

Kamil Filipiuk

Wydział Informatyki i Zarządzania
Wyższej Szkoły Informatyki w Łodzi

Promotor: dr hab. Zbigniew Gmyrek, prof. WSIInf

ANALIZA POZYCJONOWANIA WITRYNY INTERNETOWEJ WYKONANEJ W TECHNOLOGII FLASH

Streszczenie – Witryny internetowe wykonane w technologii Flash oferują szeroką gamę możliwości, których nie można byłoby uzyskać w innych technologiach do projektowania stron. Ważną cechą stron wykonanych w tej technologii jest ich poprawne wyświetlanie we wszystkich dostępnych przeglądarkach internetowych. Nadrzędnym celem tego artykułu była chęć poznania metod jakie są dostępne przy pozycjonowaniu witryn internetowych wykonanych w technologii Flash. Czy istnieją takie metody, jeżeli tak to jak ich użyć oraz wdrożyć w działanie gotowej działającej witryny.

1 Wstęp

W sieci działają firmy, które oferują pozycjonowanie stron flashowych. Z własnego doświadczenia wiem jednak, że po wprowadzeniu słów kluczowych w wyszukiwarkę bardzo rzadko można napotkać witryny wykonane w tej technologii. Jak więc wypozycjonowano te już istniejące. Każda przeglądarka w odpowiedni dla siebie sposób interpretuje kod HTML. Skutkuje to tym, iż dana witryna będzie inaczej wyglądała w Internet Explorerze, a inaczej w Operze lub FireFoxie. Owy problem w żaden sposób nie dotyczy stron flashowych. Profesjonalne witryny flashowe przyciągają uwagę, zachwycają swą dynamicznością oraz są w pełni interaktywne z użytkownikiem. Oznacza to, że przy każdej akcji lub operacji towarzyszy nam zmiana zawartości witryny poprzez zmianę wielkości elementów, zmianę nasycenia barw lub położenia elementów na witrynie. Użytkownik, odwiedzający portal tego typu, któremu dana została możliwość integracji w środowisko w niej występujące, innymi słowy dopasowywania całej witryny pod swoje upodobania, czyni ją rozpoznawalną, co zdecydowanie przyczyni się do częstszych odwiedzin.

2 Pozycjonowanie – składniki, pojęcia, funkcje.

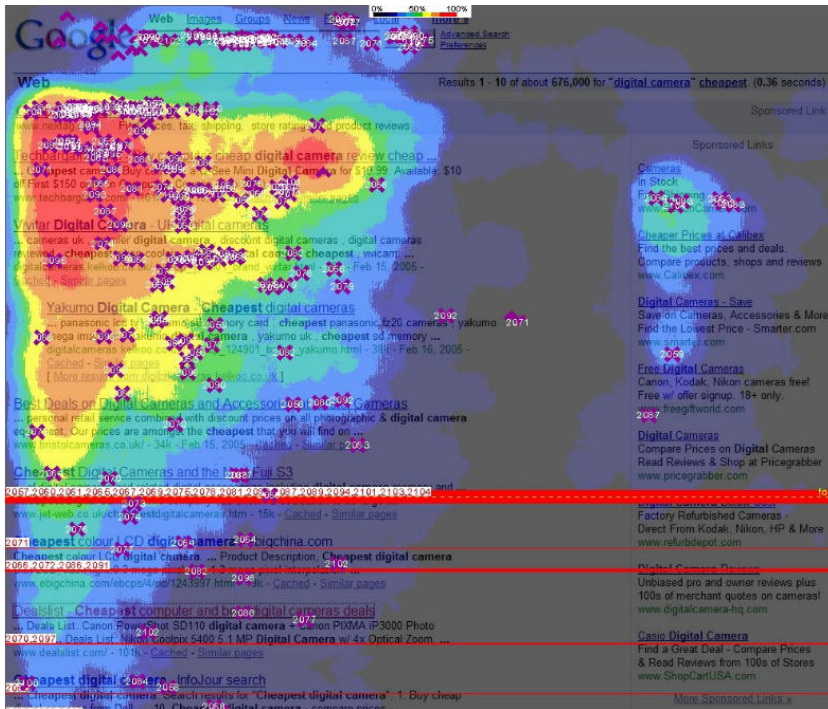
Pozycjonowanie witryn (ang. webpositioning) są to działania polegające na poprawieniu pozycji danej witryny internetowej w wynikach wyszukiwarek internetowych. Obok pojęcia "pozycjonowanie" można również spotkać się z określeniem "optymalizacja" (ang. optimization), która dokładnie odnosi się do optymalizacji kodu danej witryny w celu poprawienia jej widoczności dla robotów indeksujących. Pozycjonowanie i optymalizacja wchodzi w skład SEO (ang. Search Engines Optimization). Jest to duży katalog zawierający ogół metod pozwalających na poprawienie pozycji strony w dostępnych wyszukiwarkach[8].

Istnieje pewien spór na temat tego, czy pozycjonowanie i optymalizacja to, to samo. Przyjmuje się, że optymalizacja to szereg działań, które dotyczą samego kodu strony internetowej, a zatem polepszanie całej witryny w celu lepszej widoczności w wyszukiwarkach. Pozycjonowanie z kolei, to zabiegi, które polegają na zdobywaniu linków, pozyskiwaniu wpisów w katalogach. SEO to stały proces, który musi być nieprzerwanie nadzorowany poprzez pozyskiwanie odwiedzanych witrynach przez danego użytkownika nowych linków, w postaci wpisów do szerszego grona katalogów, jak i pozyskiwaniu partnerów do zamieszczania informacji o naszej witrynie na stronie partnera. Poza tym dbać o to, aby zawartość naszej strony była odpowiednio nasycona słowami kluczowymi. Mówiąc SEO nie można tu mówić o jakiejś jednorazowej akcji, ale o procesie, który prowadzi do wysokiego miejsca na liście wyników wyszukiwania.

