

גירסה 1.00 – 20.8.2005



מילון מונחי 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

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

אנא שלחו תיקונים והערות אל המחבר.

מילון מונחי קידום אתרים

מאמר זה יציג מושגים שונים הקשורים לקידום אתרים. לנוחותכם, סידרנו את המושגים באשכולות הממויינים לפי נושאים לצורך הבנת הקשר בו מופיע לרוב המושג המבוקש.

מושגים כלליים מעולם מנועי החיפוש

Cookies (עוגיות) - מידע (טקסט) אותו אתרים שומרים במחשבים של הגולשים בהם. עוגיות מאפשרות התאמה אישית של האתר לכל גולש, וזיהוי שלו בביקורים עתידיים באתר.

DMOZ – DMOZ הינו אינדקס האתרים הגדול ביותר בעולם. האינדקס מנוהל על ידי קהילת מתנדבים העורכים ומוסיפים לאינדקס אתרים חדשים. גוגל נותן ככל הנראה חשיבות מיוחדת לקישורים המגיעים מאינדקס זה, ולכן כאשר נקדם אתר אחד השלבים הכמעט אוטומטיים בתהליך הקידום הוא הרישום ל-DMOZ.

Index (אינדקס) – אינדקס אתרים הוא אתר המהווה מאגר קישורים אל אתרי אינטרנט. אינדקסים ממויינים לרוב בצורה היררכית לפי נושאים. הכנסת אתר חדש לאינדקס נעשית על ידי אחד מהעורכים של האינדקס. העורך קובע את שם האתר, תיאורו, ולעיתים גם את מיקומו ברשימת האתרים שבאינדקס. חלק מהאינדקסים מאפשרים לאנשים להציע אתרים להוסיף בהם, שגם נבדקים על ידי העורכים. בניגוד למנועי חיפוש, המשתמשים ברובוטים על מנת להוסיף אתרים חדשים אל המנוע, האינדקסים מתעדכנים על ידי בני אדם בלבד. דוגמא לאינדקס מפורסם היא אתר דמוז (dmoz.org).

Search Engine (מנוע חיפוש) – מנוע חיפוש הוא שירות המסופק בתחום המחשבים לחיפוש קבצים או מידע מסוים. בפרט מקובל השימוש במנוע חיפוש לשם איתור מידע באינטרנט, אך הוא שימושי גם במאגרי מידע מקומיים, למשל לשם איתור מידע במאגר פסקי דין הנמצא על תקליטור. יש להבחין בין מנוע חיפוש, שמאגרי המידע שלו נבנים באופן אוטומטי, באמצעות סריקה של האינטרנט על-ידי רובוט, ובין אינדקס, שבו מקוטלג המידע על-ידי בני אדם. (הגדרה זו לקוחה מויקיפדיה - האנציקלופדיה החופשית).

Search Engine Results Pages (SERPS) – רשימת תוצאות החיפוש של גוגל (או של מנוע אחר, בהתאם לקשר), עבור מילה מסויימת.

Spider (עכביש) – מנועי חיפוש משתמשים בשליחים, תוכנות, המסיירות את רשת האינטרנט, מוצאות אתרים חדשים ומעדכנות את בסיס הנתונים של מנוע החיפוש. תוכנות אלו מכונות עכבישים או רובוטים. לכל מנוע חיפוש קיימים רובוטים משלו. הרובוט של גוגל מכונה למשל GoogleBot (במידה ויש לך גישה אל קבצי הלוג של האתר, תוכל לזהות את ביקורי הרובוט על ידי חיפוש שם זה). הרובוטים סורקים את האתרים, מנתחים את קוד האתר ושולפים ממנו את הקישורים הבאים אליהם הם ממשיכים.

מושגים מעולם קידום האתרים

Backlink (קישור נכנס) – עבור שני דפים A ו-B, נאמר שלדף B יש backlink מדף A, אם A מכיל קישור אל B.

Keywords (מילות מפתח) הן מילה או מילים עבורן נרצה להגיע למקומות הגבוהים בתוצאות חיפוש במנועי חיפוש.

Landing page (דף נחיתה) - דף מסוים באתר אליו מגיע הגולש על ידי הקלקה על תוצאות במנוע חיפוש.

