**[Kľúčové slová](http://www.seopedia.sk/zaklady-seo-optimalizacie/klucove-slova/%22%20%5Co%20%22Permanent%20link%20to%20K%C4%BE%C3%BA%C4%8Dov%C3%A9%20slov%C3%A1)**

**Kľúčové slovo** (po anglicky: **keyword**) je fráza, ktorú hľadajúci zadá do vyhľadávača a ktorú sa web stránka snaží zacieliť. V širšom význame sa kľúčovým slovom rozumie akákoľvek hľadaná fráza. Napríklad, ak niekto hľadá hotel v Bratislave, pravdepodobne zadá do vyhľadávača niektoré z nasledujúcich kľúčových slov: hotel Bratislava, hotely Bratislava, ubytovanie v Bratislave, Bratislavské hotely.

**Voľba kľúčových slov** je veľmi dôležitou časťou optimalizácie a voľbe musí predchádzať riadny prieskum. Pokiaľ si zvolíte frázy, ktoré nikto nehľadá, nikto na vaše stránky nepríde. Ak si zvolíte frázu veľmi hľadanú ale nevystihujúcu obsah stránky, možno získate návštevníkov ale nie zákazníkov. Získate návštevníkov, ktorí hľadajú niečo iné ako obsah vašich stránok, preto hneď po návšteve kliknú späť a budú hľadať ďalej.

Mnoho ľudí chápe použite kľúčových slov výhradne v spojení s meta-tagom “keywords”. Pravda je však taká, že kľúčové slová majú oveľa väčší význam pri obsahu webu ako v samotnom meta-tagu. Správne použitie kľúčových slov na stránke je jedným z najdôležitejších procesov pri**SEO optimalizácií.**Pri **analýze kľučových slov** je vždy potrebné myslieť na to, že hľadáte slová, ktoré majú prilákať na váš web zákazníkov, nie iba návštevníkov. Je preto potrebné zvoliť frázy, ktoré naozaj vystihujú obsah danej stránky.

### Analýza kľúčových slov

Na nájdenie relevantných kľúčových slov môžete použiť viacero nástrojov. Najviac používané sú: [Google Adwords keywords tools](https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal) a platený [Wordtracker](http://www.wordtracker.com/). Zaujímavým doplnkom môže byť aj online nástroj – [OpenPhrases](http://www.openphrases.com/).

**Z nástroja Google Adwords** máte informácie o kľúčových slovách z prvej ruky, pretože pre Google chcete väčšinou primárne web optimalizovať. Nástroj ukazuje nielen návrhy pre ďalšie kľúčové slová, ale aj to, nakoľko bolo dané kľúčové slovo hľadané za minulý mesiac a nakoľko je hľadané v priemere za posledný rok. Naviac obdržíte aj informácie o konkurenčnosti daných slov, ktoré vychádzajú z počtu inzerentov AdWords na dané kľúčové slovo. Mnohokrát sa potom samotný Adwords používa na testovanie predajného potenciálu jednotlivých kľúčových slov, teda na testovanie konverzného pomeru.

**Wordtracker** je platená služba a ponúka niektoré možnosti, ktoré Google Adwords nemá. Ide hlavne o porovnanie konkurenčnosti kľúčových slov na základe počtu stránok vo výsledkoch hľadania daných fráz. Okrem toho, analýza kľúčových slov len na základe nástroja Google Adwords väčšinou končí výberom všeobecnejších (konkurenčnejších) výrazov než pri použití Wordtracker-a.

Za pomoci analýzy kľúčových slov potom určíte [obsah](http://www.seochat.sk/obsah-struktura-stranok/) a [štruktúru webu](http://www.seochat.sk/struktura-webu/), jednotlivých [title tagov](http://www.seochat.sk/title-stranok/) a [nadpisov](http://www.seochat.sk/nadpisy-stranok/).

### Nezačínať s hlavným kľúčovým slovom!

Pri následnej propagácii webu by sa nemalo (hlavne v konkurenčnej oblasti) začínať s optimalizáciou na tú najkonkurenčnejšiu frázu. Sprvu si nájdite menej konkurenčné kľúčové slovo, pre ktoré budete optimalizovať. Prečo? Vysvetlenie je jednoduché… Určitou prácou získate síce 30. pozíciu na veľmi hľadané slovo, ale na 30. pozíciu sa (okrem vás) nikto nebude pozerať. Tou istou námahou môžete získať prvú pozíciu na síce menej hľadané slovo, ale ktokoľvek to slovo bude hľadať, určite pristane na vašej stránke.

Približnú konkurenčnosť kľúčového slova, môžete zistiť priamo vo vyhľadávaní. Ak si dáte v Google hľadať akúkoľvek frázu, vpravo hore dostanete nápis: Výsledky***1 – 10***z približne***227 000 000***pre***kľúčové slovo***. (0,20 sekúnd). Číslo 227 000 000 je odhad počtu súperiacich stránok. Nevypovedá to úplne o konkurenčnosti kľúčového slova, pretože vo výsledku môže byť len 100 stránok, ale tak silných, že ich predbehnete ťažšie ako tých 227 000 000. Plus mínus to ale odpovedá, pre naše účely je takéto hodnotenie použiteľné.

**Meta-značka keywords:**

Meta značka **keywords** sa vkladá(la) do hlavičky html dokumentu:
*<meta name=”keywords” content=”klucove slovo, fraza, oddelene, ciarkami”>*

Ešte pred pár rokmi patril tento meta-tag medzi najdôležitejšie značky. V dnešnej dobe sa však už nepoužíva, dokonca viaceré svetové SEO stránky výslovne odporúčajú **nepoužívať meta tag keywords!**Náš názor je, že je v dnešnej dobe zbytočné používať keywords tag, ale ak ho požijete, žiadne trestné body od Google, ani od ďalších vyhľadávačov nedostanete.

Viac o nepoužívaní alebo ignorovaní meta tagu keywords si môžete prečítať priamo na oficiálnom [blogu google webmaster](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html%22%20%5Ct%20%22_blank).

http://www.seochat.sk/klucove-slova/

http://www.seopedia.sk/zaklady-seo-optimalizacie/klucove-slova/