



SEOTOOLS.HU

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI TANULMÁNY
[HTTPS://BOXERALSO.HU/](https://boxeralso.hu/)
OLDALRA

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
Általánosságok	3
Mit, mire optimalizálunk?	8
Az oldalak részletes optimalizálása	11
1. Főoldal	11
2. Kategória oldaltípus	15
3. Termék oldaltípus	18
4. Cikk elosztó oldal	22
5. Cikk oldaltípus	25

Általánosságok

A módosítások kivitelezése

Nagyon fontos, hogy miként hajtjuk végre a honlapon a változtatásokat. Természetesen fontos, hogy minden optimális felépítésű legyen, tehát hogy minden módosítást el is végezzünk. Emellett nem mindegy az sem, hogy ezt miként érjük el.

Egyszerre nem szabad gyökeres változtatásokat végezni. Mindig lépésenként haladjunk és várjuk meg, hogy az egyes változtatások milyen hatást idéztek elő. Mindig várjuk meg, hogy a módosítás után újból letárolja a kereső az adott oldalakat.

Lehetőleg lentől felfelé haladjunk a honlap hierarchiájában. Először a legalsó szinten lévő oldalakat módosítsuk, majd ha azzal készen vagyunk, akkor módosíthatjuk az egy szinttel feljebb lévő oldaltípust.

Ha a változtatás URL cím módosítást is igényel, akkor a régi URL-t 301-es paranccsal irányítsuk át az új URL címre. Mivel keresőoptimalizálás szempontjából minden tulajdonosság (elért helyezés, PageRank, stb.) elsősorban URL címhez kötődik, nagyon fontos hogy ezt így kivitelezzük.

Tartalom

Talán a legfontosabb egy keresőrobot és egyben a látogató számára is, hogy az általa keresett, egyedi tartalmat találjon az oldalon. Ezért nagyon fontos, hogy a keresőszavakkal egybevágó szöveges tartalmakat helyezzünk el az oldalunkon. Jelenleg a legtöbb oldalon szöveges tartalmakat alkalmaznak, ami nagyon hasznos. A tartalom mennyiségén néhol érdemes lenne bővíteni azonban (például szöveges termék értékelésekkel, véleményekkel, bővebb leírással, stb.). Hátrányos, hogy jelenleg az értékelések egy Facebook plugin segítségével vannak megoldva. Így nem az oldal tartalmát gazdagítják az értékelések, mivel egy iframe beágyazásáról van szó tulajdonképpen. Szintén hasznos a hasonló termékeket megjeleníteni a termék oldalakon, de ennek módját kissé módosítani kellene majd. Ezt a részletes elemzésnél megadjuk.

A mennyiség mellett nagyon fontos a tartalom összetétele is. Ezt az egyes oldaltípusoknál majd természetesen egyedileg szintén megvizsgáljuk. Az optimális kulcsszósűrűség 2-8% között van az oldalon lévő összes tartalomra nézve. A tapasztalataink alapján a legjobb eredmény úgy érhető el, ha egy oldalon sok tartalom szerepel viszonylag alacsony (2-4%) kulcsszósűrűség mellett. Lényeges, hogy az egyes oldalak és a rájuk vonatkozó kulcsszavak összhangban legyenek. Több oldalt ne optimalizáljunk ugyanarra a kifejezésre, mert nem előnyös ha ilyen módon versenyeznek egymással.

Nagyon fontos, hogy ha egyszer összepárosítottunk egy lapot egy kulcsszóval, akkor azt következetesen használjuk az adott oldalon. Az egyes oldalaknál természetesen ezeket majd egyedileg megadjuk.

A normál szöveggel ellentétben a keresőrobotok sajnos nem képesek olvasni a képeket. A képek Title és Alt attribútumainak szöveggel való kitöltésével azonban ez a probléma áthidalható. Ezzel elmondhatjuk a keresőnek, hogy mi is szerepel a képen. Emellett ez az elem ugyanúgy beleszámít a tartalomba, mintha normál szöveg lenne. Jelenleg a legtöbb helyen már élnek ezzel a lehetőséggel, de nem mindenhol tökéletes a képek leírása. Minden esetben az aktuális tartalomra vonatkozó kifejezéseknek kellene szerepelnie benne. Fontos lenne, hogy ezekben inkább egy-egy értelmes félmondat, mondat szerepeljen és ne kulcsszavak felsorolásából álljon. A képek Title és Alt szövegeire a későbbiekben pontos példákat adunk majd, de ezen a téren nincs jelentős probléma.

A tartalom összetétele mellett annak kezelése is nagyon fontos a keresőoptimalizálás során. A fontos tartalmakat ki kell jelölnünk a keresőrobotok számára. Ez elsősorban a Heading tagokkal történik (H1, H2, H3, stb.). Gyakorlatilag elengedhetetlen keresőoptimalizálás szempontjából ezen kiemelések helyes alkalmazása. A H1-es kiemelést a legfontosabb tartalomra kell alkalmaznunk, a H2-est a második legfontosabb szövegre és így tovább. A H1-es tag-et csak egy szövegrész kiemelésére, de a H2-es elemet is legfeljebb egy-két helyen alkalmazzuk oldalanként. A H3-al már jelölhetünk több alcímet is, de ezt sem szabad túlzásba vinni. Használjuk ezeket a kiemeléseket, de ne emeljünk ki, az optimalizálás szempontjából nem fontos tartalmakat. Ebből következik, hogy csak azok az szövegek szerepelhetnek kiemelt tartalomként, amelyek tartalmazzák az adott oldalra vonatkozó kulcsszót.

Jelenleg nem teljesen megfelelően használják ezeket a kiemeléseket. Több H1-es kiemelést alkalmaznak, ezek tartalma nem mindig megfelelő. Sok esetben a H2-es és H3-as kiemelések irreleváns tartalmúak (például: „*Termék Részletek*”, „*Tanúsítvány*”, „*EDC kártya elfogadóhely*”, stb.). Ezeket majd mindenképpen rendbe kellene tenni, mert a Heading elemek megfelelő kezelése elengedhetetlen a keresőoptimalizálás során. A későbbiekben a Heading elemeket példákkal megadjuk a részletese elemzésnél.

