

SPLETNE STRANI FAKULTET UNIVERZE V MARIBORU Z VIDIKA SPLETNE OPTIMIZACIJE

MARKO URH & ALENKA BAGGIA

Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede, Kranj, Slovenija, e-pošta:
marko.urh@um.si, alenka.baggia@um.si.

Povzetek Spletna stran je ogledalo sodobne organizacije, tudi izobraževalne ustanove. Dobro narejena spletna stran, ki vključuje moderne tehnike in metode spletne optimizacije je bolj privlačna, vidna ne le za spletne uporabnike temveč avtomatizirane programe oziroma skripte, ki jih imenujemo spletni pajki. V prispevku z vidika spletne optimizacije analiziramo spletne strani fakultet Univerze v Mariboru. Spletne strani fakultet so izrednega pomena, saj njihovi uporabniki kot so študenti, profesorjih, poslovni partnerji in drugi, vsakodnevno iščejo različne informacije. Zavedati se moramo, da imajo fakultete konkurenco zunaj univerze, zato morajo redno skrbeti za svoj ugled na spletu. Namen prispevka je opozoriti na pomanjkljivosti posameznih spletnih strani in s tem ponuditi vpogled v priložnosti za izboljšave. V prispevku je opisan koncept spletne optimizacije, analiza spletnih strani fakultet po 5 osnovnih segmentih optimizacije ter podani zaključki s priporočili za izboljšavo.

Ključne besede:
spletna stran,
optimizacija
spletnih strani za
iskalnike, Univerza
v Mariboru.

1 Uvod

Zasebno in poslovno življenje si težko predstavljamo brez pomoči in uporabe interneta. Do spletnih strani lahko dostopamo preko pametnih telefonov, tablic, osebnih računalnikov in drugih naprav. Podatki dostopni na spletni strani NetMarketShare (2020) pokažejo, da je več kot 75 % vsega iskanja preko svetovnega spletnega potekalo preko iskalnika Google, kateremu sledijo iskanja z iskalnikom Bing (okoli 10 %), Baidu (okoli 10 %), Yahoo (okoli 2,6 %) in drugimi. Dean (2018) navaja, da iskalnik Google pri razvrščanju spletnih strani upošteva več kot 200 elementov, ki jih lahko razvrstimo na sledeča področja: (1) faktorji domene, (2) dejavniki na ravni strani, (3) dejavniki na spletnem mestu, (4) dejavniki povratnih povezav, (5) interakcija uporabnika, (6) posebna Googlova algoritemska pravila, (7) elementi blagovnih znamk, (8) elementi na spletni strani in (9) elementi zunaj spletne strani. Iskanje preko spletnih iskalnikov (npr. Google) najpogosteje poteka tako, da uporabnik v iskalnik vnese ključno besedo ali več besed, na osnovi katerih algoritem ponudi rezultate iskanja v obliki seznama spletnih strani. Seznam ponujenih spletnih strani je pogosto sestavljen iz dveh vrst spletnih strani. Prvi so plačljivi rezultati iskanja, drugi pa so rezultati iskanja, ki jih imenujemo 'organski zadetki', torej brezplačni. Po navedbah Sarcona (2019), prvih pet organskih rezultatov oz. prvih pet razvrščenih spletnih strani prejme 67,60 % vseh klikov, spletne strani, ki se uvrstijo od 6 do 10 mesta pa le 3,73 %. Po podatkih spletne strani Internet live stats (2020) je bilo v času nastajanja prispevka (januar 2020) več kot 1,74 milijarde spletnih strani. Na osnovi omenjene številke lahko trdimo, da se posamezna spletna stran, čedalje težje uvrsti visoko pri rezultatih, ki jih ponudijo iskalniki (npr. Google). Konkurenca med podjetji in organizacijami se vsekakor kaže tudi na področju spletnih strani. S spletnimi stranmi podjetja in organizacije tekmujejo za pozornosti uporabnikov. Imeti dobro spletno stran ni enostavno. Kot zanimivost lahko omenimo, da iskalnik Google pri razvrščanju spletnih strani bolje razvršča spletne strani, ki imajo na prvi strani daljša besedila z več kot 2416 besed v povprečju (SWEOR, 2018). Omenjeni vir tudi navaja, da so tovrstna spletna mesta deležna več kot 68,1 % več 'tvitov' (Twitter) in več kot 22,6 % 'vščekov' (Facebook) kot pa spletna mesta s krajšimi vsebinami. Tako kot med podjetji, tudi med fakultetami posameznih univerz, vlada konkurenca. Namen prispevka je opozoriti na pomen optimizacije spletnih strani za iskalnike (angl. Search Engine Optimization - SEO) in pokazati na glavne pomanjkljivosti posameznih spletnih strani fakultet, ki delujejo v okviru Univerze v Mariboru.

