



# **SEO optimizacija**

**dr Suzana Marković, dipl.ing. el.  
suzana.markovic@vps.ns.ac.rs**



# On-Page SEO

# Pojam i značaj

- On-Page SEO obuhvata praksu optimizacije sajta sa ciljem unapređenja njegove pozicije na pretraživaču i povećanja organskog saobraćaja.
- Obuhvata i optimizaciju izvornog HTML koda stranice radi procene njene relevantnosti za upit korisnika.
- Svaka stranica koja se prikazuje u rezultatima pretrage sastoji se od metaoznaka (meta tags), malih isečaka teksta koji pomažu pretraživačima da saznaju neke informacije o stranici (koliko često se obnavlja, šta se nalazi na njoj, ključne reči koje čine njen sadržaj i tome sl.)

# Anatomija rezultata internet pretrage

The image shows a search engine result for the query "poslovna akademija beograd". The search bar contains the text "poslovna akademija beograd". Below the search bar, there are navigation options: "Све", "Слике", "Мапе", "Вести", "Видео", and "Још". The search results show "Око 447.000 резултата (0,87 секунде/и)". The first result is for the URL "https://www.bpa.edu.rs". The title of the result is "Београдска академија пословних и уметничких струковних ...". The description of the result is "Београдска академија је прва академија у Србији. Пружа могућност студентима да се образују у области информационих технологија, менаџмента, финансија, ...". The text "Ову страницу сте посетили више пута. Последња посета: 20.9.21." is also visible. Annotations include a red arrow pointing to the search bar labeled "URL адреса", a red arrow pointing to the title labeled "Naslov", and a red arrow pointing to the description labeled "Opis".

poslovna akademija beograd

Све Сlike Мапе Вести Видео Још

Око 447.000 резултата (0,87 секунде/и)

URL адреса → <https://www.bpa.edu.rs>

Naslov → Београдска академија пословних и уметничких струковних ...

Opis → Београдска академија је прва академија у Србији. Пружа могућност студентима да се образују у области информационих технологија, менаџмента, финансија, ...

Ову страницу сте посетили више пута. Последња посета: 20.9.21.



# Anatomija rezultata internet pretrage

- Prva linija rezultata pretrage je **web adresa** (URL) – tačna adresa prikazane stranice.
- Ispod se nalazi **naslovna oznaka** (title tag) – naslov ili ime web stranice.
- Treća linija je **opisna oznaka** (description tag) i najčešće ima dva reda.
- Podebljana reč u opisnoj oznaci označava podudaranje sa pojmom koji je korisnik upotrebio u pretrazi – **ključna reč** (keyword).
  - Može biti direktno podudaranje ili oblik jednine/množine ili sinonim.



# Metaoznake na stranici značajne za SEO

- Naslovi i podnaslovi na stranici (**headings**);
- Tekstualni opis vizuelnog sadržaja (**alt** tag);
- Oznaka jezika (**hreflang** tag) na kojem je pisan sadržaj sajta;
- Oznaka za robote pretraživača (**robots meta** tag) daje robotu informaciju koje stranice da (ne) indeksira i koje linkove da (ne) prati;
- Oznaka prikaza stranice (**viewport meta** tag) – saopštava se veb čitaču da prikaže stranicu na ekranu mobilnog uređaja.

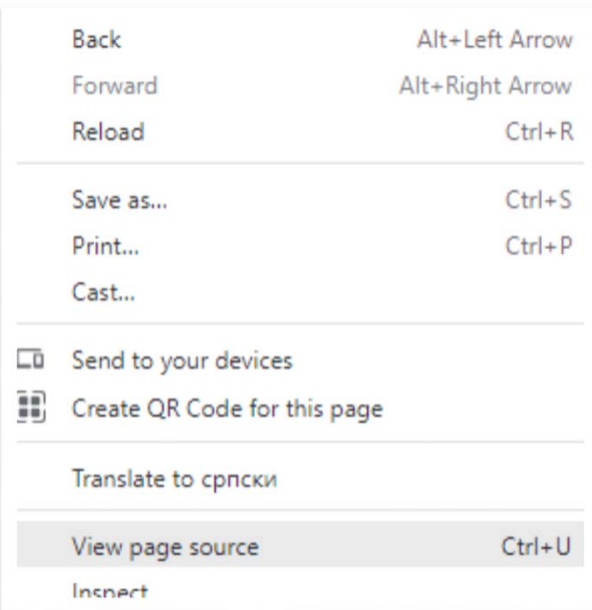
# View page source

- ➔ Metaoznake se ne vide u pretrazi ali se mogu videti preko View page source (desni klik na izabranu veb stranicu)

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="sr_RS">

  <head>

    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
    <title>Hemijsko čišćenje, Pranje veša, Sušenje veša, peglanje veša - Fleka</title>
    <meta name="description" content=" Hemijsko čišćenje, Pranje veša, Sušenje veša, peglanje veša">
    <meta name="keywords" content="Hemijsko čišćenje, Pranje veša, Sušenje veša, peglanje veša" >
```



# 1. Optimizacija naslovnih oznaka (title tags)

- **Naslov** (ime) veb stranice, tj. HTML oznaka koja se nalazi u njenom zaglavlju, pruža osnovnu informaciju o temi stranice.
- Vidi se na SERP-u kao klikabilni link
- Desni klik – View source kod daje prikaz tog taga `<title>naslov veb-stranice</title>`
- Ova oznaka daje informaciju robotima pretraživača o temi sajta što je bitno kod indeksiranja.

<https://www.nekretnine.rs> > ... > Stanovi Izdavanje ▾

[Izdavanje stanova Beograd | Nekretnine.rs](#)

Izdavanje stanova Beograd. Svi stanovi za izdavanje na jedno ponudu nekretnina u Srbiji i regionu na sajtu Nekretnine.rs.

