

## Mi legyen a domain név?

- Mennyit ér egy domain név?
- Mi a teendő ha már foglalt az általunk kiválasztott név?
- Rövid vagy hosszú név?
- Cégnév vagy a termék, szolgáltatás neve szerepeljen a domain névben?
- Fő domain vagy aldomain?
- Domain név és a Google

## Mennyit ér egy domain név?

A domain név mint bizonyára tudja a weboldal címét, elérhetőségét jelenti, olyan ez mint egy telefonszám, vagy egy lakcím. Egy adott domain csak egyetlen egyszer fordulhat elő a világon és csak egyetlen weboldalt jelölhet. Egy domaint a felhasználók szempontjából két részre bonthatunk. Az első fele a www.enoldalam, a második fele a .hu végződés. Ez utóbbi az országot jelöli, ahol bejegyzésre került. .hu végződésű domain nevet csak magyar állampolgár vagy cég, vállalkozás regisztrálhat, tulajdonolhat. Ugyanakkor a nemzeti végzések mellett számtalan nemzetközi jelölés is rendelkezésre áll. Pl.: .com, .org, .net, .eu, hogy csak a legelterjedtebbeket említsem. Ékezetes domain bejegyzésére is lehetőség van a tanulmány írásának időpontjában, de pillanatnyilag úgy tűnik hogy ez nem fog igazán elterjedni. Én sem ajánlom különféle praktikus okok miatt.

Ily módon már jócskán kibővülnek a lehetőségek, ami azért lényeges, mert könnyen előfordulhat, mi több egyre valószínűbb hogy az Ön által kiválasztott domain név .hu végződéssel már foglalt. Innen nézve tehát úgy tűnhet hogy egy domain név sokat ér és ez bizonyos esetekben így is van. De azért aggodalomra semmi ok, hisz számtalan lehetőség kínálkozik így is. Útmutatónk segítségével megfogja találni a legjobb megoldást és ez nem is fog két-háromezer forintnál többbe kerülni, de öt év múlva Önnek lehet hogy milliókat fog érni.

A szakemberek és a laikusok egyaránt hajlamosak túlértékelni a domain név jelentőségét. Ezzel nem azt akarom mondani hogy a nincs súlya, szerepe, fontossága, csak azt hogy nem az és nem úgy ahogy ezt a legtöbben gondolják.

## Domain név eladó

Még manapság is hallani lefoglalt, megvásárolt domainekről amiket vagyonokért kínálnak eladásra vagy bérbe. Ezek általában olyan rövid, tömör, népszerű szavak, kifejezések amelyekről sokan úgy gondolják hogy egymagukban is elegendőek egy oldal garantáltan magas látogatottságához. Példa: a www.halaszcsarda.hu cím tulajdonosa havi, sok más, tulajdonképpen értékesnek is tekinthető névvel együtt havi 12 500Ft bérleti díjért kínálja (kínálta) a kiválasztott domaint. (Ebből sokan üzletet csinálnak. Megvásároltak egy csomó jó vagy annak vélt webcímet, amit haszonnal igyekeznek továbbadni)

Nos az a véleményem hogy egy domain név, ha csak nem mi vagyunk a Coca Cola, vagy a Microsoft, önmagában nem ér sokkal többet mint a normál domain regisztráció, ami néhány ezer forint mindössze. Maradjunk a [www.halaszcsarda.hu](http://www.halaszcsarda.hu) névnél. Tulajdonosa havi 12.500 Ft-ot kér érte, ez már egy év alatt is 150 000 Ft. (igaz hogy weblapkészítést, késő optimalizálást is ígér érte, még az is lehet hogy megéri az árát) Ennyiért viszont már egy nagyon jó weblapot lehet készíttetni domain névvel együtt, örökös használatra. No de miért olyan jó és értékes ez a domain név? Mit hozna ez a tulajdonosának? Kezdjük az internetezési szokásokkal. Honnan érkezik a látogató?