Podstawowe rodzaje wyników jakie zwraca nam wyszukiwarka są podzielone na kategorie. Wyróżniamy tutaj wyniki organiczne lub naturalne, na te wyniki wpływ ma mechanizm indeksowania wyszukiwarki. W zasadzie nie mamy na to wpływu jakie witryny znajdują w tych wynikach, pod tym kątem możemy jedynie optymalizować naszą witrynę, aby znalazła się w nich poprzez zastosowanie różnych mechanizmów rankingowych wyszukiwarki. Poza wynikami organicznymi mamy wyniki płatne, czyli linki sponsorowane. Są one podawane na innym w lewej części wyszukiwarki. Na te wyniki można w pewien sposób wpłynąć. Jeżeli nasz budżet pozwala, można zapłacić więcej za reklamę w wyszukiwarce. Dobrym rozwiązaniem dla witryn początkujących — dla stron, które dopiero pojawiły się w internecie — jest wesprzeć się taką formą linków sponsorowanych.

Jakiś czas temu firma Enquiro przeprowadziła analizy, których celem było zbadanie w jaki sposób użytkownicy dostrzegają wyniki organiczne oraz linki sponsorowane, prezentowane w wyszukiwarce Google. Wyniki badań przeprowadzonych na 50-ciu ochotnikach wskazują, iż użytkownicy korzystający z wyszukiwarki Google skupiają swój wzrok na

górnym obszarze witryny, kierując się do dolnej lewej krawędzi. Kształt obszaru najlepiej widzianego przez użytkownika trójkąt można określić jako trójkąt. Badanie firmy Enquiro potwierdza fakt, iż dbanie o pozycję naszej witryny jest bardzo ważne zarówno w wynikach organicznych, jak i również wynikach reklamowych.



Rys. 8. Badanie obszaru klikanego przez firmę Enquiro.

Kolejnym ważnym terminem w świecie pozycjonowania jest SEM (Search Engine Marketing). Obejmuje on szereg działań związanych z promocją naszej witryny. W jego ramy zalicza się między innymi SEO, czyli optymalizacja pod kątem wyników organicznych oraz reklama działająca na zasadzie linków sponsorowanych. SEM można kolokwialnie zobrazować jako worek, do którego wrzucamy wszystkie działania związane z promocją naszej witryny w wynikach wyszukiwania.

Wyróżniamy dwa podstawowe rodzaje reklamy płatnej:

- PPC – Pay Per Click
 Reklama PPC występuje w różnych odmianach, zazwyczaj polega ona na tym, że płacimy za określoną akcję użytkownika (np. klikanie w emitowaną reklamę). Modelowym systemem PPC jest:
 - CPC (cost per click) – jest to stosunek liczby kliknięć do nakładu finansowego włożonego w emisję reklamy przez

reklamodawcę. Obliczany jest na podstawie pojedynczego kliknięcia w baner reklamowy.

obok CPC występują również niestandardowe systemy, które w zasadzie nie nawiązują do zasad PPC. Można tu wyróżnić:

- CPM (Cost Per Mille) – koszt za 1000 wyświetleń naszej reklamy;
- CPA (Cost Per Action) – koszt za wykonaną akcję np.: zakup lub wypełnienie formularza.

- Reklama kontekstowa

To sposób prezentowania reklam użytkownikom, polegający na dopasowaniu treści reklam do zawartości witryn, na których są one prezentowane. Założeniem reklamy kontekstowej jest to, iż użytkownicy chętniej zareagują na jej działanie w miejscu o podobnej treści, niż gdyby owa reklama nie miała związku z zawartością danej witryny.

Przyjmuje się, że reklama kontekstowa przyjmuje dwa oblicza:

- linki sponsorowane w wyszukiwarkach internetowych — po dokonaniu odpowiedniej dla naszego budżetu opłaty, zostaje umieszczony link prowadzący do naszej witryny na górze listy stron, będącej wynikiem w wyszukiwarce dla wprowadzonych słów kluczowych, nawet w przypadku gdy nasza witryna ma niski ranking w wyszukiwarce.
- jawnej reklamy — linków, tekstów, grafik i animacji umieszczanych zazwyczaj w wydzielonym miejscu np.: boksie, listwie górnej lub dolnej, jak i panelu bocznym, gdzie wyświetlane są krótkie szczegółowe informacje, mające na celu zachęcenie potencjalnego użytkownika do przejścia do innego serwisu.

Reklama kontekstowa może przybrać formę zarówno czystego tekstu jak i przeróżnych form reklamy wizualnej. Jednakże reklama kontekstowa jest zawsze umieszczana obok właściwej dla danej reklamy zawartości witryny, na której jest ona emitowana[9].

Do emitowania reklam kontekstowych możemy wyróżnić następujące narzędzia:

- Google AdWords — jest to narzędzie pozwalające na emisję linków sponsorowanych w wynikach wyszukiwania przeglądarki Google i na witrynach korzystających z narzędzia Google AdSense.

Wyróżnia się dwa główne modele linków sponsorowanych AdWords:

- Słów kluczowych, po użyciu których będzie emitowana reklama;

- Wybór witryn internetowych, na których ma być emitowana reklama.

Pozycja linku sponsorowanego w wynikach ustalana jest na podstawie wyniku jakości reklamy oraz maksymalnej stawki CPC[12].