2 Teoretične osnove

Optimizacija spletne strani predstavlja enega najbolj dinamičnih procesov na področju marketinga organizacije. Sam koncept se je pojavil nekaj let po objavi prve spletne strani, konec 90ih let, optimizacija pa se je na začetku izvajala samo na spletni strani (Baker, 2017). Kasneje se je pojavil Googlov spletni pajek in algoritem rangiranja spletnih strani, kar je bistveno spremenilo pristope k optimizaciji spletnih strani. Nekaj teoretičnih osnov optimizacije spletne strani predstavljamo v nadaljevanju.

2.1 Pomen optimizacije spletnih strani

Uporabniki spleta na spletu iščejo informacije s pomočjo iskalnikov. Poznavanje izbire ključnih besed, ki jih bo uporabnik vpisal v iskalnik, predstavlja dobro izhodišče za to, da bo določena spletna stran med prvimi rezultati iskanja, vendar to še zdaleč ni vse, kar lahko storimo za pridobitev dobre pozicije v iskalniku. Biti na prvi strani v spletnem iskalniku ni stanje ampak proces, ki potrebuje neprestano aktivnost na spletni strani. V spletnem iskalniku nobena spletna stran ne obdrži prvega mesta za vedno (Ward, 2016), zato organizacije potrebujejo strokovnjake, ki jim pomagajo ostati čim višje med rezultati iskalnika. V splošnem delimo optimizacijo spletne strani na več skupin, kot je predstavljeno v nadaljevanju.

2.2 Bela in črna optimizacija spletne strani

V literaturi najpogosteje zasledimo delitev na belo optimizacijo (angl. White hat), sivo in črno optimizacijo spletne strani (angl. Black hat). Bela optimizacija se osredotoča na strategije, ki se bolj osredotočajo na uporabnike, manj pa na iskalnike. Bela optimizacija je sicer počasnejša, omogoča pa konstanten napredek pri razvrstitvi v spletnem iskalniku. Pri črni optimizaciji lastniki spletnih strani uporabljajo nedovoljene in varljive strategije, s katerimi želijo prelisčiti iskalnik in si pridobiti mesta pri razvrstitvi. Med obema tehnikama občasno zasledimo še tako imenovano sivo optimizacijo, ki se osredotoča na belo optimizacijo, občasno pa uporabi tudi nedovoljene metode, da bi povišala rang spletne strani. V tabeli 1 so povzete osnovne karakteristike tehnik optimizacije, kot jih predstavlja (Rasheed et al., 2018).

Tabela 1: Osnovne značilnosti optimizacijskih tehnik (Rasheed et al., 2018).

Bela optimizacija	Črna optimizacija	Siva optimizacija
Kvalitetna vsebina	Podvajanje vsebine	Skrita vsebina za robote
Naslov in meta podatki	Ponavljanje v ključnih besedah	Preoblikovanje spletne strani v rednih intervalih
Kvalitetne povezave	Meta ključne besede Povezave v skupini strani Usmerjevalne strani Avtomatizirana vsebina Prikrivanje vsebine Manipulativne povezave	Vsiljiv gumb za deljenje Povezave na dobrodelne institucije Ponavljanje vsebine Plačevanje za klike

Pri uporabi črne oziroma delno tudi sive optimizacije tvegamo, da bodo iskalniki ugotovili prevaro in spletno stran degradirali. Belo optimizacijo spletne strani nadalje delimo na optimizacijo na spletni strani in optimizacijo izven spletne strani.