Title tag

A TITLE tag rendkívül fontos keresőoptimalizálás szempontjából. Ez jelenik meg a találati listák címsorában, erre kattintanak a látogatók, ha a mi oldalunkat választják a listán. Emellett a keresőrobotok az oldal tartalmának címeként kezelik a TITLE tagot. Nagyon fontos tehát, hogy ez a tag rendben legyen. Minden oldalon az oda megféleltetett legfontosabb kifejezésnek kellene legelől szerepelnie. Az elem optimális mérete körülbelül 50-70 karakter között van.

Jelenleg a legtöbb esetben egyedi Title szöveget alkalmaznak, ami nagyon hasznos. Probléma, hogy néhány esetben nincs meg kellő összhang a kulcsszó, a tartalmi kiemelések és a Title szövege között. Akárcsak a Tartalom esetében itt is egyedi szövegeket kellene alkalmazni, ami tökéletes összhangban van az aktuális oldal kulcsszavával.

Lehet ismétlődő elemeket használni, de lényeges, hogy ne az domináljon. Érdemes emellett odafigyelni az általános marketing szempontokra is. Mivel ezzel a

tartalommal találkozik a felhasználó a keresőben, egy figyelemfelkeltő szöveggel jelentősen növelhető az átkattintási arány ugyanabból a pozícióból. A TITLE tagokat a tárgyalt oldalaknál pontosan megadjuk a későbbiekben.

Fontos, hogy HTML kódrészleteket itt ne szerepeltessünk. A <https://boxeralso.hu/ajandek.html> oldal Title szövege például ez:

„AJÁNDÉK ÖTLETEK - ALSÓNADRÁG ÉS BOXERALSÓ WEBÁRUHÁZ”

Az ilyen problémákat feltétlenül meg kellene oldani

Linknépszerűsítés

Keresőoptimalizálás szempontjából nagyon fontos a linknépszerűsítés. Az oldalunkra mutató linkek olyanok, mint az emberi szavazatok. Minél több van és minél értékesebb (relevancia, minőségi weboldal, stb.) oldalakról, annál előrébb jutunk. Ennek megfelelően el kell érni, hogy minél több értékes és a mi oldalunk témájához hasonló oldalak hivatkozzanak ránk. Ez folyamatos munkát jelent, viszont nem szabad túl intenzíven végezni. Heti körülbelül tíz új hivatkozásnál ne kerüljön ki az oldalunkra.

A linknépszerűsítéssel mindenképpen foglalkozni kellene a későbbiekben, mert ezen a téren még jelentős előrelépési lehetőségek vannak.

Belső szerkezet: a főoldal és a lényegesebb oldalak támogatása

Hasznos és megszokott dolog, hogy a logó egyben hivatkozás a főoldalra. Ezzel minden oldalról támogatjuk a főoldalt egy-egy visszamutató hivatkozással. Hátrányos viszont, hogy nem megfelelő szöveggel töltötték ki a logó Title és Alt tagjait (a jelenlegi szöveg ez: „*ILLUSION alsónadrág és boxeralsó webáruház*”). A főoldalra mutató képes hivatkozás alternatív szövegét úgy kellene megadni, hogy az tartalmazza a főoldalra vonatkozó kifejezéseket és ne versengje egyik aloldallal sem (jelenleg a két fő kategória oldal kulcsszávaival verseng). Ez lehetséges úgy, hogy egy szöveges hivatkozást adunk meg, de lehet a kép Title és Alt tagjait kitöltjük. A hivatkozás szöveg ilyen legyen: „*Fehérnemű webáruház*”

Az kategória oldalak továbbá nem kapnak megfelelő támogatást az alsó, termék oldalakról. A belső linkek szerkezetéből egyértelműen látszódnia kell, hogy mely oldalak fontosak és melyek kevésbé. Jelenleg az oldal szerkezetéből, a belső linkhálózatból nem tükröződik kellőképpen, hogy mely oldalak lényegesebbek a többi közül. A fontos oldalakat megfelelő módon támogatni kellene rámutató hivatkozásokkal a kevésbé lényeges oldalakról. Ennek módját a későbbiekben természetesen bemutatjuk.

Strukturált adatok

Mindenképpen érdemes lenne a <http://schema.org/> előírásai alapján bevezetni még több lehetséges strukturált adatot (külön szekció van a termékekkel kapcsolatos adatmegjelölésekre <https://schema.org/Product>). Például:

- Értékelés
- Vélemények
- stb.

A strukturált adatok segítségével egyedi megjelenést kaphat az oldal a találati listán, ezzel jelentősen növekedhet az átkattintási arány. (<https://support.google.com/webmasters/answer/99170?hl=hu>)

A tesztelésre használható eszköz itt található: <https://developers.google.com/structured-data/testing-tool/>

Közösségi marketing

A közösségi marketing egyre lényegesebb keresőoptimalizálás szempontjából. A hasonló weboldalak esetében ez különösen jól működtethető. Itt elsősorban nem a lájkok, vagy rajongók száma fontos, hanem az, hogy az általunk megosztott tartalom minél több embert elérjen, beszéljenek róla, hivatkozzanak rá, stb. Mindenképpen érdemes lenne foglalkozni legalább a lényegesebb közösségi médiumokkal.

- **Facebook** (ez inkább közvetve lényeges, de ezen a téren már egyébként is jól állnak)
- **Google Plus** (ezt el kellene kezdeni és a Facebookhoz hasonlóan rendszeresen alkalmazni)
 - Youtube (ezzel kombinálható, de az itteni interakciók is Google+ aktivitásnak számítanak)
- Twitter
- LinkedIn
- stb.

Meta Keywords

Noha jelentősége korántsem akkora, mint néhány évvel ezelőtt azért fontos, hogy rendben legyen. Minden oldalon a tartalomra jellemző kulcsszavakat helyezzünk el a Keywords tagban, legfeljebb 8-10-et. Az adott oldalra kevésbé fontos szavakat ne helyezzünk el ide. Jelenleg a legtöbb megvizsgált nem teljesen megfelelő Meta Keywords elem tartalma. Több esetben túlságosan általános kifejezéseket is szerepeltetnek benne, amely nem kapcsolódik szervesen az oldal tartalmához és más oldalra tartozik, illetve a gyakran tartalmaz önmagukban irreleváns kifejezéseket is (például: „magyar termék”, „sportos”, „kényelmes”, stb.). Csak az adott oldalhoz szorosan kötődő kifejezések szerepeljenek benne. Később a tárgyalt oldalaknál megadjuk az esetlegesen szükséges módosításokat.