```
<title>Izdavanje stanova Beograd | Nekretnine.rs</title>
```



# 1. Pravila (title tags)

- Svaka veb-stranica treba da ima jedinstvenu naslovnu oznaku;
- One treba da sadrže ključnu reč koja je povezana sa temom stranice na koju vode;
- Ključna reč treba da se nađe na početku naslovne oznake, a poslovno ime ili brend na kraju;
- Poslovno ime odvaja se od ključnih reči pomoću znakova : ili | ili -;
- Dužina je 50-60 karaktera (sa razmacima) ili maximum 600px

Osnovna ključna reč – Dopunska ključna reč | Poslovno ime

## 2. Optimizacija opisnih oznaka (description tags)

- Opisne oznake pružaju kratak opis ili pregled veb stranice i prikazuju se na stranici sa rezultatima pretrage ispod naslova;
- Ne predstavljaju faktor za rangiranje na pretraživaču zbog ranijih zloupotreba, ali pravilnom upotrebom mogu da utiču na posećenost sajta;
- Ako nije konfigurisana u kodu, Google će je automatski generisati tako što će iskoristiti rečenice iz prvog pasusa veb-stranice;
- `<META name = "opisna oznaka">`

<https://fmk.singidunum.ac.rs> ▾

Fakultet za medije i komunikacije: FMK

Mi smo škola koja povezuje teorije i savremene prakse, otvara slobodnu razmenu ideja, razvija polja dijaloga i podstiče kreativno stvaralaštvo.

```
<meta name="description" content="Mi smo škola koja povezuje teorije i savremene prakse, otvara slobodnu razmenu ideja, razvija polja dijaloga i podstiče kreativno stvaralaštvo.">
```

## 2. Pravila (description tags)

- Svaka veb-stranica treba da ima jedinstvenu opisnu oznaku;
- Maksimalna dužina je 158 karaktera sa razmacima (920px), a na mobilnim uređajima 120 karaktera (680px);
- Struktura u vidu dve rečenice rezimea sadržaja stranice sa pozivom na izvršenje određene radnje ili akcije (call to action). Npr. *Posetite nas* ili *Saznajte više* i tome slično;
- Ne sme da sadrži prenatlašene reklame npr. *Najbolji smo* osim ako nije navedeno istraživanje koje potkrepljuje tu činjenicu, npr. *Prvi u zemlji koji koriste aparat...*

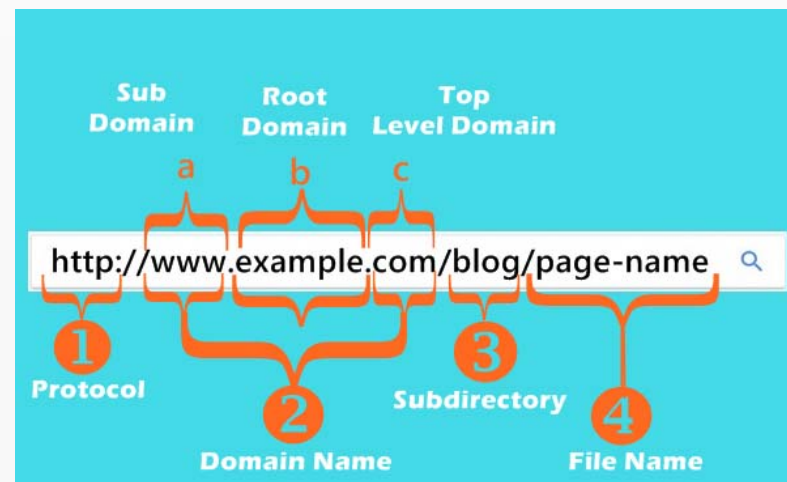
## 3. Optimizacija veb adresa (URL)

- Adresa (putanja do) veb-stranice ili dokumenta na internetu koja sadrži informacije neophodne da pretraživač učita stranicu u čitaču;
- Što je adresa čitljivija za korisnike, biće jasnija robotima pretraživača;
- URL treba da bude kratak, relevantan i da sadrži ključnu reč koja je povezana sa temom stranice na koju vodi.

<https://www.bpa.edu.rs/sr-cyrl-cs/studije/informacioni-sistemi-i-tehnologije-2017-god-oss/2588>

# 3. Pravila (URL)

- Korišćenje ključnih reči povezanih sa sadržajem stranice kad god je to moguće;
- Za potpuni prikaz u čitačima veba maksimalna dužina 512px;
- Numerički karakteri imaju prednost nad simbolima, a reči nad brojevima;
- Preporučuje se upotreba malih slova;
- Ne treba da sadrži veznike (i, ili, ali);
- Za razdvajanje dvodelne reči koristi se "-", a ne znak "\_"



## 4. Optimizacija naslova

- Naslovi na stranicama su HTML elementi u kodu koji služe da razdvoje (pod)naslove u sadržaju sa oznakama od h1-h6.
- Osnovne koristi od naslova za SEO su:
  - Strukturiranje veb-stranice u cilju poboljšanja čitljivosti;
  - Google tretira **tekst** u **naslovima** kao vrlo **vredan** i pri oceni relevantnosti daje mu veći prioritet od ostatka teksta.
  - Naslov h1 predstavlja jedno od najvažnijih mesta za upotrebu ključnih reči pri optimizaciji sajta.

## 4. Pravila (headings)

- Svaka stranica treba da ima jedinstveni naslov koji je opisuje relevantan za njen sadržaj;
- Oznake naslova treba da se pojavljuju hronološkim redom od h1, preko h2 itd.
- U pisanju naslova treba koristiti ključne reči koje su povezane sa sadržajem stranice;
- Optimalna dužina je do 70 karaktera sa razmacima;
- Preporučljivo je da postoji samo jedan naslov h1 po veb-stranici.



# Naslovi treba da zvuče atraktivno

- Sa brojevima – 10 razloga zašto treba vežbati
- Sa procentima – Za 78% ispitanika crvena boja je najdominantnija
- U formi pitanja – Kako funkcioniše procedura prijave ispita?
- Uputstvo – Uputstvo za korišćenje Ada chatbota



## 5. Optimizacija vizuelnog sadržaja (alt text)

- Kod sajtova koji su vizuelno bogati (slike, video itd), usled nedostatka teksta koji roboti pretraživača neće moći da popišu, javlja se problem nerazumevanja teme sajta
- Rešenje je upotreba alt text-a – opisivanjem vizuelnog sadržaja; **<ALT = "opis slike">**
- Ukoliko se slika ne vidi iz tehničkih razloga, na njenom mestu će se pojaviti tekst koji će je opisati;
  - Slika će se pojaviti u rezultatima pretrage Google Images.

## 5. Pravila (alt text)

- Vizuelni sadržaj treba da se opiše što preciznije;
- U opisu koristiti ključne reči za koje slika treba da se pojavi u G.Images, a poslednja reč u opisu treba da bude poslovno ime, brend, ili grad gde se obavlja delatnost;
- Preporučuje se opis svih vizuelnih sadržaja: slika, piktograma, ikona društvenih mreža, polja kojima se korisnik poziva na akciju;
- Opis slike do 125 karaktera;

## 5. Pravila (alt text)

- Format slike najbolje PNG ili JPEG ili noviji JPEG 2000, JPEG XR, WebP (nisu podržani od strane svih pretraživača) itd.
- Veće fotografije treba kompresovati;
- Koristiti sopstvene fotografije, a ne preuzete iz besplatnih baza;
- Za sajtove na kojima dominira puno slika (npr. e-prodaja) napraviti XML mapu sajta koja se postavlja na Pretraživačku konzolu.

## 6. Optimizacija jezika sajta (hreflang tag)

- Atribut **hreflang** saopštava Googlu koji jezik koristi određena stranica;
- Korisnicima prikazuje sadržaj u zavisnosti od lokacije i jezika koji se koristi u pretrazi;
- Koristi se i za geografsko ciljanje ako je sajt urađen na više jezika (hreflang=sr, hreflang=en);
- Postavlja se u:
  - izvorni kod stranice;
  - http/https zaglavlje (za npr. pdf dokumenta)\*
  - mapu veb-sajta korišćenjem zvaničnih ISO standarda.