## Domain név és a Google

Aki már látott valaha részletes látogatottsági statisztikát és azt alaposan tanulmányozta, annak feltűnhetett az az elsőre kicsit meglepőnek tűnő adat miszerint a látogatók több mint 90%-a a keresőkből és a különféle link gyűjteményekből érkezik. Tehát általánosságban kijelenthető hogy az internetezők a legritkább esetben gépelik be egy oldal címét, különösen ha nem is ismerik az adott site-ot. Tehát blindre nem szokás kísérletezni ismeretlen címekkel. Ha Ön például ha csótányirtót keresne mit tenne? Beírná hogy [www.csotanyirtas.hu](http://www.csotanyirtas.hu), vagy [www.csotanyirto.hu](http://www.csotanyirto.hu)? Nem állítom hogy nem logikus, de vagy bejön vagy nem. Szerintem ennél sokkal célravezetőbb lenne ha bírná a Google-be hogy hogy „csótányirtás Budapest” (Ezek az adatok természetesen csak egy átlagos weblapra érvényesek. Ismert, nagy látogatottságú portálok, neves cégek weblapjai ettől lényegesen eltérő látogatottsági adatokat mutathatnak. Pl.: a [www.tv2.hu](http://www.tv2.hu), [www.bmw.hu](http://www.bmw.hu), [www.nokia.hu](http://www.nokia.hu), [www.t-online.hu](http://www.t-online.hu), címeket vélhetőleg nagyon sokan begépelik az url mezőbe, ill. még többen a kedvencekből nyitják meg.) Egyébként pedig gondoljunk bele: ha valaki halászlevet akar enni és nincs konkrét ötlete, tehát leül az internet elé... és mit tesz? Beírja a címsávba hogy [www.halaszcsarda.hu](http://www.halaszcsarda.hu)? Mit remélne ettől? Talál ezen a címen tényleges tartalmat, vagy csak egy domain eladó, vagy bérbeadó hirdetést? De ha egyszer ki is bérlí egy csárda. Hol található az az étterem amelynek ez a címe? Szegeden? Győrben? Budapesten? Nem mindegy! Nos ez a lépés nem életszerű és nem célszerű. Ha valaki halászlevet szeretne enni, az igen jó eséllyel elmegy az [eterem.lap.hu](http://eterem.lap.hu) -ra és lakóhelyének, vagy úti céljának megfelelően a listából rákattint arra vagy azokra linkekre amelyek a legtöbbet ígérnek számára. Vagy ami ennél is gyakrabban előfordul, hogy beírja a Google -be a halászcsárda vagy halászlé szót és ha kicsit is tapasztalt internetezőről van szó akkor mellé írja a település nevét is ahol halászcsárdát keres, ezzel mintegy szűkítve a találatok számát.

## Mi a teendő ha már foglalt az általunk kiválasztott név?

Irodánk kezeli a [www.fehertoihalaszcsarda.hu](http://www.fehertoihalaszcsarda.hu) címen található weboldalt. A Google -ben a halászcsárda szóra az oldal a második. (A cikk írásának időpontjában. Fontos hangsúlyozni hogy ez sok egyéb megállapításra, kijelentésre is igaz, hisz a web világában gyorsan változnak a dolgok.) A [www.halaszcsarda.hu](http://www.halaszcsarda.hu) a legjobb esetben is csak egy hellyel tudná a [www.fehertoihalaszcsarda.hu](http://www.fehertoihalaszcsarda.hu) -t hátrébb szorítani. De ehhez nagyon sokat kellene dolgozni az oldalon, komoly szaktudást és elszántságot kellene hadra fogni. Természetesen a mi megbízónk is erős késztetést érzett arra hogy megszerezzük a [www.halaszcsarda.hu](http://www.halaszcsarda.hu) domaint. Lebeszéltem róla és nem bántuk meg. Ez legalább olyan jó és csak egyszeri 3000 Ft-ba került. Magas az oldal látogatottsága és jó a megtalálhatósága, de nem elsősorban a domain miatt.