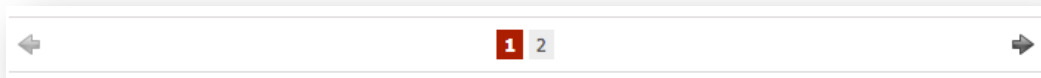
Meta Description

Jelentősége mára valamelyest szintén lecsökkent, de jóval fontosabb, mint a Meta Keywords. Ha jó szöveget szerepeltetünk itt, akkor a találati listán a Title alatt ezt a szöveget jeleníti meg a kereső. A Description tag az oldal 1-2 mondatos összefoglalása 150-180 karakterben. Lehetőleg minden oldalra egyedi összefüggő mondatokból álló leírást kellene alkotni. Jelenleg a legtöbb oldalnál módosításra szorul ez az elem. Több helyen túlságosan hosszú és gyakran nem teljesen releváns az oldal tartalmával (túl általános). Ezt majd a részletes elemzésnél megadjuk.

A legtöbb esetben érdemes figyelemfelkeltőbb tartalmakat elhelyezni itt, hogy ezzel is növekedjen az átkattintási arány.

Lapozás

Több helyen alkalmaznak lapozást a weboldalon. Ilyenek például a termék kategória oldalak (például: https://boxeralso.hu/kiarositott_termek)



Keresőoptimalizálás szempontjából a leginkább hasznos megoldás az lenne, ha egy oldalon jelenne meg az összes elem, ami a kategóriába tartozik. A „hátsó” oldalak nem versengenek az elsővel, valamint a bejövő linkek sem oszlanak meg. Jó megoldás az is, ha létrehozunk egy „Összes megtekintése” lapot és a lapozó oldalakon ezt kanonikus alakként jelöljük meg (rel=„canonical”).

Emellett ergonomiai okokból (vagy az oldal fizikai mérete miatt) néhány esetben elkerülhetetlen a lapozás alkalmazása. Ebben az esetben az azonos témakörhöz tartozó lapokat össze lehet fűzni és ezzel egy egységet alkothatunk köztük. Ez az egyes linkek megjelölésével történik. A megjelölés lényege, hogy az aktuális lapot megelőző és azt követő oldalt kijelöljük a **rel=„next”** és **rel=„prev”** attribútumokkal. Ezt a kanonikus megjelöléshez hasonlóan az oldal <head> részében kell elhelyezni. A módszer leírása itt megtalálható: <http://googlewebmastercentral.blogspot.hu/2011/09/pagination-with-relnext-and-relprev.html>

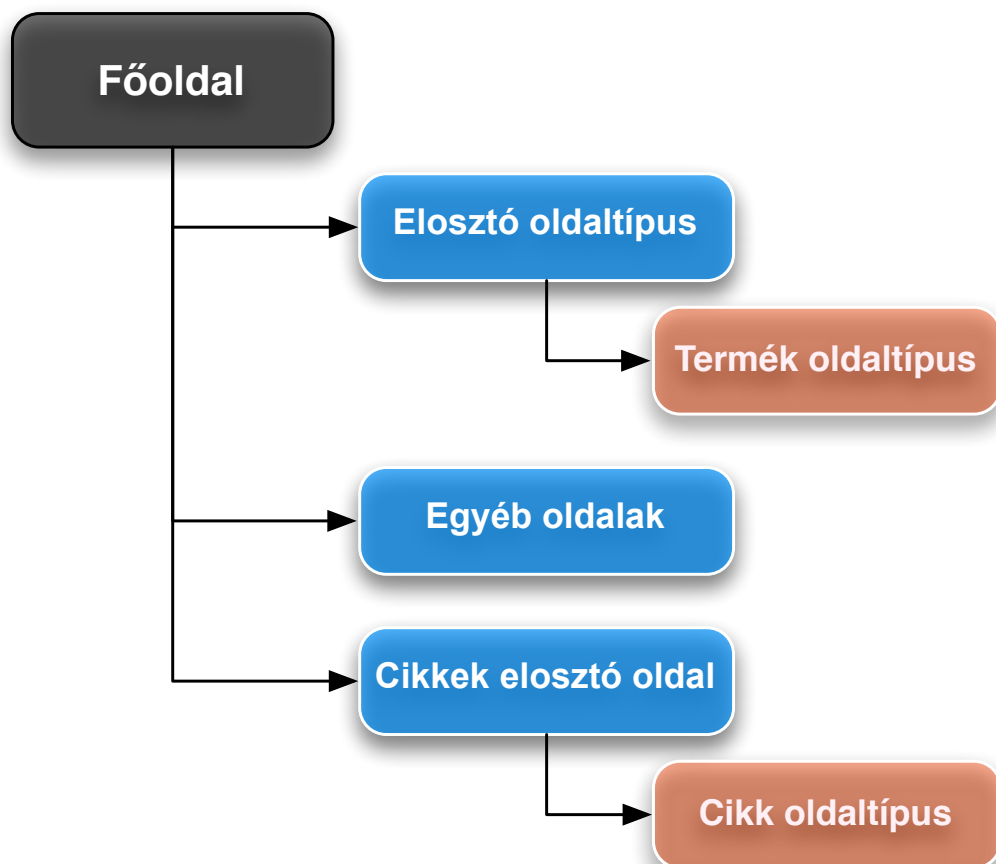
A kanonikus és a next-prev megoldás kombináltan is alkalmazható amennyiben indokolt.

Ezt akkor alkalmazzák ha mindenképpen ragaszkodnak a lapozás megtartásához (illetve az oldal fizikai mérete túl nagy lenne, mert az nagyon lassú működést eredményezhet).

Mit, mire optimalizálunk?

A tárgyalt oldalaknál azokat választottuk ki, amelyek keresőoptimalizálás szempontjából lényegesek. Itt fontos megjegyezni, hogy vannak oldaltípusok (például: termékek oldalai), amelyek esetében nem írjuk le minden egyes oldalra, hogy mi hogyan szerepeljen, hanem egy példaoldalon keresztül bemutatjuk az összes oldalra vonatkozó utasításokat. Ez esetben a leírtak alapján könnyedén elvégezhetik az adott típus összes oldalára vonatkozó változtatásokat.

Az oldal jelenlegi sematikus ábrája



A tanulmányban a továbbiakban csak azon oldalakkal foglalkozunk, melyek a látogatószerzés szempontjából fontosak. Viszont az Általánosságok fejezetben leírtak természetesen a többi oldalra is vonatkoznak.