```
<link rel="alternate" href="http://www.vps.ns.ac.rs/" hreflang="sr" />**
```

```
<link rel="alternate" href="http://www.vps.ns.ac.rs/en/home/" hreflang="en" />
```

# Atributi lang – ne utiče na SEO

- Atribut **lang** služi za navođenje jezika za sadržaj elementa.
- Vrednost ovog atributa je kôd jezika koji se postavlja.
  - Kompletan spisak kodova jezika se može pronaći na adresi [https://www.w3schools.com/tags/ref\\_language\\_codes.asp](https://www.w3schools.com/tags/ref_language_codes.asp)
- `<html dir="ltr" lang="sr-cyrl-cs">`
- `<html dir="ltr" lang="en-us">`
- **ltr**, "left to right" za jezike koji se čitaju i pišu sleva nadesno (kao srpski);

# 7. Sadržaj veb stranice

- Ranije su roboti analizirali sadržaj veb stranice kako bi videli da li sadrži ključnu reč;
- Veb stranice koje su sadržale ključnu reč rangirane su po relevantnosti i autoritetu;
- Danas, korišćenjem tehnika kao što su tematske asocijacije (bioskop/premijera), sinonimi (bioskop/kino) moguće je napisati sadržaj koji angažuje korisnike ali i informiše pretraživače o temi stranice i ključnim rečima bez potrebe da se one prekomerne koriste.
- Google analizira kontekstualno značenje stranice koja bi trebalo da sadrži više različitih reči i pojmova koji su relevantni za ciljanu ključnu reč.

# Pravila pisanja sadržaja

- Svaka stranica treba da bude razumljiva za čitanje
  - Tekstovi u vidu komentara, analiza, poređenja, rang liste su dobar način za postizanje dodatne vrednosti;
- Tekst u odnosu na vizuelni sadržaj treba da bude minimum zastupljen 15% u protivnom efekat tankog sajta;
- Poželjno je bitne reči istaći navođenjem po stavkama (bullet), većim fontom, drugom bojom itd.
- Sadržaj se ne sme kopirati sa drugog sajta (mora biti originalan)

# Pravila pisanja sadržaja

- Koristiti relevantne ključne reči - jedna do dve ključne reči po stranici koje se kombinuju sa ključnim frazama, asocijacijama ili sinonimima;
- Poželjno je prvi pasus početi ključnom rečju;
- Povezati sadržaj sa ostalim stranicama korišćenjem unutrašnjih linkova koji sadrže ključne reči;
- Pošto posetioци uglavnom ne čitaju sadržaj stranice već ga skeniraju, preporučuje se pisanje po modelu obrnute piramide gde se najbitnije informacije stavljaju na vrh strane;
- Izbegavati dugačke blokove nepreglednog teksta.



# Veb-stranice značajne za SEO

- **Naslovna stranica (Home page)** – prva stranica koju posetilac vidi i uglavnom je najposećenija;
- Mora da pruži pregled onoga što sajt nudi, po čemu je njegova ponuda jedinstvena i po čemu se razlikuje od konkurencije;
- Strategija je da se ova stranica pojavi na vrhu SERP-a;
- Cilj optimizacije ove stranice jeste postizanje angažovanosti posetilaca preko ostvarenih klikova;
- Ova stranica nije dovoljno efikasna za SEO ako se posetioци ne sadržavaju na njoj ili ako ih ona ne navodi da posete druge stranice sajta.

# Veb-stranice značajne za SEO

- **Stranica "O nama" (About us)** – može da ima veliki uticaj na posetioce koji žele da izvrše željenu radnju (konverziju) na sajtu;
- Ključne reči na ovoj stranici treba da budu one koje se odnose na osnovnu poslovnu delatnost ili misiju sajta;
- **Stranica sa najčešće postavljenim pitanjima (FAQ)** – često tražene korisničke informacije mogu preko unutrašnjih linkova da se dodatno povežu sa ostalim stranicama sajta.

# Veb-stranice značajne za SEO

- **Stranica za kontakt (Contact us)** – posetioци sajta posećuju ovu stranicu da bi dobili kontakt informacije (broj telefona, adresa, mejl adresa) ili poslali upit popunjavanjem obrasca.
