianie się z daną marką poprzez otwartą dyskusję, a przede wszystkim poprzez zabawę. Pojawienie się narzędzi Web 2.0 z pewnością przyczyniło się do tego, iż społeczeństwo zmieniło swoje przyzwyczajenia związane z poruszaniem się w sieci, w tym również korzystaniem z wyszukiwarki. Obecnie coraz częściej Internauci swoje zapytania wprowadzane do wyszukiwarki redagują tak, jak gdyby zadawali je „żywej” osobie. Stali się oni także bardziej szczegółowi i wymagający. W związku z czym pozycjonerzy zmuszeni są dobierać frazy o coraz węższym zakresie semantycznym nie tylko ze względu na rosnącą konkurencję.

## **Content jeszcze ważniejszy**

Jedną ze złotych zasad marketingu oraz działań związanych z kreowaniem wizerunku jest, aby być tam gdzie przebywają nasi potencjalni odbiorcy. Większość społeczeństwa pozyskuje swoją wiedzę w Internecie wobec czego prawidłowo prowadzone działania ePR zyskują coraz większą wagę. Jednocześnie dzięki generowanemu poprzez nie contentowi stanowią silne wsparcie dla pozycjonowania. W wielu prognozach dotyczących przyszłości działań SEO przypuszcza się, iż już niebawem najlepszą dla nich strategią będzie content marketing, który okaże się ważniejszy niż zalecenia techniczne. Już w chwili obecnej pozycjonerzy coraz częściej pozyskują linki z różnego rodzaju serwisów branżowych, blogów czy for internetowych. Jednocześnie w samych serwisach społecznościowych generowana jest na niespotykaną dotąd skalę ilość contentu. Najwięksi giganci wyszukiwania już w chwili obecnej testują możliwości jego wykorzystania. Jak podaje w swoim najnowszym raporcie znana firma badawcza MarketingSherpa większość pracowników amerykańskich agencji seo uważa, że w przyszłości najmocniej dotknie ich personalizacja wyszukiwania. Drugą innowacją najprawdopodobniej będzie real time search czyli przeszukiwanie mikroblogów.

## **Wyścig po social**

Do tej pory najwięksi gracze na rynku wyszukiwania ze spokojem obserwowali rozwój mediów społecznościowych. Obecnie sytuacja ta uległa zmianie. Jako pierwszy „zmowę milczenia” przerwał Microsoft wprowadzając facebookowe „lajki” do algorytmu Bing. Wyszukiwarka zaczęła korzystać z facebookowej funkcji Instant Personalization, która umożliwiła zewnętrznym serwisom pobieranie z Facebooka danych jego użytkowników. Dzięki temu będzie ona uwzględniała wyniki „zaliczkowane” przez facebookowych znajomych. Mają się one wyświetlać nad zwykłymi wynikami wyszukiwania z dopiskiem „Liked by your Friends”. Niewiele później również Google rozpoczęło testowanie w swojej wyszukiwarce kilku nowych funkcjonalności związanych z serwisami społecznościowymi. Dzięki nim w Google pojawiły się min. informacje o tym ile razy dany link był udostępniany, a także ile można znaleźć artykułów na podobny temat. W wyszukiwarce pojawił się również pasek aktualizacji, na którym wyświetlana jest liczba statusów w serwisach społecznościowych dotyczących danego tematu. Jedną z największych testowanych przez Google nowości jest wyświetlanie rekomendacji z Facebooka. Najważniejszą różnicą między rekomendacjami wyświetlanymi przez Google a zaimplementowanymi niedawno w Bing jest, że Bing pokazuje wyłącznie te od facebookowych znajomych. Tymczasem Google pokazuje komentarze i linki pochodzące od wszystkich użytkowników sieci społecznościowych. Dodatkowo Google testuje również tzw. „Recent Updates” czyli ramkę, która pokazuje najnowsze aktualizacje tematów pojawiających się w mediach społecznościowych. Co więcej, gigant wyszukiwania rozpoczął również testy funkcji spinającej konta z Twittera z Google News.

Internet to zdecydowanie najszybciej zmieniające się medium. Aby móc prowadzić efektywne działania z zakresu marketingu w sieci z pewnością należy na bieżąco śledzić pojawiające się tutaj nowości. Z pewnością nie wszystkie z nich mają równie istotne znaczenie dla branży SEO/SEM. Pracownicy amerykańskich agencji SEO w raporcie MarketingSherpa przyznają, iż nadal dla każdej kampanii pozycjonowania najważniejsze jest stałe badanie słów kluczowych, a także link building, optymalizacja stron oraz title tagów. Działaniom z zakresu social media przypisują oni mniejsze znaczenie. Zmiany w Bing i Google wyraźnie wskazują jednakże na to, iż najwięksi gracze na rynku wyszukiwania coraz poważniej traktują potencjał social media. Mogą one więc nabrać większego znaczenia dla rozwoju SEO w przyszłości.

Autor: Dagmara Szkudlarek- Nowatkowska  
mail: [dagmara.nowatkowska@silence.pl](mailto:dagmara.nowatkowska@silence.pl)

### **Informacje o firmie Silence!**

Silence! już od 2005 znajduje się w gronie firm zajmujących się profesjonalną reklamą w wyszukiwarkach internetowych. Łącząc rzetelną wiedzę merytoryczną oraz wieloletnie doświadczenie z sukcesem realizuje [kampanie pozycjonowania](#) oraz [PPC](#). Wychodząc naprzeciw potrzebom swoich klientów Silence! oferuje również usługi z zakresu [copywritingu](#) oraz [ePR](#).

Specjaliści Silence! są jednocześnie prelegentami na wielu konferencjach branżowych tj. [SilesiaSEM](#) czy [Akademia Dla Przedsiębiorczych](#). Firma może pochwalić się także wieloma artykułami związanymi z tematyką marketingu i PR-u w wyszukiwarkach.

Więcej informacji: [www.silence.pl](http://www.silence.pl)