Az optimalizálandó oldalak és kulcsszavak

1. Főoldal

- *fehérmű webáruház*

2. Kategória oldaltípus

A hasonlóságokból kifolyólag a problémák és az optimális felépítés is megegyeznek az ilyen oldalak esetben, így csupán ismétlésekből állna, ha minden egyes oldalnál leírnám a módosításokat. Ezért csak egy példaoldalon keresztül mutatom be, hogy milyen lenne az optimális felépítés. Természetesen a legfontosabb elemeket Title, Description, Keywords, H1, H2, stb. minden oldalra hasonlóképpen kellene meghatározni, mint a példaoldalon.

- az aktuális főkategória kulcsszavai, például: „*boxeralsó, pamut bugyi*” stb.

Példaoldalnak tehát a <https://boxeralso.hu/boxeralso.html> oldalt vesszük. Ennek kulcsszavai: „*boxeralsó*”.

Hasonló oldalak:

- ✓ <https://boxeralso.hu/noi-bugyi.html>
- ✓ <https://boxeralso.hu/nagy-meretek-kategoriaja.html>
- ✓ <https://boxeralso.hu/alsonadragok.html>
- ✓ Stb.

3. Termék oldaltípus

Ezek az oldalak szintén csak tartalomban különböznek ezért itt is csak egy kiválasztott példaoldalon keresztül mutatjuk be az optimális felépítést. A példaoldalt legyen ez: <https://boxeralso.hu/Boxeralso-csipofazon-LUMEN.html>

- Kulcsszó az aktuális tartalomhoz tartozó kifejezések: „*Illusion Lumen Boxeralsó*”

Hasonló oldalak:

- ✓ <https://boxeralso.hu/Boxeralso-elegans-elasztikus.html>
- ✓ <https://boxeralso.hu/Boxeralso-boszaru.html>
- ✓ <https://boxeralso.hu/Boxeralso-sportos-fazonban-BENETTON-ZOLD-szinben>
- ✓ <https://boxeralso.hu/Boxeralso-sportos-fazonban-BENETTON-ZOLD-szinben>
- ✓ Stb.

4. Cikk elosztó oldal

<https://boxeralso.hu/Cikkek.html>

Kulcsszó: „*Illusion fehérenemű hírek*”

5. Termék oldaltípus

Ezek az oldalak szintén csak tartalomban különböznek ezért itt is csak egy kiválasztott példaoldalon keresztül mutatjuk be az optimális felépítést. A példaoldalt legyen ez: <https://boxeralso.hu/Cikkek/A-ferfi-fehernemuroi.html>

- Kulcsszó az aktuális tartalomhoz tartozó kifejezések: „*mindent a férfi fehéreneműről*”

Hasonló oldalak:

- ✓ https://boxeralso.hu/erdekessegek/Greenpeace_ruhaipar.html
- ✓ <https://boxeralso.hu/erdekessegek/milyen-az-egeszseges-alsonemu.html>
- ✓ https://boxeralso.hu/alsonadrag-vagy_boxeralso.html
- ✓ Stb.

Az oldalak részletes optimalizálása

1. Főoldal

<https://boxeralso.hu/>

A főoldal kulcsszavai: *fehérmű webáruház*

Tartalom

A főoldal a legfontosabb oldala egy honlapnak, ezért nagyon fontos, hogy ez az oldal a lehető legjobb felépítésű legyen mind tartalmilag, mind szerkezetileg. Jelenleg a főoldalon szereplő tartalom mennyiségével nincsen semmi probléma, további bővítésre tehát nincs szükség. Ugyanakkor természetesen minél több az oldalra jutó tartalom, annál előnyösebb.

Az optimális kulcsszósűrűség általánosan 2-8% között van, de az ilyen oldalak esetében 2-4%-ot szoktunk javasolni viszonylag hosszú tartalom mellett. Ez jelenleg nem megfelelő az oldalon, mert a „*boxeralsó*” kifejezés dominál a főoldal tartalmában. Mivel a „*boxeralsó*” tulajdonképpen egy termék kategória (és van is egy saját kategória oldala, ahol az ilyen termékek aggregált formában), a főoldal és a kategória oldal versengenek egymással erre a kifejezésre. Ennek megfelelően nem előnyös, hogy ugyanaz a kifejezés dominál a főoldalon is, mint a <https://boxeralso.hu/boxeralso.html> oldalon. A kulcsszavak megfeleltetése rendkívül lényeges a keresőoptimalizálás során. Ha egy oldalt összepárosítottunk egy kifejezéssel, akkor azt következetesen használjuk minden – SEO szempontból – lényeges elemben.

A tartalom kezelésén szintén módosítani kellene majd, mert a keresőoptimalizálás során elengedhetetlen a tartalom megfelelő kezelése is. Ez azt jelenti, hogy a fontos szövegrészeket ki kell emelni a keresők számára. Erre használatosak a Heading elemek, amelyekről már az általános részben is volt szó. Mindenképpen rendbe kellene tenni tehát ezeket az oldalon lévő fontos címeket.

A H1 elemből csak egyet szabad használni oldalanként. Ugyanígy a H2-es tartalmakat sem szabad túlzásba vinni, maximum egy-két ilyen kiemelés legyen oldalanként. Az alacsonyabb rendű Heading elemekből (H3, H4, stb.) már lehet többet is alkalmazni.

Rendkívül hátrányos, hogy jelenleg gyakorlatilag egyetlen Heading elem sem tartalmaz az oldalra vonatkozó kulcsszót. Például: „*Vásárláskor tudatosan válasszuk a Magyar Termékeket!*”, „*Üdvözljük WebÁruházunkban!*”, „*Kategóriák*”, „*Szállítási költségek*”, „*Csomagterminál*”, „*Tanúsítvány*”, stb. Ezeket vagy át kellene alakítani, hogy relevánsak legyenek, vagy meg kell szüntetni a kiemelésüket.

Természetesen ezen elemek böngészőben való megjelenése keresőoptimalizálás szempontjából nem számít. A CSS-ben akármilyen formátumra alakíthatók.

Az oldal címeként funkcionáló H1-es elem a következő legyen: *„Fehérnemű webáruház”* Ezután következzen a második legfontosabb (H2) tartalom. Ennek szövege ilyen legyen: *„Vásároljon kedvezményes áron fehérnemű webáruházunkban! 100% magyar termékek közvetlenül a gyártótól.”* Természetesen ezek csak példa szövegek, nem kell pontosan ezeket alkalmazni, az viszont lényeges, hogy a kulcsszavak szerepeljenek benne.