- Google AdSense umożliwia wyświetlanie reklamy w postaci tekstu, baneru czy reklamy wideo. Firma Google zapowiada, że reklamy emitowane przy pomocy narzędzia AdSense będą oparte na aktywności i zachowaniach użytkowników — tzw. targowanie behawioralne. Dzięki wykorzystaniu informacji o odwiedzanych witrynach zapisanych w „ciasteczkach” przeglądarkowych użytkownikowi zostaną wyświetlone reklamy związane tematycznie z przeglądanyymi witrynami[10].
- Adkontekst — to sieć reklamy kontekstowej zarządzana przez NetSprint.pl oraz Wirtualną Polskę na serwisach partnerskich, do których zaliczamy między innymi: Gratka.pl; o2.pl; Rzeczpospolita.pl; ePlus.pl. Reklama emitowana jest wyłącznie w formie tekstu lub z elementem graficznym (Adkontekst Exclusive)[11].
- Onetkontekst — to narzędzie konkurujące z AdSense firmy Google. Działa na bardzo podobnych zasadach.

Mówiąc o pozycjonowaniu można wymienić podstawowe pojęcia z nim związane:

- PageRank — metoda nadawania pozycji rankingowej (od 0 do 10) przyznawana na podstawie ilości linków prowadzących na daną witrynę. Im więcej linków prowadzi do naszej strony, tym wyższy osiągniemy wskaźnik PageRank.
- SandBox — rodzaj filtru narzucany przez wyszukiwarkę Google. Jego działanie polega na likwidacji lub znaczącym obniżeniu pozycji danej witryny w wynikach wyszukiwania na konkretne słowo lub frazę. Filtr SandBox jest często narzucany nowopowstałym stronom, które wykazywały zbyt silne linkowanie w krótkim okresie czasu.
- Ban — likwidacja strony z indeksu wyszukiwarki. Mamy z nim do czynienia w momencie gdy strona stosuje wszelkie niedozwolone techniki, mające na celu sztuczne poprawienie pozycji w wyniku wyszukiwania w przeglądarce.
- Anchor text — jest to tzw. ”odsylacz” w postaci tekstu, innymi słowy link. Odsylacz powinien zawierać choć jedno słowo kluczowe, na które jest pozycjonowana nasza witryna. Anchor text zamieszczany jest pomiędzy znacznikami <a> i .

- Fresh Site Bonus — jest to chwilowe podniesienie pozycji w wynikach wyszukiwania, tzw. premia przyznawana nowym stronom[8].
- SERP (Search Engine Results Page) — jest to lista adresów stron internetowych wyświetlonych za pomocą wyszukiwarki na konkretne zapytanie użytkownika. Wynikiem wyszukiwania są adresy znalezione automatycznie i wprowadzone do indeksu ręcznie oraz adresy opłacane przez ogłoszeniodawców. Wynik wyszukiwania jest ustawiony w pewnej kolejności, najwyżej znajdują się adresy, które zostały uznane przez wyszukiwarkę za najbardziej trafne dla zapytania[13].

Dobór słów kluczowych jest jedną z najważniejszych rzeczy w trakcie prowadzonego lub dopiero co rozpoczętego procesu pozycjonowania. Słowa kluczowe to słowa lub frazy, w odpowiedzi na które witryna znajdzie się wysoko w wyniku wyszukiwarki. Dobrze dobrane wyrażenia/frazy kluczowe w znaczny sposób przyczyniają się do poprawienia pozycji naszej witryny w rankingach stron. Słowa kluczowe bezpośrednio związane tematycznie z zawartością naszego portalu mają korzystniejszy wpływ na pozycjonowanie.

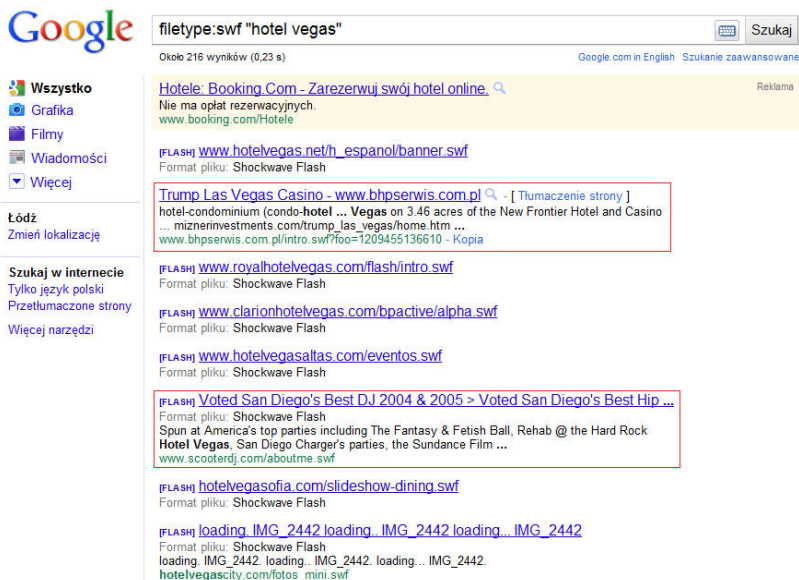
Optymalizacja witryny pod kątem wyszukiwarek jest kluczowym elementem do osiągnięcia wysokiej pozycji na liście wyników wyszukiwarek. Poprawnie skonstruowana witryna przejdzie walidację XHTML oraz CSS. Dzięki temu roboty indeksujące nie napotkają problemu przy przeszukiwaniu naszej strony oraz będzie poprawnie wyświetlana w popularnych przeglądarkach takich jak Opera, Firefox czy Internet Explorer.