Log Files (קבצי לוג) – כאשר גולשים מסתובבים באתר אינטרנט, כל תנועה שלהם באתר נרשמת בקובץ מיוחד בשרת הנקרא קובץ לוג. קבצי הלוג מכילים מידע בעל ערך רב עבור מקדמי האתרים. הם יכולים להראות למקדם האתר מהיכן הגיעו גולשים לאתר, עבור אילו מילות מפתח וכיצד מתאפיינת תנועת הגולשים באתר.

Sand Box (ארגז החול) – כינוי לתופעה שנצפתה בגוגל החל ממרץ 2004: אתרים חדשים המופיעים ברשת האינטרנט מופיעים למשך תקופה ארוכה במקומות לא ריאליים ב-SERPS (עמודי תוצאות החיפוש של Google). התופעה פוקדת כל אתר חדש, ללא קשר למידת האופטימיזציה שלו, או לכמות הקישורים הנכנסים אליו.

SEO – Search Engine Optimization (קידום אתר במנועי חיפוש / אופטימיזציה למנועי חיפוש) – התאמת אתר אל מנועי חיפוש, הרמת קמפיין לינקים ושימוש בדרכים נוספות על מנת לשפר את מיקומו של האתר במנועי חיפוש, במיוחד ב-Google. SEO זהו שם המקצוע בו מכנים עצמם האנשים העוסקים בקידום אתרים.

Outbound Link (קישור יוצא) – עבור שני דפים A ו-B, נאמר שלדף A יש Outbound Link לדף B, אם A מכיל קישור אל B.

PageRank – ערך מספרי בו משתמש Google כדי להגדיר את מידת החשיבות של דף מסוים באינטרנט, על פי הדפים המקשרים אליו.

Referrer (מפנה לאתר) – האתר ממנו הגיע הגולש אל האתר. ה-Referrer יכול להיות אתר אחר או מנוע חיפוש. במקרה וההפניה היא ממנוע חיפוש, נתעניין במילה דרכה הגיע הגולש. קבצי ה-Log של האתר יכולים לספק למנהל האתר את רשימת ה-Referrers שלו.

Reciprocal Link (קישור הדדי) – מצב בו אתר A מקשר אל אתר B, ואתר B מקשר בחזרה אל אתר A. מקדמי אתרים יוצרים לעתים קישורים הדדיים בין אתרים על מנת לחזק את המיקומים של שני האתרים המקושרים.

קידום אתרים בשיטות שאינן מקובלות על מנועי החיפוש

Black-Hat SEO – שימוש בטכניקות קידום אתרים שאינן מקובלות על מנועי החיפוש, לדוגמא: קישורים וטקסט בלתי נראים, מילים בכתב זעיר הכוללות מילות מפתח רבות, doorpages ועוד.

Cloaking (מיסוך) – שיטת קידום אתרים שאינה מקובלת על מנועי חיפוש. בשיטה זו האתר מציג דף אחד לגולשים בו ומציג דף שונה, לרוב רווי במילות מפתח, אל מנועי החיפוש.

Doorpages – שיטת קידום אתרים שאינה מקובלת על מנועי חיפוש. בשיטה זו מקדם האתרים בונה אלפי דפים על ידי תוכנה אוטומטית, כך שכל אחד מהם מותאם למילה אחרת. המטרה של דפים אלו היא למשוך גולשים אל מילות המפתח, ולגרור אותם להכנס מאותו דף אל הדף הראשי של האתר. מנועי חיפוש, כאשר הם מגלים שימוש בטכניקה זו, מענישים את האתר ואף עלולים למחוק אותו לגמרי מתוצאות החיפוש.

Link Farms ("חוות קישורים") – רשת אתרים המכילה קישורים רבים בינה לבין עצמה, שכל מטרתם היא להעלות את דירוג הרשת עבור מנועי החיפוש. יצירת חוות קישורים הינה פעולה העלולה לגרום לענישה מצד מנועי החיפוש.

Mirror Sites (אתרי מראה) – אתרים שהם בעצם שכפול של תוכן קיים. מטרתם להוסיף עמודים לאתר, על מנת שיהיו בו יותר דפי נחיתה.

White-Hat SEO – שיטות קידום אתרים המקובלות על מנועי החיפוש – נתינת שמות משמעותיים לדפים, עמידה בתקנים, רישום באינדקסים כגון DMOZ וכדו'.