

SEO AUDIT

trefsport.com

Predrag Vujnović

Osnovni Cilj SEO Strategije

Naš primarni cilj putem ove SEO strategije jeste da znatno povećamo vidljivost na Google pretraživaču za trefsport.com internet trgovinu. Time ćemo privući veći broj posetilaca iz naše ciljne publike i, samim tim, ostvariti značajan rast profita i prometa. Naša strategija se temelji analizi trenutne vidljivosti i proceni tržišnog potencijala.

Ključni Pokazatelji Performansi (KPI) - Merenje Uspešnosti SEO Plana

Jedini relevantan pokazatelj za merenje uspešnosti naših SEO aktivnosti u ovom projektu je značajno povećanje prodaje. To ćemo postići upoređujući promet pre i posle implementacije našeg SEO plana.

Vremenski Plan

Planiramo da završimo izradu našeg SEO plana do 15. oktobra 2023. Nakon toga, organizovaćemo sastanak sa ključnim osobama u projektu kako bismo detaljno razmotrili akcioni plan za sprovođenje svih preporuka koje su navedene u SEO planu i krenuli u implementaciju istih.

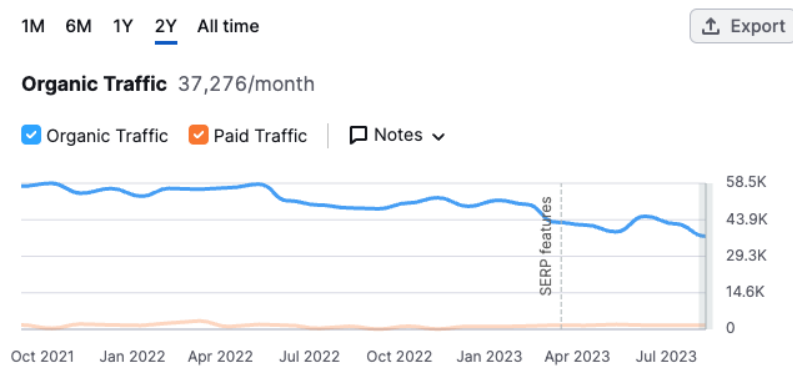
Analiza Trenutnog Stanja SEO-a

Ove godine, Google je uveo dve nove regulative i ažuriranja u vezi veštačke inteligencije koje sve vlasnike sajtova obavezuju da ispune. Ovi zahtevi imaju za cilj poboljšanje korisničkog iskustva i pozicioniranja na Google pretraživaču. Važno je napomenuti da sajtovi koji ne ispunjavaju ove nove standarde i zahteve Google-a će biti podložni kaznama, uključujući delistovanje ili pad u rangiranju na Google pretraživaču. To će značajno uticati na broj poseta našem sajtu i, samim tim, na naše konverzije i online prodaju.

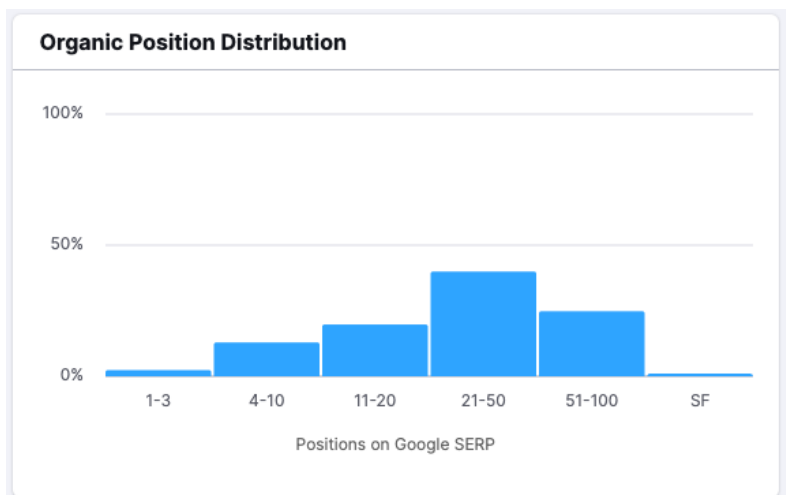
Detaljna Analiza Aktuelnog SEO Stanja Sajta

Za dubinsku analizu trenutnog SEO stanja našeg sajta, koristimo podatke prikupljene tokom poslednjih dve godine. Naša analiza otkriva zabrinjavajuće trendove.