3 Indeskowanie Flasha

Pozycjonowanie flasha jest oczywiście możliwe, można nawet powiedzieć, że na podobnym poziomie co strony wykonane w XHTML-u (ang. *Extensible HyperText Markup Language* — rozszerzalny język znaczników hipertekstowych). Trzeba jednak pamiętać o pewnym aspekcie, dotyczącym samej prezentacji treści flashowej oraz treści XHTML-owej. Tak się składa że jednym z kluczowych składników pozycjonowania jest również pozycjonowanie samym "kontentem" — treścią która, znajduje się na naszej stronie. W stronach flashowych ilość tekstu jest mniejsza w porównaniu do stron XHTML-owych. Wynika to głównie z przeznaczenia stron flashowych, które najlepiej nadają się do prostych efektownych prezentacji, wizytówek firmowych. Natomiast nie nadają się do tworzenia wielkich serwisów, które zawierają mnóstwo treści, często generowanych z poziomu paneli administracyjnych. W związku z tym trudno będzie im konkurować w tej dziedzinie. Jednakże

tylko i wyłącznie gdy poda się bezpodstawne porównanie, gdyż nie można porównywać małego serwisu np. wizytówki firmowej i wielkiego portalu, również z tego powodu, że te dwa serwisy nie konkurują ze sobą w samej wyszukiwarce. W związku z tym ten najczęściej przywoływany przykład przewagi XHTML-a, w pozycjonowaniu nad flashem, można obalić. W przypadku gdy mamy do czynienia z dwiema wizytówkami firmowymi — jedna zaprojektowana została w XHTML-u, druga — we Flashu. Mają podobny zakres treści — podobną ilość tekstu, ilość nasycenia słów kluczowych, które występują w ich treści. Mając to na uwadze można uznać, iż stronę XHTML-ową jak i flashową jesteśmy w stanie pozycjonować w wynikach organicznych w wyszukiwarkach z podobnym rezultatem.

Firma Adobe podjęła ścisłą współpracę z Yahoo i Google, aby zapewnić stronom flashowym jak najlepszą pozycję w wynikach organicznych. Niewiele wiadomo na jej temat, jej szczegóły są ściśle strzeżone zarówno przez firmę Adobe, jak i wyszukiwarki. Wiadomo jedynie tyle, że firma Adobe udostępniła specjalny player flasha, który pozwala na przeszukiwanie witryn flashowych pod kątem tego co zawierają — tekstów oraz linków które znajdują się na takich witrynach. Informacje te są już teraz przekazywane do Yahoo i Google. Wynik działania tego playera został zaprezentowany na rys. 2.1. Po wpisaniu w wyszukiwarce Google ciągu znaków *filetype:swf*, otrzymamy możliwość wyszukiwania tylko i wyłącznie w zaindeksowanych stronach flashowych, np. frazy „*vegas hotel*”.



Rys. 9. Indeksacja witryn flashowych w wyszukiwarce Gogle

W wynikach wyszukiwania otrzymaliśmy informacje, że są to strony flashowe **[FLASH]**, wyszukiwarka Google znalazła ich 216. Przy niektórych witrynach został wyciągnięty tekst z Flash i został on wyszczególniony poprzez pogrubienie czcionki. Są to słowa kluczowe, które zostały wprowadzone do okna wyszukiwarki, w związku z czym wyszukiwarka Google radzi sobie z indeksowaniem stron flashowych. Problem polega na tym, że strony te byłyby wyświetlane w normalnych wynikach bez wpisywania przedrostka *filetype:swf*, lecz są one wyświetlane na bardzo odległych pozycjach przez to, iż autorzy tych stron bardzo rzadko dbają o zoptymalizowanie strony pod kątem wyszukiwarki.

Specjalny player flasha widzi wszystko co znajduje się w polach tekstowych widocznych dla użytkownika. Zawartość pól statycznych jak i dynamicznych zaindeksowana jest jako zwykły tekst w taki sam sposób jakby to był tekst w zwykłym HTML-u. Oprócz tego wszystkie linki są indeksowane, zarówno statyczne jak i dynamiczne, np. przekazywane przez język actionscript. W tym momencie warto zadać pytanie — czy warto wkładać wysiłek w pozycjonowanie stron flashowych skoro już teraz działa automatyczny player flasha, indeksujący wszystkie teksty z pól tekstowych i wszystkie linki, choćby z tego powodu iż istnieją pewne wady tego rozwiązania a między innymi takie że inaczej ma się do pozycjonowania indeksowanie treści HTMLowych a inaczej treści flashowych które, będą wyciągane jako zwykły czysty tekst ponieważ w HTMLu mamy możliwość wpływania na ważność tego tekstu poprzez np. znacznik nagłówka <h1>, znacznik pogrubienia lub które podnoszą wagę poszczególnych słów kluczowych które występują w kontencie naszej witryny a w momencie kiedy wszystko jest czytywane z pola tekstowego jako zwykły tekst na pewno będzie miał o to mniejsze znaczenie w tej konkurencji pomiędzy stronami w wynikach organicznych. Zatem to dobrze że istnieje technologia dzięki której, dane są czytywane lecz najlepiej by było gdybyśmy mogli jeszcze wpływać na ważność poszczególnych słów które, są przekazywane do robota indeksującego.

