

קורס קידום אתרים – SEO College

קורס קידום אתרים של חברת **SEO Israel** מבוסס על ההכשרה הפנימית של החברה, המתמחה בתחום השיווק וקידום אתרים מקצועי באינטרנט. הצורך להכשיר אנשי מקצוע מעולים, קריאטיביים ומיומנים לעבודה בחברה יצר את הבסיס, ומשם המשכנו להשביח ולשכלל את התכנים כדי ליצור קורס מקצועי, יסודי ומרתק.

הקורס נולד מתוך ההבנה והניסיון העשיר, שצברה חברת **SEO Israel** במאות בפרויקטים בארץ ובחו"ל, בתחום קידום האתרים בכלל, ובתחום הכשרת אנשי קידום מקצועיים ומובילים בפרט.

הקורס אורך כשלושה חודשים (24 מפגשים, 140 שעות אקדמיות פרונטאליות), ומתקיים פעמיים בשבוע ברמת גן. הקורס מוגבל ל-18 משתתפים, לכל משתתף עמדת מחשב אישית, כל זאת ועוד בכדי להעניק תשומת לב וליווי אישי לכל תלמיד ותלמידה.

מרצי הקורס:

השיעורים יועברו על ידי **אורן שץ** – הבעלים, המייסד ויו"ר חברת **SEO Israel**, ועל ידי **שרון קליין** – מנכ"ל **SEO College** ומנהלת פרויקטים בכירה. ניסיונם המקצועי העשיר מאפשר לא רק העברת ידע גבוהה, אלא גם מתן תובנות עסקיות, מסקנות ופתרונות יצירתיים בתחומי הקידום, השיווק האינטרנטי ויצירת רווחים באינטרנט.

מרצים אורחים:

- * **עו"ד טוני גרינמן**, (קניין רוחני)
- * **ברק דנין**, חברת UXI (חווית משתמש)
- * **י.קורן**, חברת פרסום בר, להבי, קורן (כתיבה שכנועית)
- * **אורלי בראון**, (רשתות חברתיות)
- * **ד"ר רוני הורביץ**, חברת רב מסר (שיווק באמצעות דיוור אלקטרוני)
- * **דניאל גור**, חברת SPD (אחסון אתרים)
- * **רועי אפרת**, חברת SEO Neto (תמחור עבודת קידום)

תאריך פתיחת הקורס:

הקורס הבא ייפתח ב 7 בספטמבר 2010

ימים ושעות:

ימי שלישי: 16:30-21:30

ימי שישי: 9:00-13:15

כתובת:

החילזון 3, רמת גן

מפגש 1

HTML בסיסי:

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

מפגש 2

HTML בסיסי, המשך:

- ✓ יחידת בלוק DIV
 - ✓ בניית Layout – שימוש ב DIV
- גיליונות סגנון מדורגים CSS:**
- ✓ עיצוב ברירת מחדל של הדפדפן
 - ✓ עיצוב באמצעות style
 - ✓ עיצוב באמצעות Class
 - ✓ עיצוב באמצעות תג id
 - ✓ גיליון עיצוב חיצוני
- תרגול**

מפגש תרגול

רכישת דומיין

פניות DNS

עבודה עם Total Commander

- ✓ יצירת קבצים ותיקיות
- ✓ העלאת דפי HTML

תרגול

מפגש 3

מבדק HTML

אינדקס, מנועי חיפוש וההבדל ביניהם

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 4

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 5

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 ✓

הרצאה בנושא אחסון אתרים – דניאל גור מחברת SPD

מפגש 6

שימושים נפוצים בעיתים לבניית אתר:

- Iframe ✓
- Frame ✓
- Display:none; ✓
- שימוש באלמנטים גרפיים ולא טקסטואליים ✓

סוגי מערכות ניהול תוכן (CMS)

מחקר מילות מפתח:

- איסוף רשימת מילות המפתח ✓
- בחינת צפי תנועה ✓
- בחינת רווחיות ✓

מפגש 7

מחקר מילות מפתח – המשך

- ✓ בחינת תחרותיות
- ✓ בחינת פוטנציאל נוכחי

בניית סרגל נושאי:

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

מפת אתר HTML

אופטימיזציה של קוד:

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

מפגש תרגול

הדרכה על מערכת ניהול התוכן
אישור מחקר מילות מפתח
עדכון סרגל נושאי באתר הפרויקט

מפגש 8

אופטימיזציה של תוכן:

- ✓ הגדרת פעולה
- ✓ כמות טקסט
- ✓ Density + Prominence
- ✓ עימוד התוכן
- ✓ אפקט רעננות
- ✓ אתר חדש \ שילוב באתר קיים

Phrase Rank

W3C – תאימות לדפדפנים

זמן טעינת עמוד:

- ✓ yslow
- ✓ Gzipcompression

מפגש 9

הרצאה: י. קורן כתיבה שכנועית לאתרי אינטרנט

מפגש 10

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

הרצאה בנושא שיווק באמצעות דיוור אלקטרוני – ד"ר רוני הורביץ

מפגש 11

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

מפגש 12 – 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
- ✓ Quality Score – ציון איכות

מטלת בית

מפגש 13 – 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

קבוצות 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 14 – 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 15 – 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 16

קידוד אתר:

- ✓ יחידת מידע
- ✓ זיהוי קידוד
- ✓ המרת קידוד

:Friendly URL

- ✓ כתובות עם פרמטרים
- ✓ כתובות ידידותיות
- ✓ קובץ htaccess
- ✓ IIS rewrite \ ISAPI rewrite

דפי שגיאה מותאמים אישית הפנייה זמנית (302)

מפגש 17

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 18

Google webmaster Tools

מפגש 19

Google webmaster Tools

מפגש 20

הרצאה בנושא קניין רוחני - עו"ד טוני גרינמן

אופטימיזציה של תמונות
אופטימיזציה של סרטוני וידאו

Local Search

שיטות קידום פסולות:

תוכן מוסתר ✓

Cloaking ✓

Doorway pages ✓

Sneaky redirect ✓

Keyword stuffing ✓

קישורים ✓

כיצד גוגל מתייחסת כלפי אתרים שאינם עומדים בהנחיות

מפגש 21

אופטימיזציה של חדשות

:Google Reader

RSS

הרצאה בנושא רשתות חברתיות אורלי בראון

מפגש 22 - 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)

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

מפגש 23

פרויקטים

הרצאה בנושא חוויית משתמש – ברק דנין

מפגש 24

מבדק מסכם

הרצאה בנושא ניהול עצמי, צ'קליסטים ותמחור עבודת קידום