Kao što jasno pokazuje grafikon u nastavku, primetan je kontinuirani pad posećenosti sajta iz meseca u mesec. Ovaj alarmantni trend ima dvostruke posledice: smanjuje autoritet samog sajta - brenda i negativno utiče na pozicije na Google pretraživaču. Očigledno je da ovakav pad u vidljivosti na internetu direktno rezultira smanjenjem prodaje.



Na grafiku prikazanom ispod, evidentno je da se nalazimo u vrlo ograničenom broju ključnih reči koje rangiraju u prvih 3 rezultata na Google pretraživaču. Ovaj problem zahteva pažnju i hitne promene.

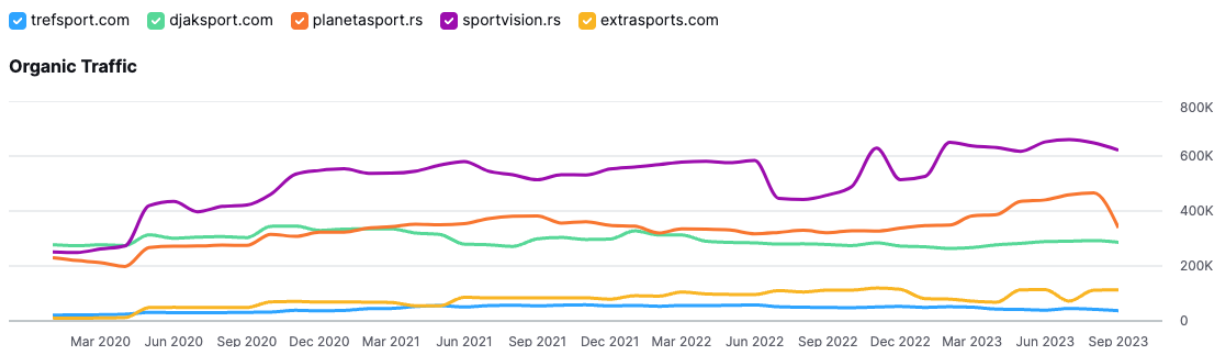


Analizom smo otkrili da se u ovim privilegovanim prvim pozicijama rangiramo uglavnom za nazive našeg brenda.

Da bismo ostvarili stvaran rast i privukli nove kupce, ključno je proširiti svoju vidljivost na Google-u za širok spektar relevantnih ključnih reči koje su vezane za naše proizvode ili usluge. Naša nova SEO strategija će se fokusirati na ovu bitnu komponentu kako bismo osigurali da naš sajt bude primećen od strane šire publike, dovodeći do povećanja konverzija i prodaje.

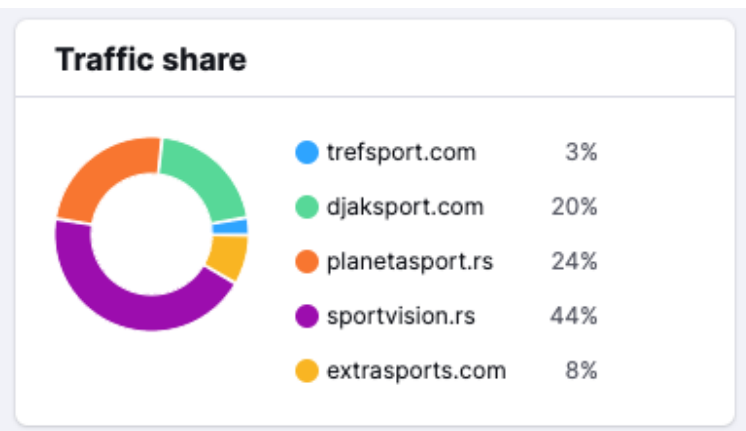
Analiza konkurencije

Za dubinsku analizu konkurencije, pažljivo smo izabrali pet najposećenijih domaćih sajtova u našoj istoj branši. Primetili smo značajan rast poseta na sajtovima naše konkurencije, pri čemu su neki čak ostvarili višestruki rast u poslednje dve godine.



