

## כתיבת תוכן - King is Content

עידן מנועי החיפוש הפך את האינטרנט למאגר של תוכן טקסטואלי. בעבר ניתן היה למצוא אתרים שלמים הבנויים מתמונות, אנימציות פלאש וסקריפטים. כאשר נכנס Google לתמונה, פני האינטרנט החלו להשתנות בהדרגה ומבנה חדש לאתרי אינטרנט הפך לסטנדרט - מבנה שמבוסס על תוכן טקסטואלי שמנועי החיפוש יכולים לקרוא. מציאות חדשה זו מציבה את בעלי האתרים בנקודה בה במקום לדאוג לבניית האתר שלהם מבחינה טכנית בלבד הם צריכים להשקיע בפעילות כתיבת תוכן איכותי ומקורי לאתר שלהם על מנת להופיע בתוצאות החיפוש.

כתיבת תוכן לאתר היא השלב הראשון שכל בעל אתר נדרש לעשות אם ברצונו לבנות אתר מסחרי, עוד לפני הפנייה לאנשי מקצוע בתחום [קידום אתרים](#). כתיבת תוכן היא הבסיס עליו בנוי האתר ולפיה הוא נשפט על ידי Google ומנועי חיפוש אחרים. למעשה, יותר מ-15% מכל הפרמטרים בהם Google משתמש בכדי לדרג את האתר מבוססים על התוכן שבו (על פי Factors Ranking Engine Search של org.SEOmoz, 2009).

יסודות הגישה הזו טמונים בהיסטוריה של רשת האינטרנט עצמה וספציפית במקום שבו היסטוריה זו החלה - אוניברסיטאות ומוסדות אקדמאים. כלים רבים בהם משתמשים בכתיבת תוכן בקוד HTML נועדו לחלק את התוכן באותה צורה שבה מחלקים אותו בתהליך כתיבה אקדמית.

למשל, כותרות H בדרגותיהן השונות משמשות בעת כתיבת תוכן לחלוקה בין פרקים ותתי נושאים בתוך תוכן האתר. במקביל תגי P יוצרים חלוקה לפסקאות ותגי DIV חלוקה למחלקות ועוד. בתהליך קידום אתרים, ככל שהתוכן באתר יהיה כתוב בצורה מסודרת וברורה יותר, כך יגבר הסיכוי שמנוע החיפוש יראה את האתר כרלוונטי עבור הנושאים אותם הוא מציג.

לא רק למבנה אלא גם למילים עצמן יש משמעות. כך, שימוש בביטויים הרלוונטיים בכותרת הראשית, כותרות המשנה וכמובן בתוכן המאמר עצמו יעלה את ההתייחסות של מנוע החיפוש לאתר ויגביר את סיכויי ההצלחה בתהליך קידום אתרים.

חלוקת התוכן היא לא הדבר היחיד שעשה את דרכו מעולם האקדמיה לאינטרנט. אלמנטים נוספים מהכתיבה המחקרית עברו לתחום כתיבת תוכן בעולם האינטרנט. למשל, ישנה אפשרות לתת הפנייה בבליוגרפית מתוך חלק מסוים אשר מקורו באתר אחר, פשוט באמצעות קישור לאותו המקור. כל מי שעסק בתחום קידום אתרים יודע את חשיבות הקישורים הללו - שהם מעין 'המלצות' עבור מנוע החיפוש וחלק אינטגרלי ממערך הקוד והתוכן המועיל לתהליך SEO באתר.

## כתיבת תוכן - מקרים של תוכן מועתק

עם כניסתה של כתיבת תוכן לאתר כגורם מרכזי בדירוג, החלה לעלות בעיה של העתקת תוכן בין אתרים. הגבול המשפטי בעולם האינטרנט היה ועדיין נותר מטושטש ובעלי אתרים עשו נסיונות שונים במטרה להגן על התוכן שלהם.

אולם נראה שפתרון מלא לבעיית 'תוכן מועתק' כבר קיים בתוך מגגנוניו של מנוע החיפוש, ללא שום צורך בפעולה מיוחדת. כאשר Google עובר וסורק את הרשת באמצעות תוכנת ה"עכביש" האוטומטית, הוא מתעד את תאריך הפרסום ומקורו של כל פרט תוכן ברשת, יוצר למעשה מאגר נתונים שעולה עשרות מונים

על הספרייה הגדולה ביותר בעולם.