A H2-es szöveg után következzenek a jelenlegi termékek. Ezek prezentálásán némileg módosítani kellene. Egy blokk egy H3-as alcímmel kezdődjön, amely egyben hivatkozás legyen a termék oldalára. Vegyük a *„Boxeralsó csípő fazon LUMEN”* oldalt. Ennek URL címe ez: <https://boxeralso.hu/Boxeralso-csipofazon-LUMEN.html>. Erre a következő szöveggel hivatkozzunk: *„Illusion Lumen boxeralsó”*. A termék neve után következzen egy kép és a termék rövid leírása. Tökéletes megoldás, ha a leírás gyanánt a példaoldalon szereplő H2-es szöveget helyezzük ide. A példa esetében ez a következő lehetne: *„Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft”* A kép Title és Alt tagját mindenképpen töltsük ki ugyanazzal a szöveggel, mint a blokkcím.

Az általános részben már említett strukturált adatokat érdemes lenne itt is alkalmazni.

Ezután következhet a következő kiemelt termék blokkja.

Hasznos, hogy szerepel néhány általános, szöveges bekezdés is az oldal alján. Ezek között lévő – kulcsszavakat is tartalmazó – alcímeket kiemelhetjük H3-as tartalomként. Rendkívül fontos, hogy ezek egyedi szövegek legyenek.

Title tag

A főoldal Title szövege nem megfelelő mert a kategória oldalak kulcsszavai szerepelnek csak benne, valamint a kulcsszó nem elől helyezkedik el, hanem a Title legvégén. A főoldalt Title szövege ilyen lehetne:

„Fehérnemű webáruház kizárólag magyar termékekkel – Illusion.hu”

Meta Description tag

A jelenleg itt szereplő tartalom szintén nem teljesen tökéletes. Nem a megfelelő kifejezéseket tartalmazza, ezért módosítani kellene. Az oldal leírása ilyen legyen:

„Férfi vagy gyerek alsót keresel? Vedd meg a fehérnemű webáruházban! A legjobb megoldás az ILLUSION pamut fehérneműi, mert ez NEM KÍNAI!”

Meta Keywords tag

Hasonló problémák vannak itt is, mint a másik két esetben. Itt szintén a főoldal tartalmához szorosan kötődő kifejezéseket kellene szerepeltetni. A főoldal Keywords

tagja ilyen legyen:

„fehérmű webáruház”

Az oldalnak tehát nagy vonalakban így kellene kinéznie

H1:

Fehérnemű webáruház

H2:

Vásároljon kedvezményes áron fehérnemű webáruházunkban! 100% magyar termékek közvetlenül a gyártótól.

H3 és link:

Illusion Lumen boxeralsó

Normál szöveg és kép:



Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft

H3 és link:

Lorem ipsum dolor

Normál szöveg és kép:



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

H3 és link:

Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Normál szövegek:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

H3:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing

Jelenlegi normál szövegek:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Természetesen a külalak kevésbé fontos, mint maga a tartalom. Az oldalnak nem muszáj pontosan így kinéznie ez mindössze csak egy nagy vonalakban összevágott szerkezet. Fontos viszont, hogy a H1 és H2-es tag az oldal forráskódjában minél előrébb kerüljön.

2. Kategória oldaltípus

Példaoldal a következő: <https://boxeralso.hu/boxeralso.html>

Kulcsszavai: „*boxeralsó*”

Tartalom

Ezen az oldalon jelenleg majdnem megfelelő a szerkezet és ennek megfelelően csak kisebb átalakításokra lesz szükség.

A legnagyobb probléma itt, hogy nem megfelelően alkalmazzák a Heading elemeket. Rendkívül hátrányos, hogy ezekről az oldalakról hiányzik a H1-es kiemelés. Ezt mindenképpen pótolni kellene. Több H2-es tartalom szerepel az oldalon, amely szintén nem hasznos. Ezek mellett mindenképpen meg kellene szüntetni az irreleváns H3-as kiemeléseket. Például: „*Kategóriák*”, „*Szállítási költségek*”, „*Csomagterminál*”, „*EDC kártya elfogadóhely*”, stb.

Az oldal egyetlen H1-es tartalma feltétlenül ügyeljünk, hogy az oldal kulcsszava pontosan szerepeljen benne. A példaoldal esetében ez a következő legyen: „*Boxeralsó*”

A H1-es tartalom után következzen egy H2-es szöveg, amely tulajdonképpen az aktuális tartalom alcíme legyen. A H2-es szöveg lehetne ilyen: „*Elegáns és kényelmes boxeralsó az igényes férfiaknak.*”

Ezután után következzenek a termékek blokkjainak felsorolása. Egy blokk mindig a blokk címmel kezdődjön továbbra is. Ez a termék neve legyen. Egy tetszőleges példa esetében ez a következő legyen: „*Illusion Lumen boxeralsó*”. Ez kerüljön H3-as kiemelésbe és egyben hivatkozás legyen az aloldalra. A példa esetében ez a következő: <https://boxeralso.hu/Boxeralso-csipofazon-LUMEN.html>. Mellette, vagy alatta továbbra is szerepeljen egy kép a termékről, ahogy jelenleg is. A kép szintén linkként mutasson az aloldalra. A kép Title tagjait is töltsük ki továbbra is, ugyanaz a szöveg kerüljön ide, ami a blokk címe. A kép mellé kerüljön egy két-három soros szöveg az termék oldalról. A legegyszerűbb az, ha az adott oldalon lévő H2-es szöveget helyezzük ide. A példaoldalon ez a következő: „*Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft*”. Egyéb elemeket ne emeljünk ki Heading elemként!

A termékekre vonatkozó strukturált adatkiemelések egy részét már itt is érdemes megjeleníteni, például: értékelések, ár, név, stb.

Title tag

A jelenleg itt szereplő tartalom keresőoptimalizálás szempontjából nem teljesen tökéletes, mert az oldalra vonatkozó lényeges kifejezésnek legelől kellene szerepelnie. Ez jelenleg pont fordítva van. Érdemes továbbá kissé figyelemfelkeltőbbé tenni. Az oldal Title szövege ilyen legyen:

„Boxeralsó az igényes férfiaknak – Kedvezményekkel és ingyenes szállítás”

Meta Description tag

Ez a tag az oldal tartalmának rövid összefoglalása. A jelenleg itt szereplő tartalom túlságosan hosszú, valamint nem tartalmazza az oldalra vonatkozó legfontosabb kulcsszót pontosan (csak ragozott formában). Ennek megfelelően érdemes lenne módosítani hasonlóra:

„Elegáns és kényelmes boxeralsó az igényes férfiaknak. 100% pamut és 100% magyar termék. Vásároljon közvetlenül a gyártótól!”