- U fokusu optimizacije treba da bude lokacija i svi podaci u vezi nje, obeležena na Google mapi i istaknuta adresa i broj telefona.
- **Stranice sa kategorijama i podkategorijama proizvoda (Product (sub)category)** – da bi stranice imale SEO vrednost potreban im je sadržaj.
- Posetioци ne žele dugačke tekstove već slike i zato je potrebno istaći proizvod ili usluge u prvi plan, a posetioциma ponuditi sadržaj koji će ih ubediti u njihovu korisnost.

A decorative graphic on the left side of the slide. It features a thick, solid purple vertical bar. To its right, a purple arrow points horizontally to the right. Several thin, curved purple lines originate from the vertical bar and sweep upwards and to the right, creating a sense of movement and flow.

# Off-Page SEO

# Off-Page SEO elementi

- **Off-Page SEO** je proces optimizacije veb sajta koji se vrši izvan veb-stranice.
- Obuhvata strategiju izgradnje povratnih linkova koji vode ka sajtu (backlinks) i povećanja prepoznatljivosti i vidljivosti brenda na internet pretraživaču.
- Ova vrsta optimizacije značajno utiče na podizanje autoriteta veb sajta.
- Koren je algoritma PageRank.

# PageRank

- Na početku razvoja pretraživača, PageRank je analizirao linkove koji vode na neki sajt da bi utvrdio njegov autoritet ili popularnost.
- Ako bi neki sajt linkovao neko drugi, algoritam bi to tretirao kao elektronsku preporuku ili potvrdu njegove korisnosti.
- Više linkova ka nekom sajtu uticalo je da mu PageRank bude viši, a sa tim i njegova pozicija u pretraživaču.
- Svaki novi sajt imao je inicijalnu vrednost PageRank-a 0 u opsegu od 0-10.

# PageRank

- Tokom indeksiranja sajtova, Googlebot započinje svoju putanju po internetu sa sajtova koji imaju najveći PageRank, prateći linkove na njima, što predstavlja jedan od načina otkrivanja novih sajtova na pretraživaču.
- Danas se PageRank iskazuje vrednostima od 0-100, a određen je autoritetom veb-stranica.
- Stranice koje čine sajt zbirno prenose autoritet na sajt koj se zove autoritet domena.



# PageRank

- Do 2003. godine rang stranice bio je javno dostupna informacija na pretraživaču korišćenjem PageRank Toolbar alata.
- Danas ova alatka nije dostupna ali se koristi Moz alatka za ocenu autoriteta domena sajta i autoriteta stranice.



# Linkovi

- Linkovi koji vode ka nekom sajtu funkcionišu kao preporuke u poslovnim biografijama;
- Ne uzima se u obzir samo kvantitet tih linkova već i njihov kvalitet;
- **Jednosmerni** (direktni) link je jednosmerna internet veza koja vodi na drugu veb stranicu;
- **Povratni** (recipročni) link označava veb stranice koje su uzajamno povezane linkovima (Stranica A ima link ka stranici B i obrnuto).

# Linkovi

- Sajt će imati bolju poziciju u rezultatima pretrage ukoliko dobija više organskih linkova sa visoko rangiranih, autoritativnih i popularnih sajtova.
- Nije samo bitan broj tih linkova već i njihov kvalitet.
- Sajt će biti visoko rangiran na SERP-u ukoliko poseduje što više kvalitetnih linkova.
- Važnije je dobiti manje linkova sa kvalitetnih i posećenih sajtova nego više njih sa manje relevantnih sajtova.

# Kvalitet povratnog linka

- Faktori koji utiču na kvalitet linka\* su:
  - Relevantnost ili značaj linka – da li link dolazi sa stranice koja se bavi istom ili srodnom temom kao odredišni sajt;
  - Autoritet veb sajta u određenoj kategoriji, npr. link između određene visokoobrazovne institucije i Ministarstava prosvete;