מרגע זה והלך, כל פעם שהעכביש נתקל בתוכן חדש, הוא יכול להשוות אותו לכל פרט השמור במאגר הנתונים שלו, לבדוק את נקודות ההשקה בין שני התכנים, את המקום (אתר האינטרנט) בו הם נמצאים ואת תאריך הפרסום שלהם. אם Google מגלה שפרט תוכן באתר מסוים זהה לפרט תוכן באתר אחר, אך "נכתב" אחריו, אז הוא מסווג את אותו פרט כ-'תוכן מועתק'.

כתיבת תוכן היא עבודה קשה. מה תעשו אם תגלו שרגע לאחר פרסום מאמר חדש ומלהיב באתרכם, מתחרה העתיק את התוכן באתר שלו וגרוע מכך - Google סרק את האתר המתחרה לפני האתר שלכם! עכשיו התוכן "שייך" לו, והעותק שנמצא אצלכם באתר הוא תוכן מועתק ללא ערך. בלי פאניקה - ישנם כלים ושיטות אשר ניתן ליישם במטרה למנוע תרחישים כאלו.

ראשית, כל גולש יכול לגשת לעותק השמור האחרון אותו תיעד העכביש של Google. כל מה שצריך לעשות הוא לבצע חיפוש כלשהו בגוגל, וליד כל תוצאה אפשר להיכנס לקישור "עותק שמור" (Cache באנגלית). בצורה זו כל בעל אתר יכול לברר האם התוכן בגרסה החדשה של עמוד אותו ערך נשמר בגוגל ולבצע השוואות בין תוכן הסריקה באתר שלו לבין אתר אחר. ישנם מספר כלים להתקנה, כגון סרגל הכלים עמוד כל של הסריקה ולתאריך השמור לעותק נוחה גישה שמאפשרים, SEOquake,

אין טעם לבקר בגוגל לבדיקת עותק שמור כל יום ויומו לאחר כתיבת תוכן חדש לאתר. Google סורק בממוצע כל שלושה שבועות את האתר שלכם ברשת. יש אתרים גדולים ומוכרים שנסרקים בתדירות גבוהה הרבה יותר - אפילו מספר פעמים ביום. על אלו נמנים אתרי חדשות, בלוגים מוכרים ורשתות חברתיות. לעומתם יש אתרים שנסרקים בתדירות נמוכה יותר - אתרים תחת ענישה הם דוגמה אחת, מעט קיצונית, אך גם בעל אתר שלא דואג לעדכן את אתרו בתדירות קבועה ולקשר אליו מאתרים אחרים ברשת, יכול למצוא שגוגל סורק את האתר שלו פעם במספר חודשים בלבד.

אז עמלת שעות במלאכת כתיבת תוכן לאתר, ואתה רוצה לברר במהירות האם הוא דלף לאתרים אחרים ברשת? ישנה דרך נוספת ויעילה יותר לבדוק זאת ולהשוות בין הגרסאות השונות וזאת באמצעות האתר לפניך נכתבו כבר שכתבת הדברים האם ויגלה הרשת את עבורך שיסרוק CopyScape.com חשוב לציין שאין כרגע שיטה יעילה לבדוק בוודאות איזה עותק של התוכן היה קיים קודם, גם לא דרך CopyScape.

## כתיבת תוכן - תהליך הפצת תוכן

זה נכון, יש הרבה בעיות עם כתיבת תוכן והפצתו ברשת האינטרנט, הסתבכות עם מעתיקי תוכן ומנועי חיפוש שלא יודעים תמיד להבדיל בין תוכן מקורי למועתק. אבל אם תקפידו לעשות זאת נכון, תוכלו לודא שהתוכן אותו אתם כותבים ישאר שייך לכם ואף יסייע לכם בתהליך קידום האתר. סיימתם כתיבת תוכן חדש ואתם לא יכולים לחכות לחלוק אותו עם כל העולם? אז אין מה לעשות - עצרו וחכו.