Meta Keywords tag

A jelenleg itt szereplő kifejezések egy része nem tartozik az oldalra, valamint túl általános (például: „*fehérnemű*”, „*MAGYAR TERMÉK*”, „*alsónadrág*”). Figyeljünk a helyesírássra: „*fehérnemű*”. Ügyeljünk továbbá, hogy az adott oldalra vonatkozó kulcsszó pontosan szerepeljen benne. A példaoldalon ilyen legyen:

„boxeralsó, bokszeralsó”

Az oldalnak tehát nagy vonalakban így kellene kinéznie

H1:

Boxeralsó

H2:

Elegáns és kényelmes boxeralsó az igényes férfiaknak.

H3 és link

[Illusion Lumen boxeralsó](#)

Normál szöveg és kép:



Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft

H3 és link

[Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed](#)

Normál szöveg és kép:



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

H3 és link

[Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt](#)

Normál szöveg és kép:



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Az oldalnak természetesen nem muszáj így kinéznie, és a képek mérete sem számít.

3. Termék oldaltípus

Ezek az oldalak szintén csak tartalomban különböznek ezért itt is csak egy kiválasztott példaoldalon keresztül mutatjuk be az optimális felépítést. A példaoldal legyen ez: <https://boxeralso.hu/Boxeralso-csipofazon-LUMEN.html>

Kulcsszó: „*Illusion Lumen boxeralsó*”

A kulcsszavakat tehát úgy kellene képezni, hogy a termékre jellemző kifejezés szerepeljen elől, míg az általánosabb kifejezések a végén.

Tartalom

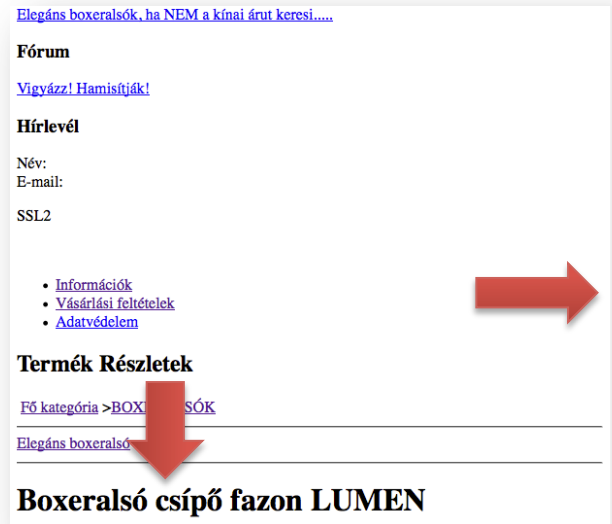
Jelenleg a legtöbb ilyen oldalon kissé kevés a szöveges tartalom, tehát érdemes lenne további tartalmakat elhelyezni még (bővebb leírás, termék vélemények, stb.). Mint már említettük, minél több értékes szöveg szerepel egy oldalon annál jobb.

Jelentős probléma viszont, hogy nem megfelelően képezik a kulcsszavakat (így a termékek neve sem tökéletes), ezáltal nem megfelelő a kulcsszósűrűség sem. Szintén nem előnyös, hogy nem tökéletesek a tartalmi kiemelések ennél az oldaltípusnál sem. Hátrányos, hogy a H2-es és H3-as kiemelések közül gyakorlatilag egyetlen sem tartalmaz az oldal kulcsszavát. Ilyenek például a következők: „*Termék Részletek*”, „*A legújabb divatnak megfelelően megterveztük a csípő fazonú , fiatalos stílusú boxeralsónkat!*”, „*Kategóriák*”, „*Szállítási költségek*”, stb.

A strukturált adatmegjelöléseket itt is mindenképpen bővíteni kellene. Külön szekció van a termékeknek. A jelenlegi weboldal elemek szinte teljes egészében megfeleltethetők az egyes strukturált elemeknek (név, ár, vélemények, értékelések, stb.), ezek megfeleltetése és prezentálása rendkívül hasznos volna.

A kulcsszósűrűséget némileg érdemes volna finomítani, de ezzel általánosan nincs nagy probléma. A későbbiekben kissé próbáljuk meg következetesebben használni az adott oldalra vonatkozó kulcsszavakat.

Mindenképpen érdemes lenne a termékkel kapcsolatos tartalmakat előrébb hozni a forráskódban. Egy – a Google által tárolt – szöveges változatban a termék gyakorlatilag az egész tartalom alsó harmadában kezdődik csak. Legalább a lényegesebb Heading elemeknek előrébb kellene szerepelnie a forrásban.



Az oldal legfontosabb tartalma, a H1-es szöveg továbbra is a termék neve legyen, de a termékre speciális kifejezés szerepeljen legelől benne (ez jelen esetben a következő: „*Illusion Lumen*”), majd ezután következzen az általános kulcsszó („*boxeralsó*”). A termék neve tehát a példaoldalon ilyen legyen: „*Illusion Lumen boxeralsó*”

Ezután szerepeljen az oldal alcíme, amelyben legyen benne a termék neve és a lényeges tulajdonságok. Szövege lehetne ilyen: „*Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft*”. Úgy képezzük tehát ezt az elemet, hogy a termék nevét kiegészítjük a lényegesebb terméktulajdonságokkal. Ez a tartalom szerepeljen H2-es kiemelésben.

Az oldalon szerepeljen egy H3-as visszamutató hivatkozás, amely támogatja a kategória oldalt. Esetünkben ez a következő: <https://boxeralso.hu/boxeralso.html>. Erre így hivatkozzunk: „*Több boxeralsó >>*”. Az is jó megoldás ha maga a breadcrumb kerül H3-as kiemelésbe, de ügyeljünk, hogy a hivatkozások szövege megfelelő legyen (tartalmazza a céloldal kulcsszavát).

Ezután következzenek az aktuális tartalom bekezdései, a felsorolások és képek, tehát az oldal tartalma. Ez megfelelő lehet a jelenlegi formában, de – mint már említettem korábban – érdemes volna bővíteni a mennyiségen.

A kép Title és Alt tagjaiban továbbra is a termék neve szerepeljen.