Grafik na slici prikazuje rast broja organskih poseta na Google-u u poslednje dve godine za naše konkurentske firme. Grafik je poređen po performansama u odnosu na Trefsport sajt koji je plave boje. Ovaj pregled jasno pokazuje da je konkurencija u našoj branši postigla značajan napredak u povećanju svoje vidljivosti na internetu. Ovo je jasna indikacija da moramo hitno preduzeti korake kako bismo ostali konkurentni i ostvarili sličan rast.

Kako bismo stekli sveobuhvatan uvid u performanse našeg sajta i konkurencije, sproveli smo analizu ukupnog broja posetilaca koji su posetili naš sajt i sajtove konkurencije. Ovaj analitički pristup omogućava nam da jasnije uočimo koja firma beleži najveći rast posećenost.

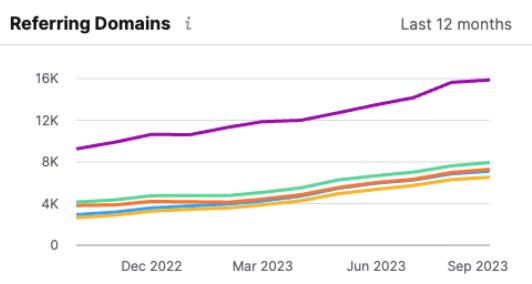


Analiza Strukture Backlinkova

Analizom Backlinkova ustanovili smo da nemamo zavidan broj backlinkova, dok preko 50% trenutnih backlinkova čine toksični linkovi koji bi trebalo da se očiste. Većina naših backlinkova ne potiče sa autoritativnih izvora u našoj industriji. Isticanje važnosti ovog aspekta je ključno. Nastavak rada na optimizaciji i izgradnji kvalitetne backlink strukture je neophodan kako bismo podigli autoritet našeg sajta. S obzirom na porast broja internet prodavnica i oštru konkurenciju u ovoj oblasti, od vitalnog je značaja da nastavimo sa ovim naporima.

Na slici ispod možemo videti strukturu backlinkova konkurentske strane, zajedno sa brojem poseta koje oni generišu. Takođe smo vizualno predstavili rast broja backlinkova, omogućavajući nam da lako uočimo koji sajt beleži najveći porast.

Domain/URL	Authority Score	Referring Domains	Backlinks	Referring IPs	Monthly Visits	Organic Traffic
trefsport.com	27	7.1K	634K	6.7K	41.3K	39K
djaksport.com	38	7.9K	2.8M	7.4K	822K	315K
planetasport.rs	38	7.3K	749K	7K	1.7M	345K
sportvision.rs	41	15.9K	14.3M	14.1K	968K	639K
extrasports.com	30	6.5K	672K	6.2K	244K	115K



Razvoj Bloga: Ključ za Bolju Vidljivost na Google-u

Želelim da pohvalim ideju pokretanje bloga i kontinuirani rad na blogu. Međutim, trenutni problemi sa blogom ukazuju na to da moramo obratiti posebnu pažnju na SEO standarde kako bismo postigli željene rezultate. Prvenstveno, primetili smo da postoje ključni parametri koji nisu zadovoljeni, kao što su odsutni H1 naslovi, neadekvatno koncipiran Head Title, loša meta deskripcija i odsustvo alt tekstova.

Bitno je posvetiti se unapređenju ovih nedostataka kako bismo osigurali da Google pravilno indeksira naše blog postove i da oni zaista služe svrsi. Implementacija ovih osnovnih SEO standarda pomoći će nam da bolje pozicioniramo naš sadržaj na Google pretraživaču i privučemo više ciljane publike.