    - Sajtovi sa ekstenzijom .gov ili .edu su autoritativni i od njih je teško dobiti linkove;
  - Poverenje sajta – koliko je domen sajta sa kojim je izvršeno linkovanje siguran i bezbedan;

# Kvalitet povratnog linka

## ➤ Faktori\*:

- Pozicija linka na stranici – linkovu u zaglavlju stranice i u fusnotama manje su vredni od onih koji se nalaze u sadržaju;
- Raznovrsnost linkova – da li veći broj linkova dolazi sa jednog sajta ili veći broj sajtova šalje manji broj linkova;
- Tekstualni linkovi imaju jaču SEO vrednost od onih koji potiču od slika;
- Ukupan broj linkova koji ima sajt;
- Klikabilni tekst u linku, koji roboti pretraživača koriste kao informaciju da li je stranica na koju link vodi relevantna, na osnovu reči koje se koriste u opisu;

# Unutrašnji linkovi

- Internet veze između stranica koje potiču sa istog domena;
- To su linkovi koji vode na neku drugu stranicu istog sajta;
- Veći broj unutrašnjih linkova na stranici robotima daje signal da je reč o bitnoj stranici koju treba češće posećivati i indeksirati.
- Pomažu u unapređenju upotrebljivosti i pozicije sajta na pretraživaču.

# Vrste unutrašnjih linkova

- Standardni linkovi za navigaciju za napred i nazad koji se unofornno ponavljaju na stranicama;
- Linkovi u sadržaju koji poboljšavaju korisničko iskustvo i povezuju srodne teme na sajtu;
- Linkovi za pomoćnu navigaciju (fusnote i linkovi na dnu stranice);
- Navigacijske mrvice (breadcrumbs) – navigacija u zaglavlju stranice koja pokazuje trenutnu lokaciju posetioca sajta.

<https://www.semrush.com/blog/category/link-building/?page=1>



# Uloga društvenih mreža u optimizaciji sajta

- Društvene mreže indirektno mogu da unaprede SEO na veb-sajtu tako što povećavaju:
  - saobraćaj na sajtu ukoliko objave na mrežama sadrže linkove ka veb-stranicama;
  - svest o brendu preko unapređene vidljivosti na pretraživaču, čime se pojačava sklonost potrošača ka određenom brendu.
- Postoji visok stepen korelacije između društvenih mreža i rezultata pretrage iako same mreže ne utiču na rangiranje sajta na pretraživaču.



# Uloga društvenih mreža u optimizaciji sajta

- Sadržaj, koji korisnici društvenih mreža dele, ukazuje robotima pretraživača na to da je on aktuelan ili relevantan i da ga treba indeksirati;
- Društvene mreže služe za promociju svežeg i kvalitetnog sadržaja sa sajta čime se povećava njegova vidljivost i stvaraju prilike za pridobijanje linkova.
- Google indeksira samo mali deo sadržaja koji se objavljuje na društvanim mrežama (5-10%);
- Mreže obeležavaju linkove oznakom "ne prati" zbog nemogućnosti dokazivanja identiteta profila i njegovog stvarnog autoriteta.



# Instalacija Plug-in-a Yoast SEO



## Yoast SEO

Improve your WordPress SEO: Write better content and have a fully optimized WordPress site using the Yoast SEO plugin.

By Team Yoast

Activate

[More Details](#)

## General - Yoast SEO

### 📋 First-time SEO configuration

Get started quickly with the [Yoast SEO Configuration workout](#) and configure Yoast SEO with the optimal SEO settings for your site!

Dashboard

Features

Integrations

Webmaster Tools

## Features

Yoast SEO comes with a lot of features. You can enable / disable some of them below. Clicking the question mark gives more information about the feature.

### SEO analysis ?

On

Off

### Readability analysis ?

On

Off

### Cornerstone content ?

On

Off

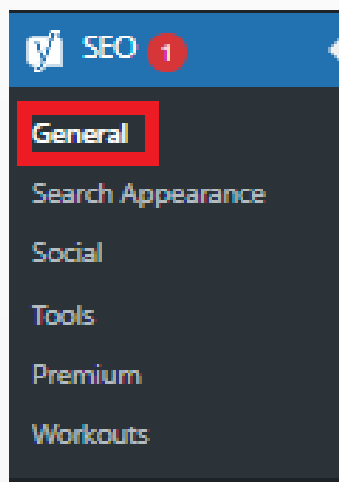
### Text link counter ?

On

Off

### Insights Premium ?

Sva predefinisana podešavanja ostaviti.



