

סילבוס:

מפגש 1

אינדקסים פופולארים

מנועי חיפוש שונים

ההבדל בין אינדקס למנוע חיפוש

חברת Google – סקירה:

✓ נתוני חיפוש Google.com

✓ נתוני חיפוש Google.co.il

דף תוצאות חיפוש:

✓ תוצאות ממומנות

✓ תוצאות אורגניות

✓ חיפוש לעומק – Vertical search, Universal search

✓ Heat Map

מבנה מנוע החיפוש Google:

✓ מערכת איסוף

✓ מערכת אחסון (קפאין)

מפגש 2

מבנה מנוע החיפוש Google:

✓ מערכת הדירוג

✓ מערכת בקרת האיכות

✓ מערכת פרסום

ביזור מול מירכוז

שמות מתחם והשפעתם על עולם הקידום:

✓ TLD

✓ Domain Extensions

✓ IDN

✓ העברת בעלות

ותק אתר:

✓ אפקט ארגז החול

מושגי יסוד בעולם האינטרנט:

✓ IP

✓ DNS

✓ שרתי DNS

✓ TTL

✓ Cookies

✓ https

מפגש 3

מחקר מילות מפתח:

- ✓ איסוף רשימת מילות המפתח
- ✓ בחינת צפי תנועה
- ✓ בחינת רווחיות
- ✓ בחינת תחרותיות
- ✓ בחינת פוטנציאל נוכחי

בחירת נושא – פרויקט אישי

מפגש 4

בניית סרגל נושאי:

- ✓ סרגלי ניווט
- ✓ היררכיית אתר
- ✓ אשכולות נושאיים (Silos)
- ✓ תגיות
- ✓ Bread crumbs

הגשת מחקר מילות מפתח

מפגש 5

HTML בסיסי:

- ✓ מושגי יסוד
- ✓ מבנה קוד בסיסי
- ✓ יצירת דף HTML
- ✓ תגיות ב - head
- ✓ תגיות ב - body
- ✓ תמונות
- ✓ רשימות
- ✓ קישורים

שימוש בטבלאות

מפגש 6

גליונות סגנון מדורגים CSS:

- ✓ עיצוב ברירת מחדל של הדפדפן
- ✓ עיצוב באמצעות style
- ✓ עיצוב באמצעות Class
- ✓ עיצוב באמצעות תג id
- ✓ גיליון עיצוב חיצוני

תרגול

מפגש 7

תרגול

רכישת דומיין

הפניות DNS

עבודה עם Total Commander

- ✓ יצירת קבצים ותיקיות
- ✓ העלאת דפי HTML

תרגול

מפגש 8

מבדק קורס מס' 1

אחסון אתרים:

- שרתי VS Linux שרתי Windows ✓
- מיקום גיאוגרפי ✓
- Class C ✓

אתרים סטטיים \ אתרים דינאמיים

שפות תכנות – צד שרת \ צד לקוח

שפות שונות לכתובת אתר:

- HTML ✓
- ASP ✓
- ASP.net ✓
- PHP ✓
- Ajax ✓
- Flash ✓
- JavaScript ✓

מפגש 9

מפת אתר HTML

אופטימיזציה של קוד:

- Meta name \ Meta HTTP-EQUIV ✓
- Title ✓
- Description ✓
- Density + Prominence ✓
- תגיות נוספות חשובות ✓
- H1 ✓

מפגש 10

אופטימיזציה של תוכן:

- ✓ הגדרת פעולה
- ✓ כמות טקסט
- ✓ Density + Prominence
- ✓ עימוד התוכן
- ✓ אפקט רעננות
- ✓ אתר חדש \ שילוב באתר קיים
- ✓ **Phrase Rank**
- ✓ **תאימות לדפדפנים**
- ✓ **זמן טעינת עמוד:**
- ✓ yslow
- ✓ Gzipcompression

מפגש 11

הרצאה: י. קורן כתיבה שכנועית לאתרי אינטרנט

מפגש 12

Duplicate Content

סוגי קישורים:

- ✓ Internal Links
- ✓ Inbound Links
- ✓ Outbound Links
- ✓ קישורים אבסולוטיים \ קישורים יחסיים

Page Rank

Trust Rank

Topic sensitive Page Rank

Rel="nofollow"

External JavaScript Link

Links in iframe

מפגש 13

- פרופיל קישורים
- הערכת קישור נכנס
- גלגל קישורים \ פירמידת קישורים
- מקורות למציאת קישורים:
 - אינדקסים ✓
 - שיווק גרילה ✓
 - אתרי מאמרים ✓
 - Directory Submission ✓
 - Social Bookmarking Submissions ✓
 - Link baits ✓
 - Press Release ✓
 - Pingback \ Trackback ✓
- First Link Priority
- Referential Integrity
- עדכון פנדה

מפגש 14 – Google Adwords

היסטוריה

קידום ממומן \ קידום אורגני

Heat Map

ערוצי הפרסום ב: Google Adwords:

- ✓ דף תוצאות החיפוש של גוגל
- ✓ רשת החיפוש
- ✓ רשת המדיה (לשעבר: רשת התוכן)

סוגי מודעות:

- ✓ מודעות טקסט – מבנה, דגשים וכללים
- ✓ מודעות תמונה – מבנה, דגשים וכללים
- ✓ מודעות וידאו – מבנה, דגשים וכללים

קופי של מודעה:

- ✓ כתיבה שיווקית
- ✓ הצעת מכר ייחודית

דרכי תשלום:

- ✓ שיטת התשלום מראש
- ✓ שיטת התשלום המאוחר

שיטות תשלום:

- ✓ CPC
- ✓ CPM
- ✓ מה ההבדל בין CPC ל PPC

מבנה חשבון בסיסי:

- ✓ סקירה כללית
- ✓ מבנה והגדרות ברמת החשבון
- ✓ מבנה והגדרות ברמת מסע הפרסום
- ✓ מבנה והגדרות ברמת קבוצות המודעות

דרכים למיקוד מודעות:

- ✓ קבוצת מודעות ממוקדת מילות מפתח
- ✓ קבוצת מודעות ממוקדת אתרים
- ✓ קבוצת מודעות משולבת: ממוקדת מילות מפתח + ממוקדת אתרים

מושגים בסיסיים:

- ✓ MaxBid \ MaxCpc
- ✓ CTR – click through rate שיעור הקליקים
- ✓ ציון איכות – Quality Score

מטלת בית

מפגש 15 – Google Adwords

קבוצת מודעות ממוקדת מילות מפתח:

- ✓ מחקר מילות מפתח – כלים שונים למציאת מילות מפתח
- ✓ הוספת מילות מפתח
- ✓ התאמת מילות מפתח: התאמה מדויקת, התאמה לביטוי והתאמה נרחבת
- ✓ הסרת מילות מפתח
- ✓ מעבדת ניסויים

קבוצת מודעות ממוקדות מיקומים:

- ✓ חזרה: הגדרות ברירת מחדל
- ✓ מציאת אתרים לפי: קטגוריה, מילות מפתח או הזנה ישירה
- ✓ שלילת אתרים

חישוב והבנה של מודל התשלום:

- ✓ Ad Rank
- ✓ Quality Score
- ✓ האלמנטים המשפיעים על ה Quality Score (בדף התוצאות, ברשת החיפוש וברשת המדיה)
- ✓ Actual CPC

מפגש 16 – Google Adwords

דוחות:

- ✓ דו"ח ביצועי מילות מפתח
- ✓ דו"ח ביצועי מודעה
- ✓ דו"ח ביצועי חשבון – דו"ח קליקים לא חוקיים
- ✓ דו"ח תפקוד שאילתת החיפוש
- ✓ דו"ח ביצועי מקום
- ✓ ייצוא דוחות
- ✓ תזמון דוחות
- ✓ משלוח דוחות

מעקב המרות:

- ✓ התקנה
- ניתוח והסקת מסקנות

מפגש 17 – Google Adwords

כלים נוספים:

- ✓ כלי ההזדמנויות
- ✓ כלי אבחון המודעות
- ✓ כלי מילות המפתח
- ✓ כלי המודעות שלא אושרו
- ✓ כלי היסטוריית השינויים
- ✓ כלי אי הכללת כתובת IP
- ✓ Google Editor
- ✓ Remarketing
- ✓ Website Optimizer

מפגש 18

מבדק מס' 2

קידוד אתר:

- ✓ יחידת מידע
- ✓ זיהוי קידוד
- ✓ המרת קידוד
- ✓ **Friendly URL**
- ✓ כתובות עם פרמטרים
- ✓ כתובות ידידותיות

הרצאה: ד"ר רוני הורביץ: שיווק באמצעות דיור אלקטרוני

מפגש 19

Friendly URL – המשך

קובץ htaccess ✓

IIS rewrite \ ISAPI rewrite ✓

דפי שגיאה מותאמים אישית הפנייה זמנית (302)

הפניה קבועה (301):

שרתי linux ✓

שרתי Windows ✓

הפניות מדומיין לדומיין ✓

הפניות מכתובות ללא www לכתובות עם www ✓

Canonical Tag ✓

הפניית Meta Refresh

קובץ robots.txt

מפת אתר XML

מפגש 20

Google webmaster Tools

מפגש 21

Google webmaster Tools

מפגש 22

הרצאה בנושא קניין רוחני - עו"ד טוני גרינמן

אופטימיזציה של תמונות
אופטימיזציה של סרטוני וידאו
Rich Snippet
Local Search

שיטות קידום פסולות:

- ✓ תוכן מוסתר
- ✓ Cloaking
- ✓ Doorway pages
- ✓ Sneaky redirect
- ✓ Keyword stuffing
- ✓ קישורים

כיצד גוגל מתייחסת כלפי אתרים שאינם עומדים בהנחיות

מפגש 23

הרצאה בנושא שיווק ברשתות חברתיות – גלי סודק

מפגש 24 - Google analytics

Google Analytics installation
Profile & Configuration

- ✓ הוספת אתר
- ✓ הוספת משתמשים
- ✓ מיקום גיאוגרפי והגדרת שעות

מבקרים:

- ✓ מבקרים חדשים
- ✓ מבקרים חוזרים
- ✓ מבקרים ייחודיים
- ✓ מגמות גולשים
- ✓ נתונים אודות הרגלי גלישה (שעות / ימים / דפדפנים)

מפגש 25 - Google analytics

מקורות תנועה:

- תנועה ישירה ✓
- אתרים מפנים ✓
- תנועה ממנועי חיפוש ✓
- זיהוי וניתוח מקורות תנועה בתשלום ✓
- URL Builder ✓

נתוני גלישה:

- דפים נצפים ✓
- מסלולי גלישה שכיחים ✓
- דפי כניסה ✓
- דפי יציאה ✓

צפייה בנתוני החיפוש של האתר

מעקב אחרי אירועים מוגדרים

:Goals

- כמות וסוגים ✓
- Funnels ✓
- זיהוי וניתוח נתונים ✓

כשבועיים לאחר מועד סיום המפגשים הפרונטאליים יתקיים מבחן מסכם