A tartalomban szereplő esetleges alcímeket még ki lehet emelni H3-as szöveggént, amennyiben tartalmazza az oldalra vonatkozó kulcsszót. Ilyen lehetne például: „*Illusion Lumen boxeralsó tulajdonságai*”, „*Illusion Lumen boxeralsó vélemények*”.

Más elemet ne emeljünk ki Heading elemként!

Rendkívül lényeges, hogy az általános részben már említett lehetséges strukturált adatokat itt is alkalmazzuk.

Title tag

Nagyon hasznos, hogy itt egyedi Title szövegeket alkalmaznak. Érdekes volna módosítani, hogy a speciális kifejezés szerepeljen elől. Jó megoldás ha a H1-hez hasonló szöveget helyeznek ide is. A példaoldalon ez a következő:

„Illusion Lumen boxeralsó – Most ingyenes kiszállítással”

Meta Description tag

A jelenlegi szöveg majdnem megfelelő, de ügyeljünk, hogy a termék neve pontosan szerepeljen benne, valamint egy figyelemfelkeltő tartalom, hogy növekedjen az átkattintási arány.

„Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft. Most INGYENES kiszállítással.”

Meta Keywords tag

Majdnem megfelelő, de ügyeljünk, hogy a termék neve a fentebb leírt módon szerepeljen benne és szorosan nem kapcsolódó kulcsszavak szinten ne legyen benne (például: „MAGYAR TERMÉK”, „divatos”). Az oldal Keywords tagja tehát ez legyen:

„Illusion Lumen boxeralsó, Illusion Lumen bokszeralsó”

Az oldalnak tehát nagy vonalakban így kellene kinéznie:

H1:

Illusion Lumen boxeralsó

H2:

Illusion Lumen boxeralsó: csípő fazon, fiatalos stílusú férfi boxeralsó, ár: 1 390 Ft

H3:

Több boxeralsó >>

Kép és
megrendelő
blokk



MEGRENDELŐ BLOKK

H3:

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Az oldalnak természetesen nem muszáj így kinéznie, és a képek mérete sem számít.

4. Cikk elosztó oldal

<https://boxeralso.hu/Cikkek.html>

Rendkívül hátrányos, hogy ez az oldal jelenleg teljesen üres.

A cikk elosztó oldalaként szolgáló lap elsődleges funkciója leginkább az, hogy megfelelő támogatást adhat az egyes cikkeknek, illetve a már landolt, vagy visszatérő látogatóknak értékes információt adjon. Közvetlenül látogatószerzés szempontjából kevésbé lényeges.

Kulcsszó: „*Illusion fehérenemű hírek*”

Tartalom

Az általános részben leírt javaslatokra természetesen itt is oda kellene figyelni.

Nagyon nagy hiba, hogy ezen az oldalon jelenleg semmilyen tartalom sincs. Ezt mindenképpen orvosolni kellene.

Nagyon hátrányos, hogy jelenleg itt sem megfelelően használják a Heading elemeket. Hiányzik például a H1-es kiemelés. Tartalma ehhez hasonló legyen: „*Illusion fehérenemű hírek*”. Ez egyben hivatkozás legyen a főoldalra, amellyel intenzíven támogatjuk azt.

Nagyon nem előnyös, hogy jelenleg a H2-es kiemelésben irreleváns tartalom szerepel. A legfontosabb kiemeléshez hasonlóan H2-es kiemelésben is csak 1-2 tartalomnak szabadna lennie. A H3 elemek jó része szintén irreleváns kifejezéseket tartalmaz, amit szintén módosítani kellene.

A fent leírt H1-es kiemelés után következzen a H2-es tartalom, amely tulajdonképpen a jelenlegi oldal alcíme lesz. Tartalma ilyen legyen: „*Értesüljön első kézből női és férfi fehéreneművel kapcsolatos újdonságokról az Illusion fehérenemű hírekből!*”. Természetesen nem muszáj pontosan ezeket a szövegeket alkalmazni, de lényeges, hogy az oldalra vonatkozó kifejezés szerepeljen benne.

Ezután következhetnek az egyes cikkek blokkjai. Egy blokk mindig a bejegyzés címével kezdődjön. Ez a szöveg legyen kiemelve H3-as tag-el és egyben hivatkozás legyen a cikk oldalára (például a <https://boxeralso.hu/Cikkek/A-ferfi-fehernemurol.html> oldalra ilyen szöveggel: „*Mindent a férfi fehéreneműről*”). Alatta szerepeljen a publikálás dátuma és az egyéb strukturált adatok (szerző és téma, ahogy már említettük, minden lehetséges elemet érdemes megjelölni)! Ezután jöjjön egy kép és a cikk első bekezdése. Érdemes lenne minden hírhez bélyegképet alkalmazni. A kép Title és Alt tagjait töltsük ki kulcsszógazdag tartalommal. Jó megoldás, ha a cikk címével egyező szöveget helyezünk ide. A kép szintén egyben hivatkozás legyen a cikk oldalára.

Természetesen keresőoptimalizálás szempontjából kevésbé lényeges képek elhelyezése, de a felhasználói élményt jelentősen fokozza.

Ezután következhet a következő cikk blokkja.

Title tag

A jelenlegi Title szöveg majdnem megfelelő. Némileg azonban módosítani kellene, hogy az egyedi rész domináljon és ne a többi oldalon is ismétlődő általános szöveg. Jó megoldás, ha a H2-es tartalommal hasonló szöveget helyezünk ide:

„Illusion fehérenemű hírek”

Meta Description tag

Jelenleg ez a tartalom nem megfelelő, mert túl általános, illetve rövid is. Legtöbbször a főoldal kulcsszava szerepel benne, viszont az elosztó oldalra vonatkozó kulcsszó egyáltalán nem. Ez hátrányos, mindenképpen pótolni kellene. Az oldal kulcsszavaival releváns, egyedi szöveget kellene írni. Jó megoldás, ha az első általános összefoglalásként funkcionáló, H2-val kiemelt szöveget helyezünk ide. Ennek megfelelően az oldal Description tagja ilyen legyen:

„Értesüljön első kézből női és férfi fehéreneművel kapcsolatos újdonságokról az Illusion fehérenemű hírekből!”