Firma Adobe nie zadbała jedynie o zabezpieczenie danych poufnych, które mogą się znajdować na naszych witrynach, ponieważ na daną chwilę wszystkie linki i teksty są indeksowane. Jediną metodą na zabezpieczenie danych przed wyciekiem jest konwertowanie tekstu na bitmapę w polu tekstowym. Staje się on grafiką wewnątrz Flasha i nie jest już traktowany jako tekst, lecz jak każdy inny element graficzny, taki jak obrazek, który nie jest interpretowany przez wyszukiwarkę. W wyniku tego, tekst przetworzony w ten sposób nie będzie dla niej widoczny. Pozostałe treści są indeksowane jak zwykły tekst, wszystko co znajduje się w polach tekstowych i widziane jest przez użytkownika. Na rysunku 2.2 został zaprezentowany sposób przekształcenia zwykłego tekstu w

bitmapę. Po zaznaczeniu wybranego tekstu (punkt.1) używamy kombinacji klawiszy CTRL + B, dany tekst zostaje rozbity na poszczególne znaki (punkt.2), po czym ponownie używamy kombinacji klawiszy CTRL + B. Po zakończeniu konwertowania w punkcie trzecim otrzymaliśmy bitmapę.

4 Metody pozycjonowania

4.2 3.1. HTML dla Flash.

Pierwsza metoda bierze opiera się na założeniu o współpracy firmy Adobe z wyszukiwarkami Google i Yahoo. Firma Adobe wyprodukowała specjalny program, specjalny plugin flasha, który pozwala na czytanie danych znajdujących się w polach tekstowych pliku swf. Pozwala nam to uzupełnić stronę o pewne elementy, dzięki którym możemy się znaleźć wyżej w wynikach wyszukiwań organicznych.

To co jest obecnie zwracane do indeksu wyszukiwarki to zwykły tekst, zwykła treść. Można jednak wpływać na hierarchię tekstu poprzez zastosowanie znaczników, dzięki czemu możemy eksponować dla wyszukiwarki pewne słowa kluczowe, których używamy na stronie. Istnieje wtedy dużo większa szansa, że w momencie gdy użytkownik wpisze takie słowo lub frazę kluczową do pola wyszukiwania, to nasza witryna znajdzie się wyżej w wynikach.

W związku z tym można skorzystać z pewnych zabiegów, znanych dla XHTML-a, ponieważ XHTML zawiera znaczniki, które pozwalają nam wyeksponować tekst — znaczniki nagłówków czy pogrubienia tekstu. Wszystkie one wpływają na ważność słów w naszym kontencie.

Aby wyszukiwarki mogły zwracać większą uwagę na tekst zawarty w naszym dokumencie, należy zacytować pseudo plik html do Flasha i wyświetlić go w polu tekstowym. Pseudo plik html jest zwykłym plikiem z rozszerzeniem TXT, w którym znajduje się tekst upięty w znaczniki

```
<H1>To jest treść nagłówka</H1>
<P><A href="http://www.przykladowawitryna.pl">Moja strona www</A>Przykładowy tekst, przykład
przykładowy tekst, <B>przykładowy tekst</B>, przykładowy tekst, przykładowy tekst, przy
przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst,</P>
<P><A href="http://www.blog.przykladowawitryna.pl">Blog na mojej witrynie</A>Przykładowy tek
przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy
przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst,</P>
<br /><br />
<H2>To jest treść nagłówka drugiego</H2>
<P><A href="http://www.forum.przykladowawitryna2.pl">Forum na mojej witrynie</A>Przykładowy
przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy
przykładowy tekst, przykładowy tekst, przykładowy tekst,</P>
```

Z powyższej ilustracji można wymienić następujące znaczniki:

<H1>....</H1> — znacznik nagłówka;

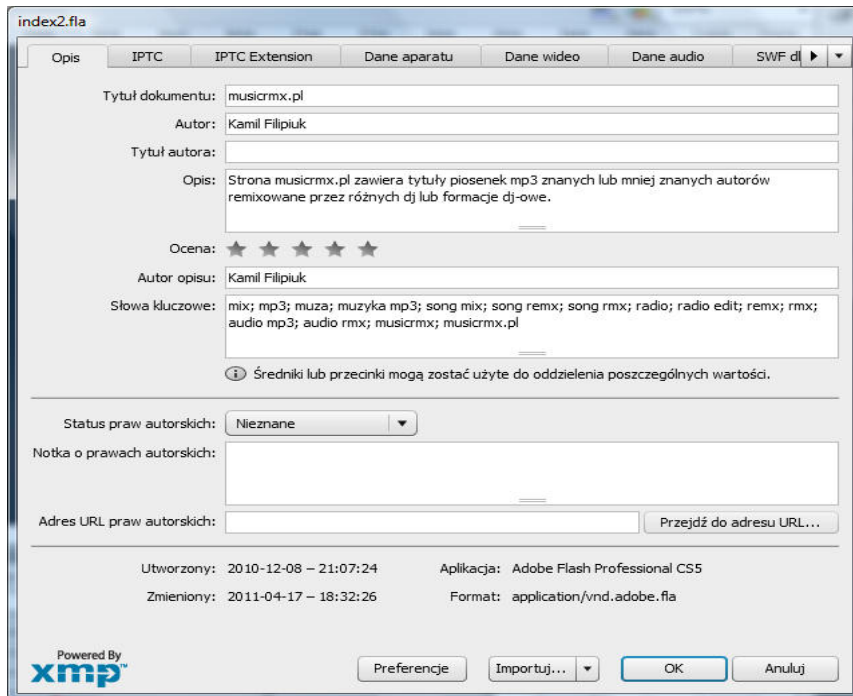
`<P>...</P>` — znacznik akapit;
`...` — znacznik odsyłający do określonego linku;
`...` — znacznik pogrubienia;
`<H2>...</H2>` — znacznik drugiego typu.