2.2 Optimizacija na spletni strani

Optimizacija na spletni strani je vezana na aktivnosti, ki jih lahko opravimo na svoji spletni strani, da bi se naša spletna stran razvrstila čim višje med rezultati iskanja (Kelsey, 2017). Optimizacijo na spletni strani izvajamo ob razvoju spletne strani, vključuje tudi pripravo strani za mobilne odjemalce, oblikovanje slik in poimenovanje slik, naslove ter zunanje povezave na druge spletne strani. Ne glede na pomen optimizacije na spletni strani za mesto v rezultatih iskanja, aktivnosti povezane z optimizacijo vodijo tudi do bolj razumljive, intuitivne, vsebinsko bogate spletne strani, ki obiskovalcem zagotavlja kvalitetno vsebino. Ključni cilj optimizacije na spletni strani, za iskalnike in uporabnike, je po mnenju (Moz, 2020):

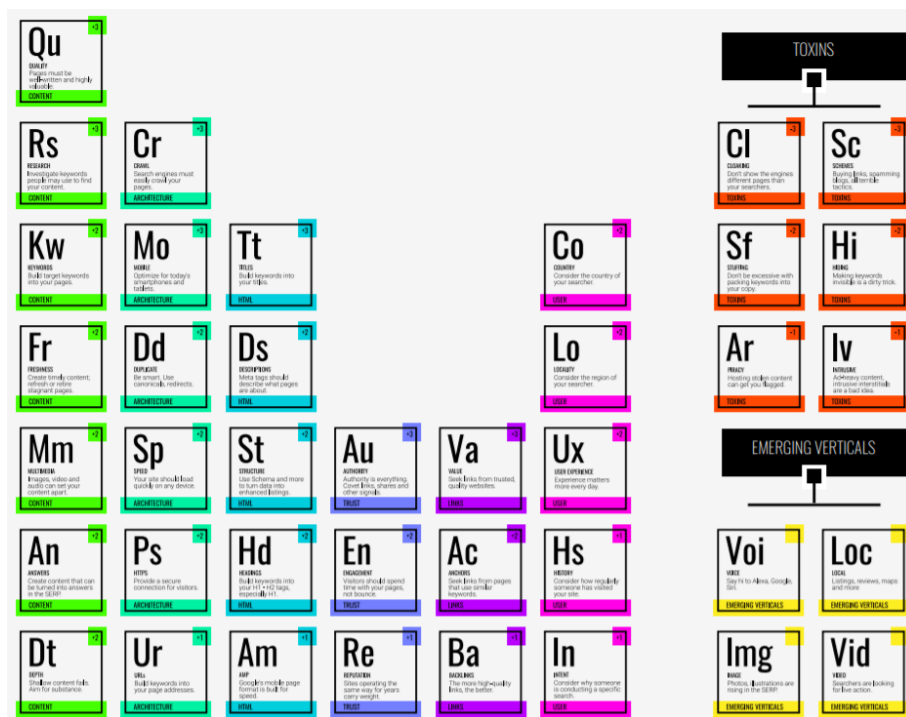
- razumeti pomen spletne strani
- spoznati stran kot pomembno pri poizvedbi (vezano na ključne besede)
- dokazati, da je spletna stran uporabna in da se upravičeno lahko uvrsti visoko na seznamu rezultatov iskanja.

2.3 Optimizacija izven strani

Optimizacija izven spletne strani se običajno izvaja ko je razvoj spletne strani zaključen. S pomočjo optimizacije izven spletne strani izboljšamo rezultate iskanja tako, da skušamo vplivati na popularnost spletne strani med uporabniki, pomembnost spletne strani, zaupanje spletni strani in avtoriteto, ki jo ima spletna stran. Ne glede na spremembe faktorjev, ki vplivajo na rangiranje spletne strani v spletnem iskalniku, se optimizacija spletne strani izven strani še vedno pojavlja kot bolj pomembna. Med najpomembnejšimi aktivnostmi velja izpostaviti povezave na družbena omrežja, sodelovanje v spletnih skupnostih in vpisovanje v zunanje imenike. Če je optimizacija na spletni strani slabše izvedena, bo potrebno vložiti več truda v optimizacijo izven spletne strani.

2.4 Najpomembnejši elementi optimizacije spletnih strani

Od leta 2011 periodni sistem optimizacijskih elementov, ki jih upoštevajo spletni iskalniki, redno objavlja Search Engine Land. (2019). Vsako leto ima sistem dodanih več elementov. V zadnji verziji so dodani elementi, ki se ne osredotočajo samo na faktorje uspeha, pač pa tudi na osnovne faktorje, faktorje ključne za strategijo optimizacije in nekaj tistih faktorjev, ki jih lahko pričakujemo v prihodnosti. Vsak element v tabeli predstavlja sklop optimizacije, ki ga je potrebno upoštevati, če želimo, da bo naš pristop k optimizaciji uspešen. Elementi so organizirani v skupine, pri čemer ima vsak element podano tudi pomembnost. Osrednji del tabele predstavljajo pozitivne skupine: Vsebine, Arhitektura, HTML, Zaupanje, Povezave in Uporabnik, na desni strani Slike 1 pa lahko vidimo še dve skupini, ki predstavljata tako imenovane Toksine in Prihajajoče vertikale. Toksini so elementi, ki negativno vplivajo na rezultat optimizacije, prihajajoče vertikale pa predstavljajo elemente, ki postajajo vedno bolj pomembni in bodo v prihodnje postali del uspešne optimizacijske strategije.