# Separatori

## Search Appearance - Yoast SEO

### First-time SEO configuration

Get started quickly with the [Yoast SEO Configuration workout](#) and configure Yoast SEO with the optimal SEO settings for your site!

General

Content Types

Media

Taxonomies

Archives

Breadcrumbs

RSS

### Title Separator

Choose the symbol to use as your title separator. This will display, for instance, between your post title and site name. Symbols are shown in the size they'll appear in the search results.

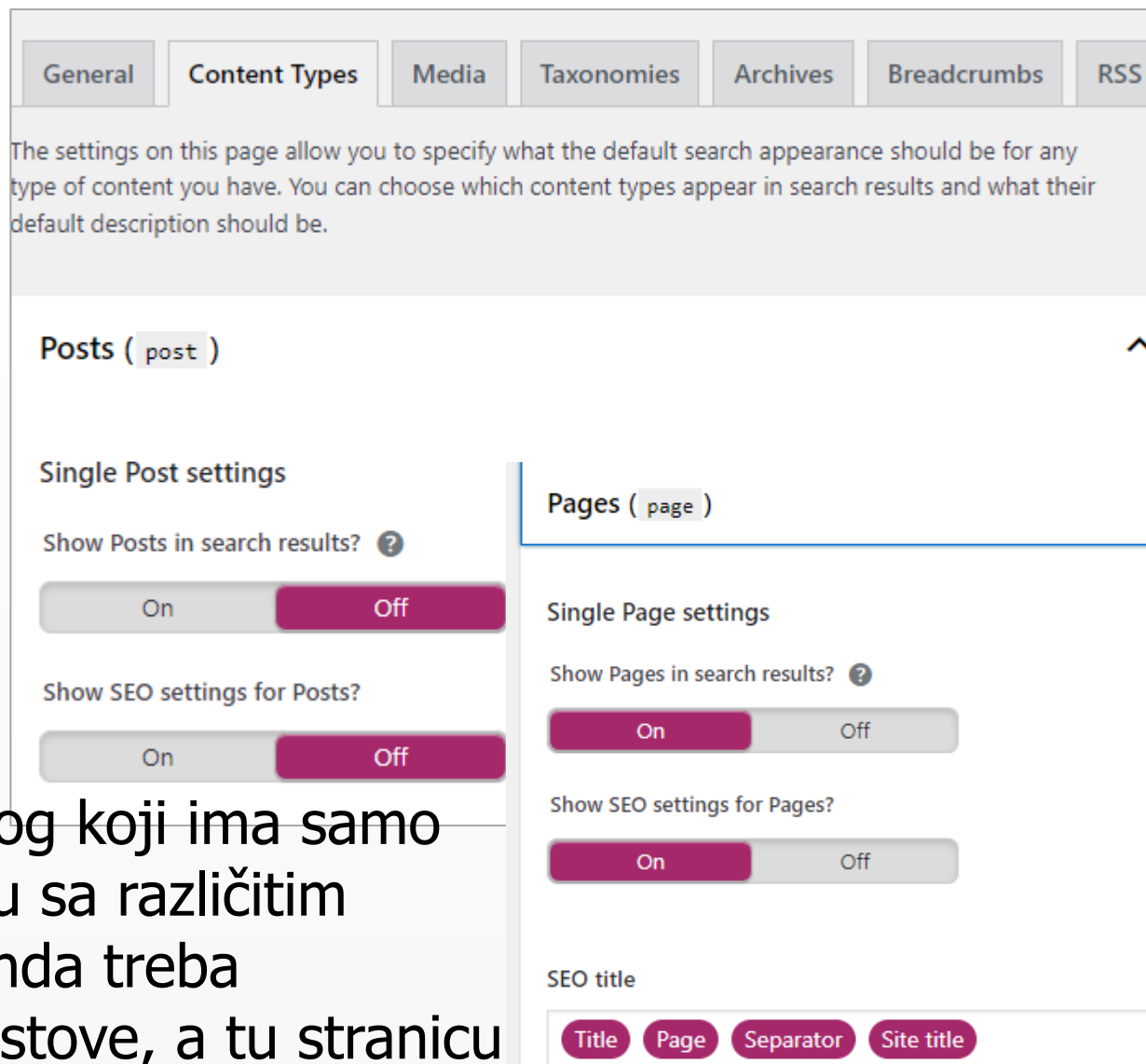
-	-	—	:	.	•	*	*		~	«	»
<	>										

Dva najčešće korišćena separatora

# Tip sadržaja

Ukoliko ne želimo da se postovi indeksiraju (neće se videti u rezultatima pretrage) moraju biti u stanju Off, a stranice On (one će se indeksirati)

➔ Ako je sajt blog koji ima samo jednu stranicu sa različitim postovima, onda treba indeksirati postove, a tu stranicu ne treba indeksirati.



The screenshot shows the WordPress search settings interface. At the top, there are tabs for 'General', 'Content Types', 'Media', 'Taxonomies', 'Archives', 'Breadcrumbs', and 'RSS'. Below the tabs, a text box explains that the settings allow specifying the default search appearance for any content type. The 'Posts ( post )' section is expanded, showing 'Single Post settings' with two toggle switches: 'Show Posts in search results?' (set to Off) and 'Show SEO settings for Posts?' (set to Off). The 'Pages ( page )' section is collapsed, but its 'Single Page settings' are visible, showing 'Show Pages in search results?' (set to On) and 'Show SEO settings for Pages?' (set to On). At the bottom, the 'SEO title' section shows a dropdown menu with options: 'Title', 'Page', 'Separator', and 'Site title'.

# Tip sadržaja

- ➔ Naslov stranice (posta) se povlači sa sajta u obliku:

Naslov Stranica Separator  
(npr. |) Naslov Sajta

- ➔ Meta description možemo sami upisati (preporuka) ili dozvoliti aplikaciji da povuče prve rečenice sa sajta (Excerpt).

SEO title

Title Page Separator Site title

Meta description

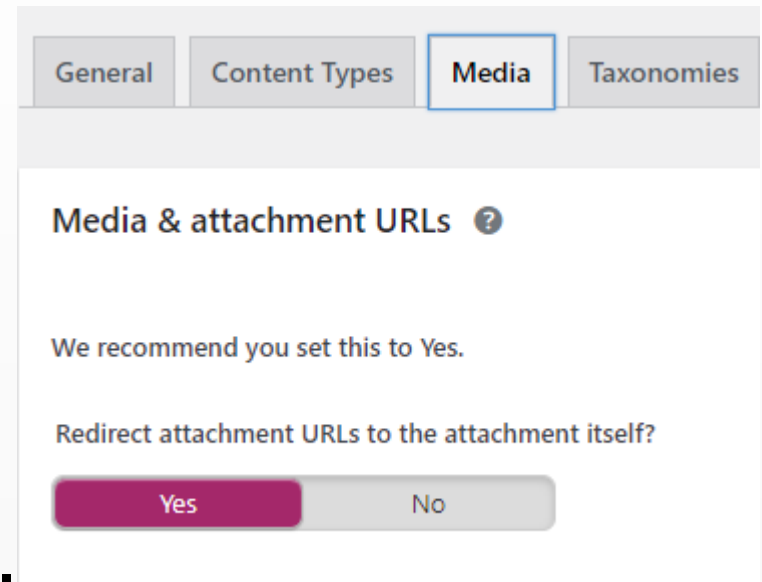
%e

Excerpt

Excerpt only

# Media

- ➔ Ukoliko je sajt neka e-prodavnica slike moraju biti indeksirane pa mora biti uključeno dugme YES.
- ➔ Ako se radi o blogu sa postovima slike ne moraju da se indeksiraju.



General Content Types **Media** Taxonomies

Media & attachment URLs ?

We recommend you set this to Yes.

Redirect attachment URLs to the attachment itself?

Yes  No

# Taksonomija

- Ukoliko je sajt blog nema kategorizacije
- Nema potrebe da se postovi hijerarhijski slažu.
- U slučaju da se radi o sajtu sa stranicama potrebno je uključiti kategorizaciju.

Show Categories in search results? ?

On Off

Show SEO settings for Categories?

On Off

obrisati

SEO title

Term title Archives Page Separator

General

Content Types

Media

Taxonomies

Categories ( category )

Show Categories in search results? ?

On Off

Show SEO settings for Categories?

On Off

Tags ( post\_tag )

Show Tags in search results? ?

On Off

Show SEO settings for Tags?

On Off

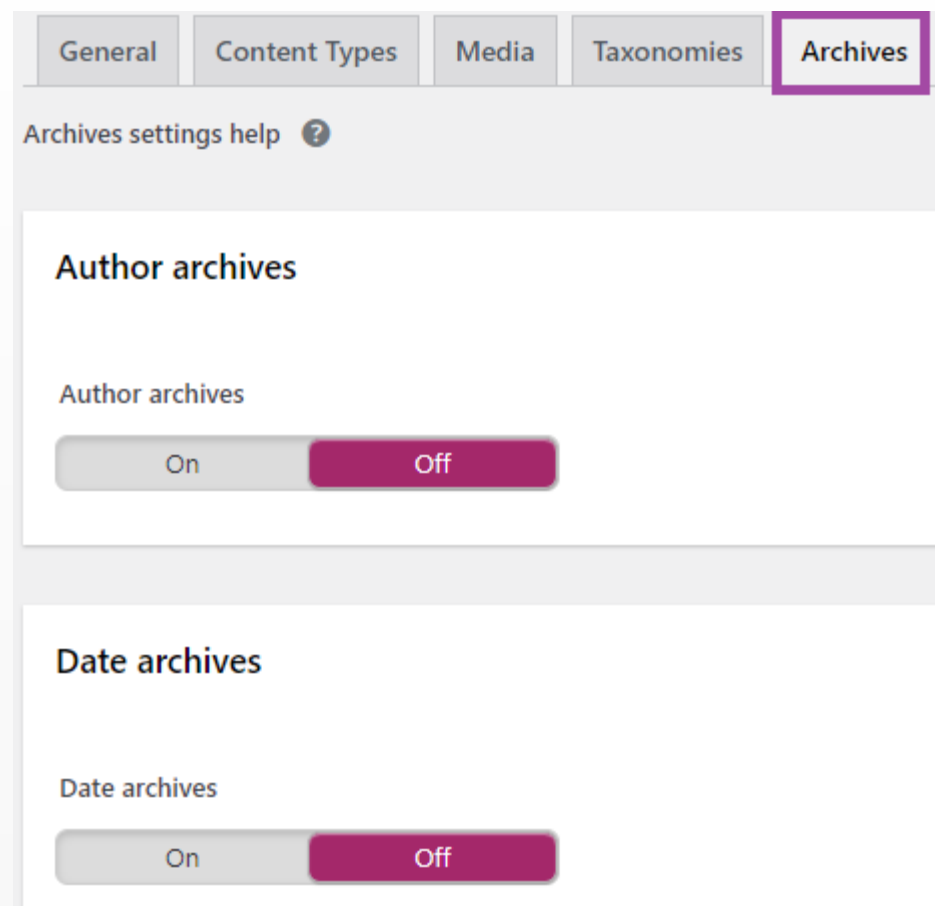
Formats ( post\_format )

Format-based archives

On Off

# Arhive

- Uglavnom se isključuje i autor i datum, jer ako želimo da korisnik pregleda neki stariji post.
- Isključujemo datum jer korisnika može odvratiti od čitanja posta zbog zastarelosti.

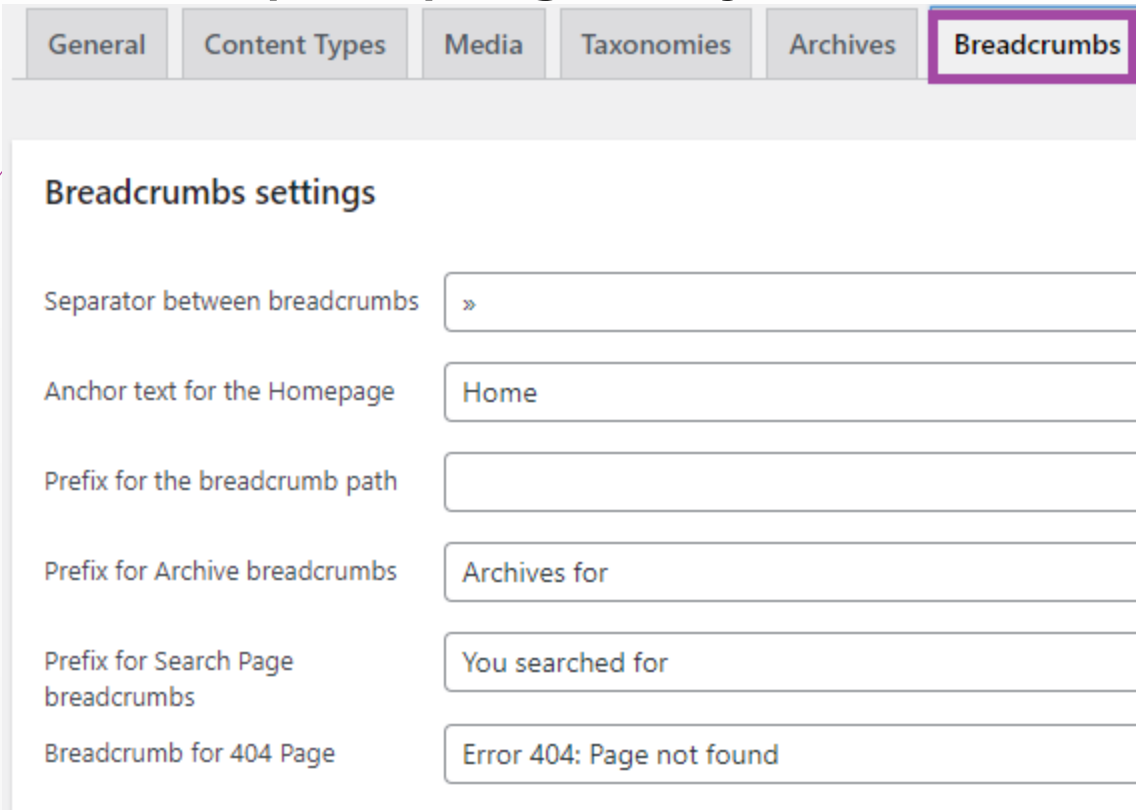