Tehát bátran és határozottan ki merem jelteni hogy egy domain névért nem szabad viszonteladónak túlságosan sokat fizetni. Természetesen lehetnek kivételek, de egy kis, vagy közepes vállalkozásnak biztosan nem érdemes a kiszemelt domainért több tíz vagy százezer, forintot kifizetni. A halászcsárda szó kapcsán látták az egyik lehetséges

megoldást. A kiválasztott szó bővíthető, kötőjellel vagy a-nélkül. Foglalt a [www.klima.hu](http://www.klima.hu)? Semmi probléma! Jó lesz nekünk a [www.klima-szeged.hu](http://www.klima-szeged.hu) is. Talán még jobb is.

## Cégnév vagy a termék, szolgáltatás neve szerepeljen a domain névben?

Ha egy cég vállalkozás neve széles körben ismertté válik akkor szerencsés ha könnyen megjegyezhető, egyszerű, a vállalkozás vagy termék, termékcsoporthoz nevére épülő domain nevet használnak. Szerintem ez a ritkább eset. Általánosságban én azt az elvet vallom és gyakorlom hogy a cégnév helyett inkább a termékre, vagy szolgáltatásra leginkább jellemző szót vagy szóösszetételt célszerű alkalmazni. Egy durva példa, [www.furdoszoba-burkolat-szeged.hu](http://www.furdoszoba-burkolat-szeged.hu) Ettől sok, u.n szakember falra mászik, de csak azok akik nem értik a domain és a Google közötti összefüggéseket. Ez valóban egy hosszú, nehezen megjegyezhető név, nem is az volt a cél hogy ezt valaki fejből bírja a címsorba. De mivel ezt egyébként is igen kevesen teszik, számunkra sokkal fontosabb hogy a témakörben leggyakrabban használt kereső-kulcsszavak szerepeljenek a domainban, ugyanis a Google számára ha egy adott szóra keresünk, pl. a fürdőszoba szóra, akkor azok a domainelek elsőbbséget élveznek, amelyekben ez a szó előfordul. Ha a fürdőszoba szót beírja a keresőbe, akkor az első tíz találat zöme olyan weboldalt tartalmaz, amelyekben szerepel a szó.

## Rövid vagy hosszú név?

Tehát keresőoptimalizálás szempontjából nagy segítséget jelent a jól megválasztott domain. Esetünkben az üzlet számára még nagy jelentőséggel bír a „burkolat” szó is, a területi szűkítés szempontjából jelentőséggel bír a város neve ahol a vállalkozás található. Nem kell mondjam hogy a „fürdőszoba Szeged” és a „burkolat Szeged” szókapcsolatokra keresve is az elsők között található a fürdőszoba szalon honlapja. Joggal kérdezheti hogy mi van akkor ha valaki a csempe szóra keres? Valóban itt már rosszabb a helyzet, mert jelenleg csak a negyedik a [www.furdoszoba-burkolat-szeged.hu](http://www.furdoszoba-burkolat-szeged.hu), ami azért annyira nem is rossz, de ez már egy másik történet, amit keresőoptimalizálásnak hívnak és a későbbiekben részletesen foglalkozunk majd vele. Valahol tehát meg kell húzni a határt, a teljes árukínálat mégsem mehet bele egy webcímbe. Azért választottuk a burkolat szót, mert a kereskedő szerint ez a leggyakrabban használt megnevezés, ráadásul magában foglalja a fali csempét, és a padló burkolót, beleértve a kül és beltéri változatokat is. Ezzel együtt ez a három tagból álló cím már valóban határeset, de úgy tűnik hogy ebben az esetben bevált. Jó módszer lehetne ebben az esetben a ha a tulajdonos regisztrálná a cég nevét is: [www.mosaico.hu](http://www.mosaico.hu), a névjegyben, szórólapokon, egyéb reklámokban ezt a rövidebb, cégnevet tartalmazó változatot tüntetné fel. Természetesen mindkét domain ugyanarra a tartalomra mutatna.