Slika 1: Periodni sistem elementov optimizacije.

(Search Engine Land, 2019).

S pomočjo periodnega sistema optimizacije spletne strani lahko vzpostavimo uspešno strategijo optimizacije za spletno stran. Ne glede na to, ali smo danes vzpostavili odlično spletno stran, ki je med rezultati na prvem mestu, je ključnega pomena, da rezultate iskalnika redno spremljamo in spletno stran posodabljammo glede na aktualna priporočila in spremembe pri algoritmih rangiranja spletnih strani.

3 Metodologija

Za potrebe analize spletnih strani fakultet Univerze v Mariboru smo izbrali uveljavljeno spletno diagnostično orodje namenjeno optimizaciji spletnih strani znano pod imenom SEO Site Checkup (SEO Site Checkup, 2020). V analizo smo vključili vseh 17 spletnih strani, ki delujejo v okviru Univerze v Mariboru (Univerza v Mariboru, 2020):

1. Ekonomsko-poslovna fakulteta - <http://www.epf.um.si>
2. Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko - <https://feri.um.si>
3. Fakulteta za energetiko - <http://www.fe.um.si/sl/>
4. Fakulteta za gradbeništvo, prometno inženirstvo in arhitekturo - <http://www.fgpa.um.si>
5. Fakulteta za kemijo in kemijsko tehnologijo - <http://www.fkkt.um.si>
6. Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede - <http://www.fkbv.um.si>
7. Fakulteta za logistiko - <http://fl.um.si>
8. Fakulteta za naravoslovje in matematiko - <http://www.fnm.um.si>
9. Fakulteta za organizacijske vede - <http://www.fov.um.si>
10. Fakulteta za strojništvo - <http://www.fs.um.si>
11. Fakulteta za turizem - <http://ft.um.si>
12. Fakulteta za varnostne vede - <http://www.fvv.um.si>
13. Fakulteta za zdravstvene vede - <http://www.fzv.um.si/>
14. Filozofska fakulteta - <http://www.ff.um.si>
15. Medicinska fakulteta - <http://www.mf.um.si>
16. Pedagoška fakulteta - <http://www.pef.um.si>
17. Pravna fakulteta - <http://www.pf.um.si>

Na osnovi izvedenega testiranja, smo prikazali rezultate posameznih segmentov optimizacije spletne strani. V nadaljevanju smo analizirali posamezne segmente optimizacije, ter ocene spletnih strani.

3 Rezultati

Testiranje je bilo izvedeno 21. januarja 2020, ko smo pridobili enotne podatke trenutnega stanja posamezne spletne strani. Omenjeno orodje za analizo v svojem poročilu loči 5 segmentov, ki se delijo na: (1) osnovne SEO elemente; (2) elementi povezani s hitrostjo spletnih strani; (3) elemente povezane s strežniki in varnostjo; (4) prilagojenost spletnih strani za mobilne naprave in (5) napredni SEO elementi. V Tabeli 2 so prikazani posamezni segmenti in v okviru teh elementi spletnih strani. Vseh elementov, ki so bili zajeti v analizo je 44. V večini primerov se pri posameznih elementih preverja samo obstoj, na primer, ali obstaja datoteka robots.txt. Med njimi najdemo nekaj izjem, kjer se ustreznost preverja z mejnimi vrednostmi (SEO Site Checkup, 2020):

- Meta naslov (Meta Title Text) krajši od 70 znakov.
- Meta opis (Meta Description Test) krajši od 160 znakov.
- Velikost HTML strani (HTML Page Size Test) manj kot 33 Kb.
- Hitrost nalaganja strani (Site Loading Speed) manj kot 5s.
- Test objektov na strani (Page Objects Test) manj kot 20 zahtev.

