

גירסה 1.00 – 20.8.2005



# תחרויות קידום אתרים

מסמך זה הורד מהאתר <http://www.underwar.co.il>

אין להפיץ מסמך זה במדיה כלשהי, ללא אישור מפורש מאת המחבר.  
מחבר המסמך איננו אחראי לכל נזק, ישיר או עקיף, שיגרם עקב השימוש במידע המופיע במסמך, וכן  
לנכונות התוכן של הנושאים המופיעים במסמך. עם זאת, המחבר עשה את מירב המאמצים כדי  
לספק את המידע המדויק והמלא ביותר.

כל הזכויות שמורות לניר אדר

Nir Adar

Email: [underwar@hotmail.com](mailto:underwar@hotmail.com)

Home Page: <http://www.underwar.co.il>

אנא שלחו תיקונים והערות אל המחבר.

## תחרויות קידום אתרים

### התחרויות הראשונות

המתעניין בנושא קידום האתרים, ישמע במהרה על "תחרויות קידום אתרים" המתקיימות בעולם או שהתקיימו בו בעבר.

בעת האחרונה החלו לצוץ יותר ויותר תחרויות קידום אתרים, עם דגש על גוגל. במאמר זה ניתן רקע על התחרויות שאורגנו בעבר, וכן על התחרויות המתרחשות בימים אלה.

הרעיון מאחורי תחרות קידום אתרים הינו להופיע במקום גבוה בתוצאות החיפוש בגוגל עבור ביטוי נבחר, בד"כ מדובר על ביטוי שלא הופיע לפני התחרות בכלל בתוצאות. מארגני התחרות מכריזים על ביטוי כלשהו, ובתום פרק זמן מוגדר מראש המנצח הינו האתר אשר מופיע בראש תוצאות החיפוש בגוגל עבור אותה המילה.

התחרות הראשונה בעולם אורגנה על ידי חברת קידום אתרים עבור הרמת הביטוי <Nigritude Ultramarine>. המטרה כאמור היתה להגיע כשמחפשים ביטוי זה אל ראש תוצאות החיפוש בגוגל. בעת פתיחת התחרות לא היו תוצאות חיפוש עבור הביטוי, ובמהלך התחרות גדל מספר התוצאות עד כדי מאות אלפים. כחצי שנה לאחר תום התחרות עדיין היו באינטרנט כ-200000 דפים שהכילו ביטוי זה.

בתחילת NRG 2005 מעריב פתחו בארץ תחרות דומה, עבור המילים "לתור מוטור" - מילים שגם להן בתחילת התחרות לא היו אף תוצאות במנוע החיפוש גוגל. המנצח בתחרות היה מיכאל לוגסי, הבעלים של מנוע החיפוש 2find.

## כיצד מנצחים בתחרות קידום אתרים?

זוהי שאלת מליון הדולר, או במקרה של התחרויות הנוכחיות – שאלת אלף הדולר. כמו בקידום אתרים עבור אתרים רגילים – האתר יגיע למיקום גבוה אם יהיה בנוי בצורה נכונה, וכן אם ישיג קישורים רבים.

לרוב – האתר ששיג את המספר המקסימלי של קישורים איכותיים (מאתרים שנחשבים "טובים" בעיני גוגל), הוא זה שיהיה במקום הראשון.

כיצד להשיג קישורים? אסטרטגיות אפשריות:

- הצעת פרסים אל המקשרים.
- הצעה לקישור חוזר אל האתרים שיקשרו אל האתר.
- הבטחה לתרומת הפרס ("אם אני אזכה, אני מבטיח לתרום את כל הפרס לעמותה למען החתול").
- ועוד... רעיונות כיד הדמיון.

## הבדלים בין התחרויות אל העולם האמיתי

אנשים רבים המכירים את עולם קידום האתרים דרך התחרויות עשויים לחשוב שקידום אתרים הינו עניין קל יותר ממה שהוא באמת. עם זאת, התחרויות רק משקפות חלק מעולם קידום האתרים.

אדם המשתתף בתחרות אינו צריך להתמודד בשיקולי עיצוב בבנותו את דף התחרות, הוא אינו צריך להתחשב באתר קיים ובמבנה שלו. כמו כן למקדם יש שליטה מלאה על האתר, מה שלא בהכרח קיים עבור אתר של לקוח.

כמו כן מתחרים בתחרות ישמחו לרוב להחליף קישורים, על מנת לקדם את עצמם בתחרות – תופעה שלרוב לא קיימת בשוק האמיתי (איני צופה מקרה בו YNET יקשרו במקום בולט בדף הבית שלהם אל העמוד הראשי של NRG, למשל).

למתחרים בתחרויות המקוונים להכנס אל התחום צפויה עבודת לימוד לא קלה אם ברצונם להיות עצמאיים בשוק.

## התחרויות החדשות

מיד לאחר סיום התחרות שארגן עיתון מעריב החלו לצוץ תחרויות חדשות כמו פטריות. ברגעים בהם נכתב מאמר זה ישנן לפחות 3 תחרויות פעילות כאלו, ולדעתי מספר זה רק יגדל בעתיד.

מדוע החלו להופיע תחרויות רבות של קידום אתרים?

אחת התחרויות, המאורגנת על ידי קזינו BTD, מגדירה כתנאי להשתתפות את הוספת השורה הבאה באתר:

"אני משתתף בתחרות קידום האתרים שארגן BTD קזינו" (ניתן להוסיף את השורה באחת מתוך מספר שפות שונות), כאשר המילה "קזינו" מקשרת אל אתר בית הקזינו.

התוצאה: כל משתתף בתחרות - מוסיף קישור אל הקזינו, ומעלה את הקזינו עצמו בתוצאות, עבור המילים "קזינו", "online casino" וכדו'. בעצם על ידי השקעה של כ-2000\$ (\$1000 למקום הראשון ועוד פרסי המשנה) הקזינו מקבל קישורים רבים אליו, שמקדמים אותו עבור המילה קזינו.

שימו לב – מדובר כאן במצב של win win situation - הקזינו מקבל אליו קישורים רבים, והמשתתפים בתחרות מקבלים נסיון בחלק מנושאי קידום האתרים, וכן זוכים לחשיפה (ולפרס, אם הם הטובים ביותר).

מצד שני - אני שם קו בין שלושת התחרויות הראשונות, לתחרויות שהופיעו בזמן האחרון. התחרויות הראשונות - עקב הראשוניות שלהן, היו מצד מארגני התחרויות הרבה יותר "תחרותיות" ופחות אמצעי להשתמש באנשים לצורך קידום. לעומת זאת, התחרות של הקזינו מאורגנת בעיקר על מנת לקדם את בית הקזינו - לא נראה לי שעקרון ה-"בואו נעשה משהו כיף" היה בראש מעיניהם של בעלי הקזינו כשהם חיפשו דרך חדשה לפרסום אתרם.

לדעתי בעתיד הקרוב והרחוק יופיעו תחרויות קידום רבות, שמטרתם תהיה דומה לזו של הקזינו - לקדם את מארגן התחרות ולספק לו כוח עבודה זול. האפקטיביות שלהן תרד כשהן יהיו המונויות, אך תמיד יהיו להן משתתפים. אחרי הכל, אם מישהו מציע \$1000, אני בטוח שאפשר למצוא אדם שיקח.