Takođe kroz blog bi trebali da korisnike upoznajemo sa našim proizvodima i iste linkujemo radi poboljšanja vidljivosti na google-u.

Potencijal (Quick Wins)

Trenutno najviše poseta donosi ključna reč "tref sport" , što čini poko 20% svih poseta na našem sajtu. Iako je to pozitivno za prepoznatljivost brenda, važno je napomenuti da ovo ne privlači nove korisnike ili potencijalne kupce. Umesto toga, ovi rezultati često privlače već postojeće korisnike koji su već upoznati sa našim brendom ili su prethodno obavili kupovine kod nas.

Drugi izvor poseta jeste shop odnosno kategorije proizvoda, neravnomerno raspoređene kategorije ,podkategorije opisi istih, donose nešto više od 40% poseta sa google dok ukupno učešće u transakcijskom delu je 35%. Što govori da je Google glavni izvor konverzija za ovu stranicu

Treća stvar koju vredi napomenuti da imamo malo veci broj ključnih reči koji se nalaze na drugoj stranici Googla, što prstavlja veliki potencijal i olakšava nam dodatne spajanje unutar budućih zadataka.

Ne osvrćući se na taj deo , bitno je spomenuti da je svaki tip stranice potrebno ispraviti , da bi kroz tehničku optimizaciju tj. Onepage faktore došli do boljih SEO rezultata. Uzimajući u obzir da već postoji Blog bez dodatnog eksternog tj offpage link buildinga došli smo na nekih dobrih pozicija na google. Velika je verovatnoća da uz dobre SEO temelje i doradjivanje tekstova na stranicama, kategorijama, podkategorijama i u samom blogu možemo dostići zavidne ciljeve.

To podrazumeva i pisanje novih tekstova , prije svega kvalitetnijih i dužih blog članaka.

Uz pravilno raspoređivanje link juice-a kroz jednostavan element prefooter možemo osnažiti landing page-eve koji su u blizini ulasku top 10. TO su sledeće ključne reči

Ključne reči , pozicije kao i posećenost

kopacke	11	9900
muške jakne	11	5400
decije patike	11	3600
patike za kosarku	13	5400
papuce muske	11	1900
zenske jakne	11	3600
kopacke za decu	14	6600
muške cipele	15	8100

muske papuce	12	2900
fudbalske lopte	11	1300

Neki od Url-ova su već bili na boljim pozicijama i donosili su nam prodaje.

Jedan od glavnih problema websajta jeste da iz ugla google boot-a tj. Robota koji analizira stranice je nedovoljno teksta. Takođe tekst koji se nalazi kao sto smo rekli i u blogu nije urađen pravilno.

Po temeljnim SEO vrednostima uviđamo da imamo nekoliko velikih rupa uzeli smo za primer Skechers stranicu koja ima oko 12 hiljada pretraga mesечно a trefsport se pozicionira na osmom mestu.

Po temeljnim SEO vrednostima uviđamo da imamo nekoliko velikih rupa

1. Meta description, koji je ključan za dobar CTR unutar SERPova na kraju krajeva da korisnik odluči da li će nas na kraju od svih pretraga izabrati i kliknuti, je 844 karaktera a vidljivih je samo 170.
2. Na stranici H1 tag je brend
3. Deskripcija na stranici je generička verovatno prepisana sa drugog sajta i govori o brendu što predstavlja duplicate content
4. Za proizvode su korišteni H2 tagovi što takodje nije po SEO standardima

Kompletne OnePage mere za implementaciju po tipu stranice:

Stranica SKECHERS Stranica

Primarni keywordu

Skechers patike (12100 pretraga)

Trenutna pozicija 8

Sekundarni keyword

Skechers zenske patike (3600 Pretraga)

Trenutna pozicija 13

Tercijalni Keyword

Skechers patike za decu (2400 pretraga)

Trenutna pozicija 10

Kvartarni Keyword

Skechers patike muške (1600 pretraga)