Posamezni elementi spletne strani, ki ustrezajo trenutnim SEO zahtevam so v Tabeli 2 označeni z znakom (+), elementi, ki ne ustrezajo pa z znakom (-). Elementi, ki jih ni bilo možno zaznati so označeni z znakom (/). Pri spletni strani Fakultete za gradbeništvo, prometno inženirstvo in arhitekturo nista bila zaznana dva elementa. Omeniti moramo, da vsi elementi niso enako pomembni pri razvrščanju spletnih strani.

Tabela 2: Prikaz stanje spletnih strani fakultet UM glede SEO elementov izvedene s pomočjo spletnega orodja SEO Site Checkup (2020).

Elementi spletne strani	Spletna stran																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
OSNOVNI SEO ELEMENTI																	
Meta Title Test	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Meta Description Test	-	+	+	-	-	-	+	-	-	+	-	+	-	+	+	+	+
Keywords Usage Test	-	+	+	-	-	-	+	-	-	+	-	+	-	-	+	-	-
Heading Tags Test	-	+	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+	+	-	+	-	-
Robots.txt Test	-	+	+	/	+	+	-	-	+	+	-	+	+	-	+	+	+
Sitemap Test	-	+	+	+	-	-	+	-	+	-	-	+	+	-	-	+	-
SEO Friendly URL Test	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-

Tabela 2: Prikaz stanje spletnih strani fakultet UM glede SEO elementov izvedene s pomočjo spletnega orodja SEO Site Checkup (2020)(nadaljevanje).

Image Alt Test	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Inline CSS Test	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Deprecated HTML Tags Test	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-
Google Analytics Test	+	-	+	+	-	-	+	-	+	+	-	+	-	+	+	-	-	-
Favicon Test	+	-	+	/	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+
JS Error Test	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Social Media Test	+	-	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
HITROSTNI ELEMENTI																		
HTML Page Size Test	-	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	-	-
HTML Compression /GZIP Test	-	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	-	-	+	-	-	-
Site Loading Speed Test	-	+	+	-	+	-	+	+	-	+	-	-	+	+	+	-	-	-
Page Objects Test	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Page Cache Test (SSC)	-	+	+	+	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+	-	-	+
Flash Test	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CDN Usage Test	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Image Caching Test	-	+	-	+	-	-	+	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
JavaScript Caching Test	+	+	-	+	-	-	+	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
CSS Caching Test	+	+	-	+	-	-	+	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-

Tabela 2: Prikaz stanje spletnih strani fakultet UM glede SEO elementov izvedene s pomočjo spletnega orodja SEO Site Checkup (2020)(nadaljevanje).

Media Query Responsive Test	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
NAPREDNI SEO ELEMENTI																	
Structured Data Test	+	+	+	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Custom 404 Error Page Test	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	+	+	+	+
Noindex Tag Test	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Canonical Tag Test	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+
Nofollow Tag Test	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Disallow Directive Test	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
SPF Records Test	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Skupaj (-)	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2
Skupaj (+)	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1
	4	4	0	6	3	2	9	2	4	5	0	9	3	4	0	1	9

Opomba:

(+) ... Ustreza oz. je v mejah ustreznosti; (-) ... Ne ustreza oz. ni v mejah ustreznosti; (/) ... Ni podatka

Ugotovljeno je bilo, da imajo največ pozitivnih SEO elementov spletne strani sledečih fakultet: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko (34), Fakulteta za energetiko (30) in Medicinska fakulteta (30). Najmanj pozitivnih SEO elementov pa imajo Pravna fakulteta (19), Fakulteta za turizem (20) in Pedagoška fakulteta (21).

V Tabeli 3 lahko vidimo skupno število pozitivnih elementov spletnih strani vseh fakultet po posameznih segmentih. Opaziti je, da so razlike me posameznimi

elementi velike. To pomeni, da imajo nekatere elemente ustrezno uporabljene vse spletne strani (vrednost 17), nekatere elementi pa manjkajo pri vseh spletnih straneh (vrednost 0).

Tabela 3: Prikaz skupnega števila pozitivnih lastnosti spletnih strani vseh fakultet.