Ezek után már könnyen érthető hogy miért bőséges a rendelkezésünkre álló lehetőség, hisz ha csak kötőjellel elválasztott kettős szóösszetételt választanak és számításba vesznek közel tucatnyi lehetséges végződést, akkor már bőven van miből válogatni. A domain majd sok év múlva válik olyan értékke amihez valóban érdemes foggal-körömmel ragaszkodni. Feltéve ha egy értékes, nagy látogatottságú weboldal jön létre a webcím alatt. De ha Ön olvassa ezt a sorozatot, akkor nyilván igen jó erre az esély.

## Fő vagy aldomain?

Meg kell még említeni a meglehetősen elterjedt ingyenes aldomaineket, amik valahogy így néznek ki: [bockpince.torzsasztal.com](http://bockpince.torzsasztal.com) Ez azt jelenti hogy a [www.torzsasztal.com](http://www.torzsasztal.com)

weboldalnak tetszőleges számú aldomaint létrehozni. Ezek már nem www. -vel kezdődnek. Vannak ingyenes tárhely és domain szolgáltatók akik a fenti stílusú domainekeket biztosítanak a majdani igénylő weboldalán kötelezően elhelyezett reklámokért cserébe. Ez egy ingyenes megoldás, mindenesetre nem túl elegáns és nem kelti azt az érzetet hogy egy komoly, profi vállalkozás weboldalán járunk. Ez alól egyetlen kivétel van. Vállalkozásunk üzemelteti a nemrégiben elindított a [www.cegkartotek.hu](http://www.cegkartotek.hu) ingyenes cégregisztert, vagy már több mint öt éves a [www.torzszasztal.com](http://www.torzszasztal.com) borászati és gasztronómiai portálunk. Mi is biztosítunk ilyen aldomaint, tárhellyel együtt és még reklámot sem helyezünk el bérlőink oldalán. Ennek az az előnye hogy gyűjtő oldalként sokkal nagyobb látogatottságra számíthatnak, mint egy saját egyedi oldal esetén. A [www.torzszasztal.com](http://www.torzszasztal.com) oldalunkat havonta kb. 20 ezren látogatják. Ha itt egy borászat aldomaint bérel és ez alatt kialakítunk számára egy új, önálló weboldalt, akkor elvileg sokkal több látogatóra számíthat mint saját weboldalán, hisz a törzszasztal a borászatról és gasztronómiáról szól, olyanok látogatják akik nyitottak a témára és nagyon sok borászattal, vendéglátóhellyel találkozhatnak. Ettől persze még szükség van saját weboldalra is.

Egy jó weblappal szemben támasztott 10 legfontosabb követelmény

5/10. A navigáció vagy menüsor minden aloldalon legyen elérhető, legyen könnyű navigálni az oldalon, a látogatónak ne kelljen keresgélni, mindig tudja hogy éppen hol jár.

### **A következő fejezetekben erről olvashat**

- Mi történik az elkészült weboldallal, ki gondozza, működteti a továbbiakban? A weblap készítője, marketing iroda, vagy a lap tulajdonosa?
- Ki végzi a továbbiakban keresőoptimalizálást, a folyamatos látogatottságnövelést?
- Ki regisztrál a fontos link gyűjteményekbe?
- Ki végzi a statisztikák elemzését és a marketing stratégia meghatározását, módosítását?
- Mennyibe kerül mindez?

**Horváth Zoltán**  
**online marketing tanácsadó**  
**Kontraszt Oline Marketing Tanácsadó Iroda**  
Tel.: 62/492-549, 30/9289-390  
[kontraszt@tizanet.hu](mailto:kontraszt@tizanet.hu)  
[www.kontraszt.com](http://www.kontraszt.com)