Trenutna pozicija 10

Trenutni H1 tagovi

Stari H1 SKECHERS

Novi H1 treba da glasi

Skechers patike - Kombinacija Stila i Udobnosti

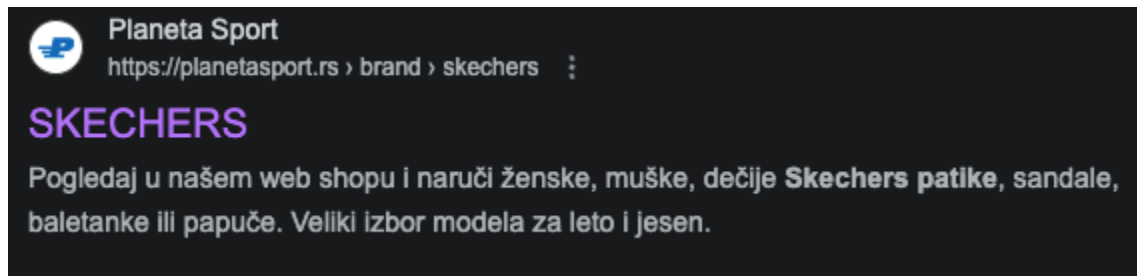
Trenutni META description

Skechers je američki brend, poznat po proizvodnji obuće za sve potrebe, namenjene ženama, muškarcima i deci. Skechers se proslavio kao jedan od najboljih sportskih brendova na američkom tržištu. Ovo je relativno mlad brend nastao 1992. godine i spada u drugi najveći brend za proizvodnju atletske obuće i patika na teritoriji SAD-a. Sada je zastupljen u preko 160 zemalja širom sveta. Skechers u svojim kolekcijama ima širok izbor obuće za različite potrebe kao što su patike, čizme, obuću za sport, lifestyle obuću. Skechers se deli na dve kategorije: lifestyle kolekcija, koja se pravi od Skechers memorijske pene i Relaxed Fit comfort tehnologije i čini obuću izuzetno udobnom; drugi deo glavne kolekcije je performance obuća koja uključuje Skechers GOrun i Skechers GOwalk obuću namenjenu za sport i rekreaciju. Pored obuće, Skechers proizvodi i sportsku odeću za muškarce i žene. (884 characters)

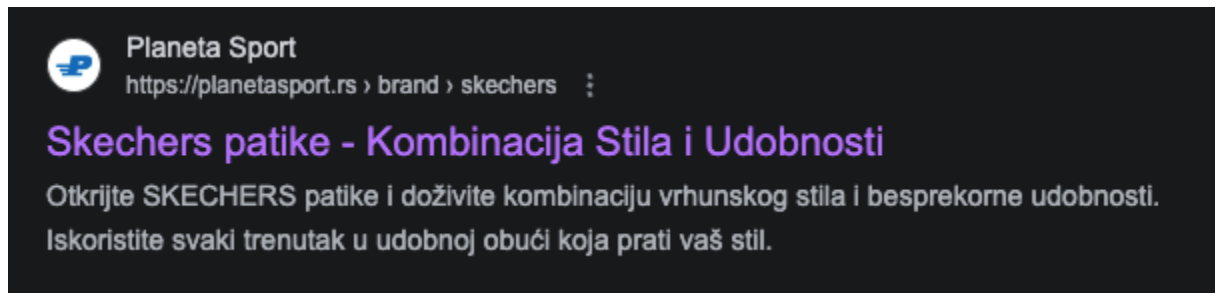
Novi meta description

Otkrijte SKECHERS patike i doživite kombinaciju vrhunskog stila i besprekorne udobnosti. Iskoristite svaki trenutak u udobnoj obući koja prati vaš stil
Finalni prikaz vašeg sajta unutar google pretrage bi trebao izgledati ovako

Kako sad izgleda trenutno google SERP za proizvod SKECHERS patike



Kako bi trebalo da izgleda



Sugeriramo da prostor u hederu gde se treba nalaziti h1 iskoristimo da prezentujemo kartice sa biranim sadržajem. Potencijalni kupci koji googlaju navedene ključne reči

- a) Žele da kupe da kupe proizvod online
- b) Žele da pronadju određeni proizvod

Da bismo postigli visok nivo optimizacije sajta, ključno je da svaka kategorija brenda poseduje svoju posebnu stranicu. Ova stranica treba da posetiocima omogući jednostavan pristup određenim kategorijama proizvoda. U ovom slučaju, Skechers patike zaslužuju svoje individualne stranice, svaka sa svojim jedinstvenim karakteristikama.