Lastnost spletne strani	Skupaj	Lastnost spletne strani	Skupaj	Lastnost spletne strani	Skupaj
OSNOVNI SEO ELEMENTI	+	HITROSTNI ELEMENTI	+	STREŽNIKI IN VARNOST	+
Meta Title Test	17	HTML Page Size Test	11	URL Canonicalization Test	5
Meta Description Test	9	HTML Compression/GZIP Test	10	HTTPS Test	10
Keywords Usage Test	6	Site Loading Speed Test	9	Safe Browsing Test	17
Heading Tags Test	6	Page Objects Test	2	Server Signature Test	6
Robots.txt Test	11	Page Cache Test (SSC)	10	Directory Browsing Test	17
Sitemap Test	8	Flash Test	17	Plaintext Emails Test	0
SEO Friendly URL Test	2	CDN Usage Test	0	USTREZNO ZA MOBILNIKE	
Image Alt Test	2	Image Caching Test	5	Media Query Responsive Test	15
Inline CSS Test	2	JavaScript Caching Test	6	NAPREDNI SEO ELEMENTI	
Deprecated HTML Tags Test	14	CSS Caching Test	6	Structured Data Test	6
Google Analytics Test	9	JavaScript Minification Test	2	Custom 404 Error Page Test	15
Favicon Test	13	CSS Minification Test	1	Noindex Tag Test	17
JS Error Test	16	Nested Tables Test	17	Canonical Tag Test	15

**Tabela 3: Prikaz skupnega števila pozitivnih lastnosti spletnih strani vseh fakultet.
(nadaljevanje)**

Social Media Test	15	Frameset Test	17	Nofollow Tag Test	14
		Doctype Test	17	Disallow Directive Test	17
		URL Redirects Test	8	SPF Records Test	3

V Tabeli 4 so prikazane SEO ocene spletnih strani vseh fakultet po metodologiji SEO Site Checkup. Pri celotni SEO oceni, ki jo podaja spletno orodje SEO Site Checkup pa se najbolje izkažejo Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko (ocena 85 od 100), Fakulteta za varnostne vede (ocena 74 od 100) in Medicinska fakulteta (ocena 73 od 100). Celotna SEO ocena pa je najslabša pri sledečih fakultetah: Fakulteta za turizem (ocena 47 od 100), Pravna fakulteta (ocena 47 od 100) in Pedagoška fakulteta (ocena 47 od 100).

Tabela 4: Prikaz SEO ocene lastnosti spletnih strani vseh fakultet po metodologiji SEO Site Checkup.

	Spletna stran																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Celotna SEO ocena (max 100) (SEO Site Checkup)	50	85	67	64	50	53	66	50	60	59	47	74	53	54	73	50	47

Rezultati, ki so prikazani v Tabelah 2, 3 in 4 so lahko podlaga za izboljšanje spletne strani in nudijo izhodišče za nadaljnje delo in primerjave. Spletne strani posameznih fakultet so lahko vzorčen primer dobre prakse.

4 Zaključek

V prispevku je prikazana analiza spletnih strani 17-ih fakultet Univerze v Mariboru z vidika spletne optimizacije. Analiza je bila izvedena s pomočjo spletnega orodja 'SEO Site Checkup' (SEO Site Checkup, 2020), ki je namenjen diagnostiki spletnih strani in je v svetu spletne optimizacije odlično uveljavljen. Spletne strani fakultet so bile analizirane na osnovi 43 elementov, ki so pomembni pri razvrščanju spletnih strani z vidika spletne optimizacije. Namen prispevka ni kritika obstoječih spletnih strani, temveč opozoriti na posamezne pomanjkljivosti in skupne značilnosti, ki bi jih bilo smiselno odpraviti. Fakultete Univerze v Mariboru si medsebojno ne konkurirajo glede vsebinskega področja in s tem tudi ne glede pridobivanja študentov. Študent, ki se namerava vpisati na Strojno fakulteto Univerze v Mariboru, se verjetno ne namerava vpisati na Filozofsko fakulteto Univerze v Mariboru. S tega vidika lahko trdimo, da si spletne strani posameznih fakultet ne konkurirajo. Konkurenca fakultetam UM prihaja s strani drugih fakultet, ki delujejo samostojno ali v okviru drugih univerz. Zato je pomembno, da so spletne strani fakultet UM čim bolj prilagojene trenutnim zahtevam spletne optimizacije.

