

Co zrobić, żeby Google obraziło się na twoją stronę, a czytelnicy umarli z nudów?

Oto 5 trików, dzięki którym:

- skutecznie zaszyjesz się na trzydziestej stronie wyników w Google
 - twoi czytelnicy po paru zdaniach zejdą z tego świata
-

1) Wywołaj mdłości już na wstępie

Weź głęboki wdech i przeczytaj ten akapit:

Wyekstrahowanie polimorficznych koincydencji multiprotagonistycznego wyalieniowania kafkowskiego uniwersum społeczno-kulturalnego w końcowym stadium liryki XIX-wiecznych poetów flamandzkich, na które nakłada się często koherentne współuczestniczenie konwergentnych ograniczeń, nie jest zadaniem łatwym i prostym. W niniejszym artykule postaram się jednak skrótowo wytłumaczyć to arcyciekawe i niewątpliwie ze wszechmiar intrygujące zjawisko.

Nie wiem, jak udało ci się przez to przejść, ale ja podczas

pisania tych dwóch zdań **trzy razy przysnąłem**.

To nic, że **potem** będzie ciekawie. Że zaczniesz sypać dowcipami. Że wstawisz nawet najśmieszniejszy kawał na świecie (choć akurat ten poniżej jest naprawdę fajny):

Jeśli początek tekstu będzie odstraszał – **nikt normalny** nie dotrwa do tego momentu.

2) Przesyć tekst słowami kluczowymi albo nie dodawaj ich wcale

Słowa kluczowe są jak **sól**, którymi przyprawia się zupę.

Sytuacja nr 1:

Może się zdarzyć, że do garnka wpadnie ci **cała solniczka**. Tak jak w tym tekście na stronę copywritera z Krakowa:

Copywriter to człowiek wykonujący copywriting. Kraków to miasto copywriterów utrzymujących się z copywritingu, a małopolskie to województwo pełne copywriterów, których najwięcej jest ich w Krakowie – copywriterskiej stolicy copywriterów. Bo copywriting to coś więcej niż zawód copywritera. To styl życia copywritera utrzymującego się z copywritingu (w Krakowie, ale nie tylko).

Sytuacja nr 2:

Równie dobrze możesz w ogóle zapomnieć o posoleniu zupy.

Zobacz tekst pozbawiony powtarzających się słów kluczowych. Wyobraź sobie przy okazji minę bota Google – biedak nie może znaleźć tutaj żadnego punktu zaczepienia, **żadnej myśli przewodniej spajającej tekst:**

Eugeniusz to człowiek wykonujący ramy do wózków dziecięcych, Bombaj to miasto pisarzy utrzymujących się z pieczenia ciastek zbożowych, a małopolskie to województwo pełne gołębi, których najwięcej jest ich w Radomiu – historycznej stolicy polskiego rocka progresywnego. Bo modelarstwo to coś więcej niż zawód sprzedawcy precli. To styl życia szewca utrzymującego się z handlu bronią (w Pekinie, ale nie tylko).

3) Kopiaj teksty od innych

Najlepiej w całości. Kropka w kropkę. Duplikuj bez zahamowań, a nagroda cię nie ominie.

Nie pisz swoimi słowami, bo niechcący zgubisz sens cudzego tekstu. Bo coś przekręcisz i wyjdzie ci to, co Chińczykom, którzy postanowili skopiować Poloneza (najprawdopodobniej ze zdjęć □

4) Rozciągnij tytuł strony lub artykułu

Nie przejmuj się tym, że tytuł ma mieć określoną liczbę znaków (dla porządku powiem, że w **okolicach sześćdziesięciu znaków warto zacząć już podchodzić do lądowania**).

Nie przejmuj się też tym, że wyrazy z lewej strony tytułu mają większą moc od tych z prawej strony.

Rób swoje:

*Fatalne skutki noszenia kapelusza w maju przez leworęcznego pisarza prawą ręką w środku nocy o szóstej nad ranem uczynione, czyli jak, gdzie i kiedy można znaleźć trzeźwego na umyśle i niepodupadłego na duchu **copywritera w Krakowie***



5) Zignoruj nagłówki, podkreślenia, pogrubienia

Nagłówki H1, H2, H3 to informacja dla robotów Google.

Dzięki znacznikom, wiedzą one, że tekst zamknięty między <h1> a </h1> jest **o niebo ważniejszy** od tekstu uwięzionego między <h6> a </h6>.

To także informacja dla czytelnika.

A konkretnie dla jego wzroku, który zatrzymuje się na nagłówkach (ale także na pogrubieniach czy wypunktowaniach) jak **pociąg podmiejski na kolejnych przystankach**.

Przy każdym nagłówku nasz zaspany pasażer **budzi się**, rozgląda dookoła, po czym zasypia dalej.



„Obudźcie mnie, jak ten beznadziejny artykuł się skończy”.

Pozbawiając tekst nagłówków sprawiasz, że twój czytelnik obudzi się zdziwiony gdzieś w okolicach stopki, czyli miejsca na stronie, na której znajdują się teksty typu

Proudly powered by WordPress.

Tylko czy WordPress naprawdę jest dumny z napędzania tak śmiertelnie nudnej strony?

Czy to wszystko?

Oczywiście, że nie. Ale na początek wystarczy.

Czy stosuję się do tych rad?

A znasz przysłowie o szewcu bez butów? □