Wszystkie te znaczniki wpływają na ważność treści, na wagę słów kluczowych, które zostały w nich ujęte. Najważniejsze znaczenie ma nagłówek `<H1>`, dlatego w tym znaczniku umieszczamy najważniejsze słowa kluczowe dla naszej witryny. Ponadto wyszukiwarki przywiązują duże znaczenie do słów, które zostały wyróżnione w tekście np. znacznikiem ``. Szczególną uwagę należy zwrócić na to, iż nie używa się w tym przypadku znacznika ``, który ma identyczne znaczenie co znacznik ``. Znacznik `` jest wspierany w najnowszych standardach XHTML-a, lecz Flash ma wybiórcze wsparcie dla znaczników HTML, w których zabrakło znacznika ``. Kolejnym, równie ważnym znacznikiem jest ``, w którym znajduje się link odsyłający do podanej w nim lokalizacji. Ważniejszym aspektem w tym przypadku jest tak zwany ANCHOR TEXT (rysunek...)czyli tekst znajdujących się pomiędzy `` a ``, który będzie podświetlał się jako link. Słowa kluczowe w nim umieszczone, pod które pozycjonujemy witrynę, bardzo dobrze wpływają na wyniki organiczne. Należy dążyć do tego, by jak najwięcej linków posiadało słowa kluczowe. Jest to również technika zdobywania linków zewnętrznych, jeżeli pozyskujemy jakiś link, np. od zaprzyjaźnionego serwisu, który umieszcza ścieżkę do naszego serwisu na swojej Witrynie

4.3 Metadane w Flash oraz HTML

Do plików flash można dodawać dane Extensible Metadata Platform (XMP), takie jak tytuł, nazwa autora, opis, prawa autorskie i inne. Meta dane są to dodatkowe informacje, które zostaną dopisane do pliku swf, informacje te nie są widoczne dla użytkownika odwiedzającego daną witrynę. Taki plik można porównać np. z plikiem mp3 z muzyką, w którym meta dane zawierają najczęściej informacje o tytule, wykonawcy i są one wykorzystywane w odtwarzaczu muzyki do wyświetlania tych danych dla użytkownika.

Aby dodać meta dane do pliku, swf należy przejść do sekcji „Informacje o pliku”, w edytowalnym pliku fla, w którym dostępne są następujące typy meta danych



Rys. 10. Rodzaje meta danych we flash

Na daną chwilę meta dane zawarte w pliku swf nie są brane pod uwagę przez żaden silnik wyszukiwarki, jednakże przedstawiciele firmy Adobe podawali informacje, iż dążą do tego by te dane były w jakiś kol wiek sposób indeksowane i że na tym polu zawarli już pewne porozumienia. W związku, z czym, warto zawrzeć takie informacje w pliku swf gdyż w przyszłości mogą być brane pod uwagę przez roboty indeksujące, co w pewnym stopniu przyczynie się do polepszenia pozycji naszej witryny w wyszukiwarkach.

Obok meta danych znajdujących we flash, bardzo ważne są również informacje zawarte w samym pliku (x)html, gdyż to właśnie z tego miejsca roboty indeksujące czerpią główne informacje o danej witrynie. Metadane umieszcza się w parach klucz-wartość, które są w atrybutach *http-equiv* lub *name* oraz *content*. Atrybuty *http-equiv* oraz *name* nie mogą występować w jednym znaczniku, oprócz atrybutów *http-equiv* lub *name* wymagany jest atrybut *content*. *http-equiv* lub *name* określają rodzaj danych, natomiast *content* oznacza dokładne ostawienie.

Znacznik `<meta>` umieszczony jest w znaczniku `head` dokumentu (X)HTML. Przechowuje informacje o dokumencie oraz ułatwienie wyszukiwarkom indeksowania stron.

4.4 SWFObject + Alternatywna treść w XHTMLu

Osadzenie flashowego contentu jest najskuteczniejszą metodą promocji i promowania flashowego contentu, przy tym metody bardzo prostej, wykorzystującej bibliotekę javascript SWFObject. W celu wykonania owej czynności należy osadzić na witrynie pewien prosty skrypt.

Cały mechanizm działania SWFObject, polega na tym że content flashowy w zasadzie nie będzie brany w ogóle pod uwagę przez robota indeksującego, ponieważ zamiast tego contentu flashowego specjalnie dla robota indeksującego zostanie wyświetlona zupełnie inna zawartość, zawartość htmlowa. W związku z tym otrzymamy wiele korzyści, ponieważ będziemy mieli dostęp do znaczników html, które pozwolą nam formatować treści i wyróżniać poszczególne jej elementy np. za pomocą nagłówków czy pogrubienia tekstu lub też skorzystać z Anchor text-ów umieszczonych w linkach. Korzystanie z metody SWFObject pozwala zastąpić standardowy kod w pliku html tworzony przy publikowaniu w Adobe Flash, w taki sposób by Flash był ładowany przy pomocy prostej funkcji javascript, natomiast reszta kodu będzie widoczna jako kod html, jednak ten kod będzie pojawiał się tylko i wyłącznie wtedy, gdy witrynę będzie odwiedzać osoba, która nie posiada zainstalowanego Flash playera w przeglądarce.

SWFObject został przygotowany właśnie w tym celu by udostępnić osobom, które nie mają plugin-u flasha, dostęp do jakiś treści na stronie. A tym czasem stał się główną metodą do pozycjonowania stron internetowych wykonanych w technologii flash i prezentowania odpowiedniego kodu dla robotów indeksujących ponieważ obecnie ok. 98% użytkowników przeglądarek ma zainstalowany plugin flasha.

W celu zaimplementowania kodu javascript na stronie i wykorzystania możliwości swfobject należy pobrać ze strony code.google.com plik o nazwie SWFObject zawierający biblioteki javascript oraz SWFObject_generator umożliwiający wygenerowanie kodu javascript do obsługi contentu flashowego.