The screenshot shows the WordPress 'Archives' settings page. At the top, there are tabs for 'General', 'Content Types', 'Media', 'Taxonomies', and 'Archives', with 'Archives' being the active tab. Below the tabs is a header 'Archives settings help' with a question mark icon. The main content area is divided into two sections: 'Author archives' and 'Date archives'. Each section has a label 'Author archives' or 'Date archives' and a toggle switch. In both cases, the 'Off' button is highlighted in purple, indicating that these features are disabled.

Setting	Value
Author archives	Off
Date archives	Off

# Breadcrumb

- ➔ Ukoliko želimo da linkovi u SERP-u budu vizuelno lepši i pregledniji.



The image shows a screenshot of the WordPress administration interface, specifically the 'Breadcrumbs' settings page. The 'Breadcrumbs' tab is highlighted with a purple border. The settings are organized into a table with labels on the left and input fields on the right.

Breadcrumbs settings	
Separator between breadcrumbs	»
Anchor text for the Homepage	Home
Prefix for the breadcrumb path	
Prefix for Archive breadcrumbs	Archives for
Prefix for Search Page breadcrumbs	You searched for
Breadcrumb for 404 Page	Error 404: Page not found



# Tools – Bulk editor

## ► Podešavanje naslova i opisa

### Tools - Yoast SEO

#### ✔ First-time SEO configuration

Get started quickly with the [Yoast SEO Configuration workout](#) and configure Yoast SEO settings for your site!

Yoast SEO comes with some very powerful built-in tools:

- [Import and Export](#)  
Import settings from other SEO plugins and export your settings for re-use on (another) site, your .htaccess file.
- [File editor](#)  
This tool allows you to quickly change important files for your SEO, like your robots.txt file, your .htaccess file.
- **Bulk editor**  
This tool allows you to quickly change titles and descriptions of your posts and pages. You can go into the editor for each page.
- [Optimize SEO Data](#)  
You can speed up your site and get insight into your internal linking structure by letting Yoast SEO optimize your content.

Title	Description								
All (9)   Published (8)   Draft (1)   Trash (2)									
Show All Content Types					Filter	11 items			<< < 1 of 2
WP Page Title	Content Type	Post Status	Publication date	Page URL/Slug	Existing Yoast SEO Title	New Yoast SEO Title	Active		
Aktuelnosti Edit   View	Page	Published	05/12/2021	/aktuelnosti/		SEO naslov	Save		
Galerija slika	Page	Published	05/12/2021	/galerija-slika/			Save		
Hello world!	Post	Trash	05/12/2021	?p=1			Save		
Kontakt	Page	Published	05/12/2021	/kontakt/			Save		

# Tools – File editor

## Tools - Yoast SEO

### ✔ First-time SEO configuration

Get started quickly with the [Yoast SEO Configuration workout](#) and configure Yoast SEO with the optimal SEO settings for your site!

Yoast SEO comes with some very powerful built-in tools:

1

- [Import and Export](#)  
Import settings from other SEO plugins and export your settings for re-use on (another) blog.
- [File editor](#)  
This tool allows you to quickly change important files for your SEO, like your robots.txt and, if you have one, your .htaccess file.
- [Bulk editor](#)  
This tool allows you to quickly change titles and descriptions of your posts and pages without having to go into the editor for each page.
- [Optimize SEO Data](#)  
You can speed up your site and get insight into your internal linking structure by letting us perform a

## robots.txt

You don't have a robots.txt file, create one here:

[Create robots.txt file](#)

2

## .htaccess file

Edit the content of your .htaccess:

```
# BEGIN WordPress
# The directives (lines) between "BEGIN WordPress" and "END WordPress" are
# dynamically generated, and should only be modified via WordPress filter:
# Any changes to the directives between these markers will be overwritten
<IfModule mod_rewrite.c>
RewriteEngine On
RewriteRule .* - [E=HTTP_AUTHORIZATION:%{HTTP:Authorization}]
RewriteBase /Moj sajt/
```

## robots.txt

Edit the content of your robots.txt:

3

```
User-agent: *
Disallow: /Moj sajt/wp-admin/-----neće se krolovati folder
Allow: /Moj sajt/wp-admin/admin-ajax.php-----može biti indeksirana stranica
Noindex: eksplicitno navodimo putanju do stranice koja neće biti indeksirana
```

# Podešavanje stranice za indeksiranje

## Aktuelnosti

Type / to choose a block



EO Readability Schema Social

Schema

Advanced

Allow search engines to show this Page in search results?

Yes (current default for Pages)

Should search engines follow links on this Page

Yes  No

Meta robots advanced

<https://yoast.com/academy/>

# Još jedan Plug-in za SEO



All in One SEO – Best  
WordPress SEO Plugin –  
Easily Improve SEO Rankings  
& Increase Traffic

The original WordPress SEO plugin.  
Improve your WordPress SEO rankings and  
traffic with our comprehensive SEO tools  
and smart SEO optimizations.

*By All in One SEO Team*