Kreiranjem stranica za Skechers patike, možemo postići da korisnik lakše i brže dodje do željenog proizvoda uz smernice koje mu mi zadajemo. Skechers stranica trebala bi se deliti u 3 stranice

- **Skechers ženske patike:** Na ovoj stranici možemo istaknuti najnovije modele i najpopularnije stilove ženskih Skechers patika.
- **Skechers patike za decu:** Roditelji često traže kvalitetnu i udobnu obuću za svoju decu.
- **Skechers muške patike:** Muškarci često traže sportski izgled i udobnost u obući.

Ovakav pristup će ne samo poboljšati korisničko iskustvo već i poboljšati SEO vidljivost sajta, jer će svaka stranica biti usmerena na specifične ključne reči i fraze koje su relevantne za određenu kategoriju proizvoda. Osim toga, osigurava da posetioci brzo pronađu ono što traže, što povećava šanse za konverziju i povećanje prodaje Skechers patika.

CTA 1 : Skechers zenske patike

CTA 2 : Skechers patike za decu

CTA 3 : Skechers patike muške

H2 tagovi koje nalazimo na stranici treba da se promene u h3 a h3 treba da se promene u h4

WARNING H1 should be 20-70 characters (8 characters) **TIP**

- h2 MEGA-SURGE - NEZCO (18 characters) **INFO** first header tag should be h1
- h2 Patike za dečake SPORT COURT 92 (31 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Dečije patike COURT HIGH - GLITTER (34 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike GRACEFUL-GET CONNECTED (36 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike SUMMITS (21 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike SUMMITS (21 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike DYNAMIGHT 2.0-EYE TO EYE (38 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike SKECH-AIR DYNAMIGHT (33 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Patike za dečake THERMO-FLASH - FLAME (37 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Muške sandale TRESMEN - HIRANO (30 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Muške sandale TRESMEN - HIRANO (30 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Muške sandale LOMELL - RIP TIDE (31 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike SPORT COURT 92 (28 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Ženske patike SPORT COURT 92 (28 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Patike za devojčice UNO LITE - LOVEY LUV (40 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Patike za devojčice UNO LITE - LOVEY LUV (40 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**
- h2 Sandale za devojčice HEART LIGHTS (33 characters) **INFO** Content seems to be hidden **MORE**

Sortiraj po:

SNIŽENO SNIŽ

SKECHERS **SKECHERS** **SKECHERS**

MEGA-SURGE - NEZCO PATIKE ZA DEČAKE SPORT COURT 92 DEČIJE PATIKE COURT HIGH - GLITTER

S obzirom na sliku ispod, možemo primetiti da je Google indeksirao impresivan broj od oko 81,300 stranica na našem sajtu. Ovo predstavlja značajan izazov jer Google troši dragocene resurse na indeksiranje stranica koje uključuju filtere i proizvode sa različitim veličinama.