Meta Keywords tag

Ez az elem is túlságosan általános és más oldalakon ismétlődő kifejezéseket tartalmaz. Hasonló problémák vannak tehát itt is, mint a Meta Description esetében. Az oldal Keywords tagja tehát ez legyen:

„Illusion fehérenemű hírek”

Az oldalnak tehát nagy vonalakban így kellene kinéznie:

H1:	Illusion fehérnemű hírek	
H2:	Értesüljön első kézből női és férfi fehérneművel kapcsolatos újdonságokról az Illusion fehérnemű hírekből!	
H3-as link	<u>Mindent a férfi fehérneműről</u>	
Strukturált adatok:	2015.08.01. 10:15 <u>Példa Zoltán</u>	
Képes link és normál bekezdés:		Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum.
H3-as link	<u>Lorem ipsum dolor sit amet</u>	
Strukturált adatok:	2015.01.01. 12:15 <u>Gipsz Jakab</u>	
Képes link és normál bekezdés:		Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
H3-as link	<u>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing</u>	
Strukturált adatok:	2014.12.06. 09:15 <u>Példa Zoltán</u>	
Képes link és normál bekezdés:		Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Természetesen a külalak itt sem fontos.

5. Cikk oldaltípus

A példaoldal legyen ez: <https://boxeralso.hu/Cikkek/A-ferfi-fehernemurol.html>

Ezeket az oldalakat mindig a témából adódó aktuális kulcsszavakra kellene optimalizálni. A példaoldalon ezek a következők: „*mindent a férfi fehérműről*”

Tartalom

A hírekhez írt tartalom mennyisége jelenleg általában elegendő, tehát további számottevő tartalombővítésre nincsen szükség. Természetesen minél hosszabb és értékesebb szöveg kerül egy oldalra, annál jobb. Minden hírhez legalább 3-4 értékes bekezdésnyi szöveget kellene írni.

Következtesen használjuk a kijelölt kulcsszavakat a szövegben. Ügyeljünk arra, hogy kellő számban szerepeljen az adott kifejezés a tartalomban, ugyanakkor túlzásba sem szabad esni, mert akkor emberi olvasatra kényelmetlen lehet a szöveg! A legelőnyösebb ha hosszabb tartalomban kevészer fordul elő a kulcsszó (ugyanakkor a határon belüli számban). Mint már említettük a kulcsszósűrűség megfelelő értéke 2-8% között van. Természetesen az ilyen „cikk-szerű” szövegekben nehezebbé lehetséges a szükséges kulcsszósűrűség megvalósítása, de érdemes lenne törekedni rá.

Az oldal legfontosabb (H1-es) tartalma ez legyen: „*Mindent a férfi fehérműről*” (tehát a cikk címe). Más elemet ne emeljünk ki H1-es szöveggé.

A cím után szerepeljen a publikálás dátuma, témája és szerzői megjelölése, ahogy azt már az általános részben említettük.

Ezután következzen egy rövid, maximum néhány soros bekezdés, ami a cikk néhány soros összefoglalása legyen. Jó megoldás az is, ha a leírás első 200-300 karakterét emeljük ki ide. Ebben lehetőleg szintén szerepeljen az adott cikkre meghatározott kulcsszó. Ez a bevezető legyen kiemelve H2-es elemként. Tartalma lehetne ilyen: „*Az ágyékkötő az első és legegyszerűbb emberi alsónemű, az első ilyen ruhadarabot egy ember hétezer éves maradványaival együtt találták meg. Összegyűjtöttük mindent a férfi fehérműről*”

Ezután jöhetnek az informatív bekezdések. A szövegben szereplő esetleges alcímekben elszórta szintén szerepeljen a kulcsszó. Ezeket az alcímeket emeljük ki H3-as tartalomként. Nagyon hasznos lenne, ha a tartalomból néha hivatkoznának más oldalakra is (egy-egy lényeges termék, vagy akár egy blogbejegyzés, stb. oldalára). A hivatkozások szövegében szerepeljenek a céloldal fontos kulcsszavai.

A tartalomban szereplő képek Title és Alt attribútumait ki kellene tölteni a cikk címével. Ezzel automatikusan növeljük a kulcsszósűrűséget.

A tartalom után egy normál szöveges hivatkozással mutassunk a cikk elosztó oldalra is. Ennek tartalma ilyen legyen: „*További Illusion fehérmű hírek*”

Ezeket a visszamutató hivatkozásokat akár a cikk végére, vagy a cím után is elhelyezhetjük.

Title tag

Jó megoldás, ha a cikk címét helyezzük ide.

„Mindent a férfi fehérneműről”

Meta Description tag

Összesen körülbelül 150-250 karakternyi szöveget kellene itt elhelyezni (a jelenlegi túlságosan rövid). Jó megoldás, ha a cikk összefoglalását (vagy az első 200 karaktert szerepeltünk itt beleértve a cikk címét is). A példaoldal leírása ilyen legyen:

„Az ágyékkötő az első és legegyszerűbb emberi alsónemű, az első ilyen ruhadarabot egy ember hétezer éves maradványaival együtt találták meg. Összegyűjtöttük mindent a férfi fehérneműkről.”

Meta Keywords tag

Az oldal tartalmával harmonizáló egyedi kulcsszavakat kellene ide helyezni, mert a jelenleg itt szereplő kifejezések sajnos más oldalakra vonatkoznak így önállóan állva. Legjobb megoldás az lenne, ha beírásonként mindig külön megadnánk a kulcsszavakat. A példaoldal Meta Keywords szövege ilyen legyen:

„mindent a férfi fehérneműről”

Az oldalnak tehát nagy vonalakban így kellene kinéznie

H1:

Mindent a férfi fehérneműről

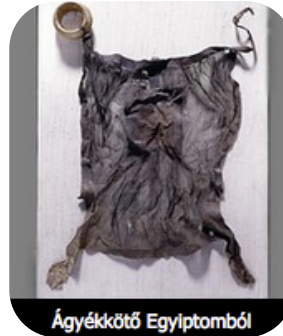
Strukturált adatok:

2015.08.01. 10:15 Gipsz Jakab

H3:

Az ágyékkötő az első és legegyszerűbb emberi alsónemű, az első ilyen ruhadarabot egy ember hétezer éves maradványaival együtt találták meg. Összegyűjtöttük mindent a férfi fehérneműkről

Kép Title Alt tagok
kitöltve:



Normál szöveg:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

H3:

Lorem ipsum dolor sit amet

Normál szöveg:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Normál szöveg:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est.

Normál link:

[További Illusion fehérnemű hírek >>](#)

Az oldalnak természetesen nem muszáj így kinéznie, és a képek mérete sem számít.