4.5 Korzystanie z Flash Deep Linking

Witryny internetowe wykonane w technologii Flash składają się tylko i wyłącznie z jednego pliku swf do którego jest odniesienie z poziomu HTMLa/PHP, poprzez podając adres witryny w pasku adresu przeglądarki. Jak wówczas można się odnieść do konkretnej sekcji z pasku adresu, jak w przypadku stron wykonanych w HTMLu lub PHP. Programiści firmy Adobe postanowili rozwiązać ten problem tworząc tzw. Flash Deep Linking.

Flash Deep Linking jest to funkcja która, zmienia adres w pasku adresu przeglądarki w taki sposób, aby użytkownik odwiedzający witrynę, w trakcie poruszania się po niej wiedział w jakiej sekcji, podstronie aktualnie się znajduje. Umożliwia przesyłania lub zamieszczania w sieci bezpośrednich linków odnoszących się do konkretnego miejsca na witrynie flashowej.

Korzystanie z Flash Deep Linking polega na tym iż w środku we Flashu zostaną umieszczone odnośniki do których, odniesienia uzyskuje się z poziomu paska adresu przeglądarki, i to będą poszczególne sekcje, pod strony danej witryny.

5 Analizy wyników

Kolejnym ważnym aspektem przy poprawieniu widoczności witryny w sieci było opisanie meta danych w HTML jak i w samym Flashu. Roboty indeksujące pobierają dane o witrynie właśnie z umieszczonych informacji w meta danych. W meta danych podajemy tytuł strony, autora, dokładny opis odwzorowujący i zachęcający do wejścia na witrynę oraz słowa kluczowe.

Do optymalnego doboru słów kluczowych oraz eliminacji mało wartościowych słów zostało użyte narzędzie do propozycji słów kluczowych firmy Google tzw. KeywordToolExternal.

Obok narzędzia firmy Google, stosowane również były inne narzędzia, między innymi:

- ♦ www.wordtracker.com
- ♦ www.keyworddiscovery.com
- ♦ www.goodkeywords.com

lecz wymienione narzędzia nie spełniały oczekiwań przy optymalnym doborze słów kluczowych, wyniki nie były dość dokładnie sprecyzowane. Najbardziej wartościowym narzędziem okazało się KeywordToolExternal firmy Google. Po wprowadzeniu danego słowa otrzymujemy informacje na temat globalnego miesięcznego występowania, konkurencji oraz propozycje słów kluczowych



Rys. 11. Wykres przedstawiający zainteresowanie w ujęciu czasowym słowa kluczowego remix

Znajdź słowa kluczowe
 Na podstawie jednej lub kilku z wymienionych opcji:

Słowo lub wyrażenie (jedno na wiersz) Witryna

Wyświetl tylko propozycje ściśle powiązane z moimi wyszukiwanymi hasłami

Opcje zaawansowane i filtry Lokalizacje: Polska x Języki: polski x

Szukaj

Zaloguj się, korzystając z informacji logowania AdWords, aby wyświetlić pełen zestaw propozycji dla tego wyszukiwania. [Informacje o danych](#)

Pobierz do pliku Wyświetl jako tekst Więcej podobnych Sortowanie według Miesięczne wyszukiwania – globalnie Kolumny

Wyszukiwane hasła (1)

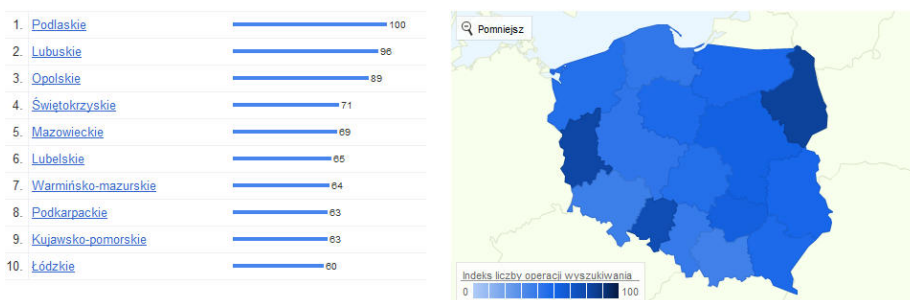
Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie	Miesięczne wyszukiwania – lokalnie
remix		24 900 000	1 500 000

Przejdź do strony: 1 Liczba wierszy: 15

Propozycje słów kluczowych (33)

Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie	Miesięczne wyszukiwania – lokalnie
remix pack		49 500	6 600
remix sa		33 100	2 900
remix wikipedia		8 100	320

Rys. 12. Narzędzie firmy Google do propozycji słów kluczowych



Rys. 13. Zainteresowanie na słowa kluczowego remix w poszczególnych regionach kraju



Rys. 14. Najpopularniejsze wyszukiwania dla słowa kluczowego remix

6 Analiza pozycjonowania witryny przy użyciu Google Analytics

Pozycjonowanie strony internetowej to pewien proces który, powinien być stale monitorowany przy użyciu narzędzi analitycznych. Jednym z najbardziej znanych narzędzi tego typu jest Google Analytics, dzięki któremu, można w odpowiednim momencie zareagować na to jak zmienia się pozycja indeksowanej witryny i wdrożyć jakieś zmiany do taktyki pozycjonowania. Został on stworzony na bazie, systemu firmy Urchin Software wykupionej przez Google i udostępniony do powszechnego użytku od 2005 roku dla każdej osoby posiadającej konto Google. Usługa jest darmowa w przypadku, gdy dana witryna nie przekracza miesięcznego limitu 5 milionów odwiedzin.