D'Ambra (2020) je mnenja, da je glavni namen spletne strani, ki nudi informacije, posredovati uporabne informacije (napotki, nasveti, navodila, podporne informacije in drugo) uporabnikom ali javnosti, tako da uporabnik spozna nekaj novega ali bolje razume temo spletnega mesta. Dobro zasnovana spletna stran fakultete mora nuditi ustrezne informacije osebam, kot os študenti, profesorji, zunanji poslovni partnerji in drugim. Zasnovana mora biti tako, da lahko nudi informacije v različnih jezikih. Zavedati se moramo, da je spletna optimizacije le del dobro zasnovane spletne strani. Ko je govora o spletnih straneh nikakor ne smemo pozabiti omeniti uporabniške izkušnje, ki postaja vse bolj pomembna. Po mnenju Morville-a (2004) morajo z vidika uporabniške izkušnje informacije na spletni strani izžarevati:

- koristnost: vsebina spletne strani mora biti izvirna in izpolnjevati zahteve uporabnika;
- uporabnost: spletna stran mora biti enostavna za uporabo;
- privlačnost: Slika, blagovna znamka in drugi elementi spletne strani naj vzbudijo pozitivna čustva;
- enostavnost uporabe: vsebina mora lahko dostopna, navigacija pa enostavna;

- dostopnost: vsebina mora biti dostopna osebam s posebnimi potrebami;
- verodostojnost: uporabniki morajo zaupati in verjeti v informacije zapisane na spletni strani.

Obstaja zelo velika verjetnost, da je področje optimizacije spletnih strani fakultet UM prepuščeno posameznim informatikom znotraj posamezne fakultete. Zaradi pomembnosti področja omenjenega v prispevku bi bilo smiselno razmišljati o enotni politiki oz. pogledih na spletno optimizacijo. Zato predlagamo, da se organizirajo ustrezna izobraževanja za informatike posameznih fakultet z namenom ozaveščanja ali večanja znanja s področja spletne optimizacije. Drugo priporočilo gre v smeri sistemskega pristopa k optimizaciji spletnih strani, ki bi bilo lahko rešeno v obliki delovne enote ali delovne skupine v okviru univerze, ki bi stalno ali občasno pregledovala spletne strani fakultet. Takšna enota ali delovna skupina naj bo sestavljena iz ljudi, ki razumejo in sledijo novostim na področju spletne optimizacije. S takšnim pristopom bi lahko spletne strani fakultet približali čim bolj optimalnemu stanjem.

Literatura

- Baker, L. (2017). 20 Years of SEO: A Brief History of Search Engine Optimization. Retrieved January 30, 2020, from Search Engine Journal website: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/seo-history/#close>
- D'Ambra, S. (2020). What is the Purpose of a Website? Retrieved January 21, 2020, from <https://www.cleart.com/what-is-the-purpose-of-a-website.html>
- Dean, B. (2018). Google's 200 Ranking Factors: The Complete List (2019). Retrieved January 20, 2020, from <https://backlinko.com/google-ranking-factors>
- Internet live stats. (2020). Total number of Websites. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>
- Kelsey, T. (2017). *Introduction to Search Engine Optimization*. Wheaton, Illinois: Apress.
- Morville, P. (2004). User Experience Design. Retrieved January 20, 2020, from http://semanticstudios.com/user_experience_design/
- Moz. (2020). On-Site SEO. Retrieved January 20, 2020, from <https://moz.com/learn/seo/on-site-seo>
- NetMarketShare. (2020). Market Share Statistics for Internet Technologies. Retrieved January 20, 2020, from <https://netmarketshare.com/>
- Rasheed, K., Noman, M., Imran, M., Iqbal, M., Khan, Z. M., & Abid, M. M. (2018). Performance Comparison Among Local and Foreign Universities Websites Using Seo Tools. *ICTACT Journal on Soft Computing*, 08(02), 1598–1610. <https://doi.org/10.21917/ijsc.2017.0223>

- Sarcona, C. (2019). Part 1: Organic vs PPC in 2019: The CTR Results. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.zerolimitweb.com/organic-vs-ppc-2019-ctr-results-best-practices/>
- Search Engine Land. (2019). The Periodic Table of SEO Factors. Retrieved January 31, 2020, from <https://searchengineland.com/seotable>
- SEO Site Checkup. (2020). SEO Site Checkup. Retrieved January 20, 2020, from <https://seositecheckup.com/>
- SWEOR. (2018). Ideal SEO Content Length: Flushing the Goldfish Cliché Down the Toilet. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.sweor.com/seocontentlength>
- Univerza v Mariboru. (2020). Članice UM. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.um.si/univerza/clanice/Strani/default.aspx>
- Ward, A. A. (2016). *The SEO Battlefield: Winning Strategies for Search Marketing Programs*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

