

Tisková zpráva

Praha, 15. října 2017

Jednostránkové weby: Jsou dobré nebo špatné pro SEO?

Jednostránkové webové prezentace jsou v dnešní době velmi populární. Stále více a více společností jim dává přednost před weby se složitou strukturou. Jak ale ovlivní podoba vašeho webu pořadí ve výsledcích vyhledávání? Výhody a nevýhody jednostránkových prezentací a její dopady na SEO sepsal Tomáš Boleslav z agentury LCG New Media.

Výhody

Vhodnější pro mobilní telefony

Není žádným tajemstvím, že většina lidí vyhledává na internetu prostřednictvím mobilních zařízení, což je jeden z hlavních důvodů, proč volit právě jednostránkový web. Pro mobily je stránka mnohem přehlednější a uživatelsky přívětivější. Také načítání obsahu bývá rychlejší. Především vlastníci smartphonů s malým rozlišením ocení absenci odkazů na další stránky webu.

Umožňují lepší cílení na konkrétní uživatele

Jednostránkové weby jsou vhodné pro zaměření na úzkou cílovou skupinu. Na jedné stránce jsou jednoduše zobrazeny všechny důležité informace, které uživatele zajímají. Pokud existuje pouze jedno klíčové slovo nebo sada klíčových slov, na které cílíte, nemusíte se obávat ani SEO. Ujistěte se, že vše, co umístíte na web, má svůj účel. Pokud naplníte web nadbytečnými a nepřínosnými informacemi, které nebudou mít pro uživatele žádnou hodnotu, web rychle opustí.

Stránka může získat větší autoritu (Page authority)

Zpětné odkazy jsou jedním z nejdůležitějších hodnotících faktorů vyhledávačů. V případě jednostránkového webu všechny odkazy směřují na jednu stránku, čímž se zvyšuje její hodnocení.

Nevýhody

Neumožňují cílení na široké spektrum klíčových slov

Jednou z výhod multistránkového webu je, že každá stránka nabízí další příležitosti k optimalizaci na nové klíčové fráze. Tato výhoda se u jednostránkového webu zcela ztrácí. Pokud jsou tedy vaším hlavním prodejním kanálem návštěvníci z vyhledávačů, doporučuji zvolit web s bohatou informační architekturou.

Velmi stručný obsah bez větších detailů

U jednostránkové prezentace přicházíte o možnost věnovat každému tématu svou samostatnou stránku. Místo toho musí být celý obsah webu pohromadě. Je prakticky

nemožné pokrýt stejné množství informací na jedné stránce jako na několika stránkách. To představuje problém pro návštěvníky, kteří hledají podrobný a relevantní obsah na konkrétní témata. Doporučuji tedy alespoň vytvořit novou sekci pro každé nové téma, jako by to byla samostatná stránka.

Neumožňují některé pokročilé strategie SEO

Existují jisté SEO strategie a osvědčené postupy, které jednoduše nebudou fungovat na jedné stránce. Jednou z nich je strukturování webu do kategorií a podkategorií tak, aby každá stránka pokryla jeden konkrétní okruh klíčových frází. Takto optimalizovaný web se potom zobrazí vysoko ve výsledcích vyhledávání na většinu uživatelských dotazů z vašeho oboru.

Při rozhodování o tom, zda má mít váš web jednu nebo více stránek, je třeba zvážit cíle vaší firmy a to, čeho se snažíte dosáhnout na svých webových stránkách. Měli byste také vzít v úvahu své zákazníky a cílové publikum a rozhodnout, který web bude pro ně vhodnější.

Více informací naleznete na webu www.lcgnewmedia.cz/

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální síť. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držiteli certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na www.lcgnewmedia.cz/.