בשום פנים ואופן אל תפרסמו את התוכן שלכם מיד בשום אתר חיצוני. קודם כל העלו אותו לעמוד באתר - רצוי כזה שהגישה אליו לגולשים אינה ברורה מאלוה כדי שמתחרים ואולי אפילו גולשים 'תמימים' לא יעתיקו אותו בטעות למקום אחר ברשת. לאחר שהצבת את התוכן באתר המתינו עד שמנועי החיפוש יסרקו אותו. לאחר הסריקה, בדרך כלל אחרי שבוע עד שבועיים, תריצו את הבדיקות שהוזכרו קודם לכן כדי לודא שאכן התוכן מקורי באתר שלכם ושאיף אחד לא הספיק להעתיק אותו. אם גיליתם שאתם עדיין המקור היחיד לטקסט הנ"ל אז תוכלו לפרסם אותו באתרים שונים ברשת - אתרי מאמרים, פורומים ובאופן כללי בכל אתר שמוכן לקבל תוכן ולהוציא החוצה קישור.

זכרו, לאחר סיום כתיבת תוכן לאתר ולאחר שפרסמתם את התוכן החדש באתרכם והפכתם לבעליו הבלעדיים יש לכם אפשרות לגייס אותו שוב לתועלת תהליך קידום אתרים פעם נוספת וזאת באמצעות הזנת התוכן לאתרי מאמרים וקבלת קישורים מהם. קישורים אלו יעזרו לאתרכם להתקדם במנוע החיפוש.

### כתיבת תוכן - ואם לא כתבתי משהו מקורי לגמרי...

אז אני לא בדיוק אשף בתחום כתיבת תוכן לאתר שלי, מה יקרה אם כן העתקתי תוכן מאתר אחר? ובכן, אם לא לוקחים בחשבון את תגובתו של בעל התוכן המקורי, כן נדבר על עמדתה הרשמית של שיש שאתר שאמר תכנים לשכפול בנוגע מיתוס היה רב זמן במשך. באתרים משוכפל לתוכן בנוגע Google בו עמודים עם תוכן מועתק מקבל "עונש" מגוגל ומאמצי הקידום שלו נפגעים.

מאז, מאט קאטס, חבר בצוות ה-Spam Web של Google ומהנדס חיפוש בחברה, דיבר במספר הזדמנויות על הנושא והסביר את ההתייחסות האמיתית של מנוע החיפוש של Google לתוכן משוכפל והיא - אנחנו לא מעודדים תוכן משוכפל אך גם לא פוסלים את מפרסמיו.

בפועל זה עובד כך:

גם כאשר Google כותב בתוצאות החיפוש שנמצאו 20,000 או מליון או יותר עמודים המתאימים לשאלת החיפוש, הוא לא מציג את כולם. אם תלכו לעמוד האחרון של התוצאות, תראו שכתוב שם: "על מנת להציג את התוצאות הרלוונטיות ביותר, הסרנו כניסות דומות ל-XXX שכבר הוצגו...." לחיצה על הקישור הזה תפתח בפניכם תוצאות נוספות. ה"כניסות הדומות" האלה הם למעשה תכנים מועתקים מאתרים שונים ברשת, שמנוע החיפוש החליט שאין טעם להציג אותם בנוסף לאתר בו מופיע התוכן המקורי.

בכל פעם שתחליטו לוותר על כתיבת תוכן לאתר שלכם ותעתיקו תוכן של מישהו אחר, אותו עמוד באתר שלכם ישלח לסוף התוצאות תחת מדור "כניסות דומות" ולא יחשב כחלק מהתוכן המדורג באתר שלכם. אם המטרה שלכם היא סתם לרכז תוכן באתר, זה אולי לא ידאיג אתכם. אבל אם מטרתה של כתיבת תוכן באתר שלכם הייתה לספק תוכן רלוונטי שיסייע לתהליך קידום אתרים שלכם אז קחו בחשבון - תוכן מועתק לא עוזר לתהליך קידום אתרים.

[www.loadseo.co.il/](http://www.loadseo.co.il/)