Korzystanie z Google Analytics rozpoczyna się od założenia konta Google, w przypadku, gdy posiadamy konto pocztowe GMAIL, nie trzeba zakładać nowego konta. W przypadku Google wystarczy jedno konto do logowania się w wielu narzędziach między innymi AdSense, AdWords, Analytics, MasterTools.

W ramach interfejsu Google Analytics została udostępniona specjalna wersja API (Application Programming Interface) dla Flash. Wdrożeniu tego rozwiązania na witrynie umożliwia śledzenia zarówno kliknięcia użytkowników w przyciski we flashu jak i rozmaitych czynności, których użytkownicy mogą dokonywać w trakcie przebywania w portalu. W pierwszej kolejności należy pobrać kod Google Analytics dla flasha ze strony <http://code.google.com> a dokładniej:

<http://code.google.com/intl/plPL/apis/analytics/docs/tracking/flashTrackingSetupFlash.html>

w pobranym katalogu należy odszukać pliki o nazwie analytics.as oraz analytics_flash.as, są to komponenty biblioteki Flash. Oba pliki należy przekopiować do folderu Components (komponenty) w lokalizacji instalacji Flasha na dysku twardym.

7 Podsumowanie

Od początku pracy jej pytanie przewodnie było jasne — czy istnieją metody, które umożliwiają pozycjonowanie i optymalizację witryn wykonanych w technologii Flash oraz możliwości wdrożenia ich w działającą witrynę. Po przeanalizowaniu całej pracy można stwierdzić, że istnieje wiele metod, których użycie może poprawić widoczność witryny dla robotów indeksujących, a co za tym idzie — wynieść ją na wyższe pozycje w wyszukiwarce. Począwszy od zacytowania do Flasha, do pól tekstowych treści przygotowanych z uwzględnieniem znaczników XHTML, poprzez optymalizację treści — czyli wyróżnienie słów kluczowych, stosowanie nagłówek, tytułów, meta description oraz podobnych elementów — aż po zastosowanie SWFObject (skryptu

JAVASCRIPT, który pozwala na przygotowanie treści alternatywnej dla użytkowników, nie posiadających playera flasha).

W przebiegu pracy, otrzymaliśmy również możliwość linkowania bezpośrednio do każdego odrębnego działu naszej witryny poprzez zastosowanie SWFAddress. Zdecydowanie wpływa to na użyteczność witryny.

W części praktycznej została przygotowana witryna flashowa wraz z implementacją wszystkich opisanych metod podnoszących widoczność w wyszukiwarkach. Witryna dostępna jest pod adresem *www.musicrmx.pl*. Z uwagi na to, iż pozycjonowanie to długofalowy i nieprzerwany proces, w obecnej chwili nie można przedstawić wiarygodnych wniosków udowadniających skuteczność owych metod. Jednakże stosowanie opisanych metod udostępnia nam możliwość pozycjonowania oraz optymalizacji witryny na równi ze stronami wykonanymi w XHTML, o porównywalnej wielkości, co zdecydowanie przyniesie oczekiwane rezultaty w przyszłości.

Literatura

- [1] Danowski B., Makaryk M., Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Jak to się robi / Helion, 2009.
- [2] Grappone J., Couzin G., Godzina dziennie z SEO. Wejść na szczyty wyszukiwarek. Wydanie II / Helion, 2010.
- [3] Walter A., Witryny nie do ukrycia. Jak zbudować stronę, którą znajdzie każda wyszukiwarka. / Helion, 2009.
- [4] Eisenberg B., Quarto-vonTivadar J., Crossy B, David L., Google Website Optimizer. Przewodnik / Helion, 2010.
- [5] Frontach T., Twój biznes w Internecie. Podręcznik e-marketingu. / Komputer świat ekspert BIBLIOTECZKA, 2009.
- [6] Traczyk T., XML – stan obecny i trendy rozwojowe. / Politechnika Warszawska, 2003.
- [7] <http://www.ittechnology.us/search-golden-triangle/> 22.06.2011
- [8] <http://www.pozycjonowanie.yoyo.pl/> 22.06.2011
- [9] http://pl.wikipedia.org/wiki/Reklama_kontekstowa 23.06.2011
- [10] http://pl.wikipedia.org/wiki/Google_AdSense 23.06.2011
- [11] <http://pl.wikipedia.org/wiki/Adkontekst> 23.06.2011
- [12] http://pl.wikipedia.org/wiki/Google_AdWords 23.06.2011
- [13] <http://pl.wikipedia.org/wiki/SERP> 23.06.2011
- [14] <http://www.poradnik-webmastera.com/polecenia/html/znaczniki/> - 5.06.2011.

- [15] http://funkcje.net/pod_kat/12/22.html - 5.06.2011
- [16] http://pl.wikipedia.org/wiki/Znacznik_meta - 8.06.2011
- [17] [http://4programmers.net/\(X\)HTML/Meta](http://4programmers.net/(X)HTML/Meta) - 8.06.2011
- [18] <http://pl.wikipedia.org/wiki/XML> - 14.06.2011
- [19] http://internetmaker.pl/artyku/693,1,strona_we_flashu_z_wykorzystaniem_xml – 16.06.2011.

POSITIONING ANALYSIS OF A WEBSITE MADE IN FLASH TECHNOLOGY

Summary – Web sites made in Flash technology offer a wide range of possibilities, which can not be obtained in other technologies. An important feature of the web sides made in this technology is the correct display in all available web browsers. The overall aim of this article was to learn what methods are available for positioning web sites made in Flash. Is there such a method, if so, how to use them in action and ready to implement a working website.