site:trefsport.com

na Google početnu stranicu

Сликe Видео Књиге Куповина Вести Мапе Летови Финансије

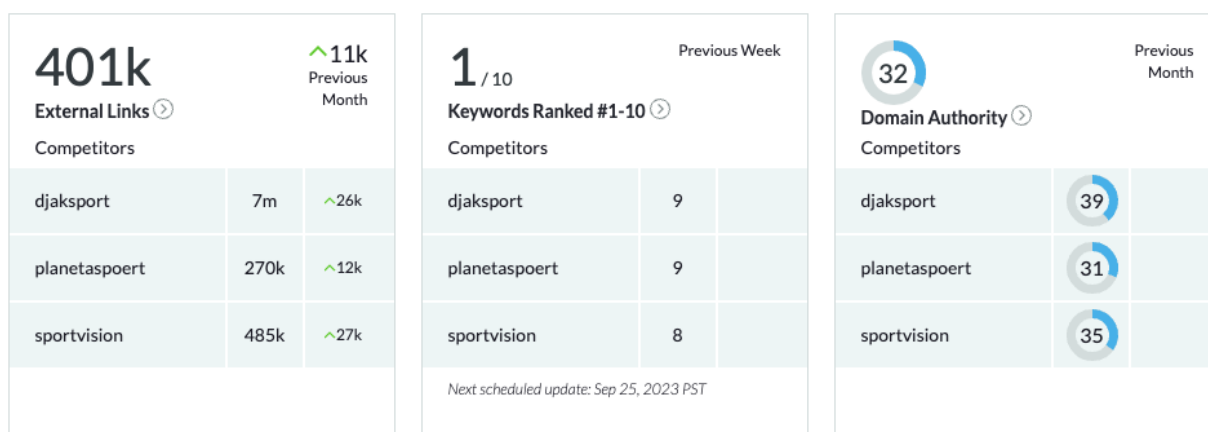
Око 81.300 резултата (0,20 секунде/и)

Google промоција

Naša preporuka je da se ovaj segment hitno reši kako bismo optimizirali Google indeksiranje. To uključuje pažljivu analizu i selektivno indeksiranje samo onih stranica i proizvoda koji su od suštinskog značaja za poboljšanje naših SEO rezultata. Ovo će omogućiti da Google resurse usmeri na ključne aspekte našeg sajta, čime ćemo postići bolju vidljivost i efikasnije SEO performanse.

Analiza Ključnih Reči i Konkurentske Pozicije

Da bismo dobili dublji uvid u konkurentske dinamike, detaljno smo analizirali ključne reči navedene u tabeli na strani 6. Kroz ovu analizu, fokusirali smo se na proučavanje backlinkova i pozicija na kojima se nalaze sajtovi konkurenata.



Preporuke za Napredak SEO Strategije

Da bismo ostvarili bolje rezultate u našoj SEO strategiji, postoji nekoliko ključnih koraka koje treba preduzeti:

- Ispunjavanje Osnovnih SEO Standarda: Prvi korak je osigurati da ispunjavamo osnovne SEO standarde, što uključuje optimizaciju naslova stranica, meta opisa, alt tekstova za slike i druge ključne SEO parametre.
- Organizacija Kategorija i Podkategorija: Kreiranje jasne strukture sajta sa kategorijama i podkategorijama olakšava navigaciju posetiocima i omogućava bolju optimizaciju za ključne reči.

- Optimizacija Tekstova na Stranicama: Tekstovi na stranicama trebaju biti visokog kvaliteta i optimizovani za odabrane ključne reči kako bi se povećala vidljivost na Google pretraživaču.
- Google Search Console Optimizacija: Poboljšanje upotrebe Google Search Console je ključno za praćenje i optimizaciju performansi sajta. Redovno ažuriranje i praćenje ovog alata je neophodno.
- Detaljna Analiza Tržišta i Konkurencije: Izvršiti temeljnu analizu tržišta kako bismo bolje razumeli trendove, potrebe kupaca i konkurenciju.
- Analiza Ključnih Reči: Identifikovati ključne reči koje su najvažnije za našu industriju i ciljanu publiku.
- Kreiranje Menija i Stranica: Na osnovu analize ključnih reči i konkurencije, formirati detaljan plan za strukturu sajta, uključujući kreiranje menija i stranica koje će pomoći da se ostvare bolje pozicije za ključne reči koje dovode najviše prodaje.

Sprovođenje ovih koraka će nam pomoći da unapredimo našu SEO strategiju i postignemo bolje pozicije na Google pretraživaču, što će rezultirati povećanjem prodaje i konverzija.