

Spring 5-2021

## SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Gentiana Sheholli Berisha  
*University for Business and Technology - UBT*

Follow this and additional works at: <https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd>



Part of the [Computer Sciences Commons](#)

---

### Recommended Citation

Berisha, Gentiana Sheholli, "SEARCH ENGINE OPTIMIZATION" (2021). *Theses and Dissertations*. 2667.  
<https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd/2667>

This Thesis is brought to you for free and open access by the Student Work at UBT Knowledge Center. It has been accepted for inclusion in Theses and Dissertations by an authorized administrator of UBT Knowledge Center. For more information, please contact [knowledge.center@ubt-uni.net](mailto:knowledge.center@ubt-uni.net).



UBT College  
Program For Computer Science and Engineering

## **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION**

Bachelor Degree

Gentiana Sheholli Berisha

May / 2021  
Prishtinë



Kolegji UBT  
Programi Për Shkenca Kompjuterike dhe Inxhinierisë

Punim Diplome  
Viti Akademik 2014-2015

Gentiana Sheholli Berisha

**SEARCH ENGINE OPTIMIZATION**

Mentor: Dr.Sc. Naim Preniqi

Maj / 2021

Ky punim është përpiluar dhe dorëzuar në përmbushjen e kërkesave të pjeshme  
për Shkallën Bachelor

## ABSTRAKT

Lulëzimi i teknologjisë kohëve të fundit ka krijuar epokën digjitale. Rritja shpërthyesë në teknologjitë kompjuterëve, të informacionit dhe të teknologjive të tjera digjitale ka një ndikim të madh në mënyrat se si kompanitë i sjellin vlerat te klientët e tyre. Epoka digjitale u ka siguruar specialistëve të marketingut mënyrat të reja ngacmuese për të mësuar rreth klientëve dhe për t'i ndjekur ata, me synime për të krijuar produkte dhe shërbime në përputhje individuale të tyre. Prandaj, ky trend çdo ditë e më shumë po bëhet e domosdoshme për çdo veprimtari. Marketingu digjital i trendit të cilin do ta diskutojmë u mundëson bizneseve dhe organizata që web-faqet e tyre të renditen sa më lartë në makinat e kërkimit duke gjeneruar në këtë mënyrë shumë më shumë trafik në përmbajtjen e web-faqes. Tema që do të analizohet në vazhdim ka të bëjë me Search Engine Optimization, në të cilën do të analizohet kryesisht ndërlidhja e SEO me marketingun digjital. Në këtë hulumtim do të shfrytëzohen kryesisht të dhënat dytësore nga literatura e ndryshme online dhe web-faqet përkatëse. Pjesa e parë do të përfshi informacione të përgjithshme të SEO, dhe ndërlidhja e saj me marketingun digjital. Ndërsa në pjesën tjetër do të paraqesim mënyrën e duhur për të organizuar kampanja SEO në mënyrë që të arrihen rezultate të pritura të shoqëruar me ilustrime sqaruese e statistika përkatëse, dhe ky hulumtim do të përmbillet me konkluzione të cilat janë arritur si pasojë e analizës së fakteve dhe diskutimeve të ndryshme rreth ndërlidhjes së SEO dhe marketingut digjital.

**Fjalët kyçe:** *Digjital, marketing, ndërlidhje, organizimi, SEO.*

## **MIRËNJOHJE / FALENDERIMI**

Ky punim nuk do të ishte i plotë pa kontributet e njerëzve të cilët më përkrahën për ta përgatitur. Shpreh mirënjohjen time të sinqertë ndaj mentorit tim Prof. Dr. Sc. Naim Preniqi, i cili tërë kohën më përkrahu dhe këshilloi gjatë kësaj sfide dhe më nxiti në procesin e shkrimit të këtij punimi.

Dëshiroj të shpreh mirënjohjen time për Departamentin e Shkencave Kompjuterike dhe Inxhinierisë gjatë studimeve të mia pranë Kolegjit UBT.

I jam shumë mirënjohës familjes sime e cila më inkurajoi tërë kohën për të arritur qëllimin pa mbështetjen e së cilës ky mision do të ishte i pamundur.

**Faleminderit shumë të gjithëve!**

**Gentiana Sheholli Berisha**

**Maj, 2021**

**Prishtinë**

# PËRMBAJTJA

<b>LISTA E FIGURAVE.....</b>	<b>III</b>
<b>FJALORI I TERMAVE .....</b>	<b>VI</b>
<b>1. HYRJJE .....</b>	<b>1</b>
<b>2. SHQYRTIMI I LITERATURËS.....</b>	<b>2</b>
2.1. Search Engine Optimization .....	2
2.2. Procesi i SEO .....	3
2.3. Marketingu digjital.....	6
2.4. Ndërlidhja e SEO me marketingun digjital.....	7
2.5. Funksionimi i SEO.....	8
2.5.1. On Page SEO .....	9
2.5.2. Off Page SEO .....	10
2.6. White Hat SEO & Black Hat SEO.....	12
2.6.1. White Hat SEO .....	12
2.6.2. Black Hat SEO.....	14
2.7. Algoritmet e Google dhe roli i tyre në SEO.....	16
2.7.1. Google Panda.....	16
2.7.2. Google HummingBird.....	18
2.7.3. Google RankBrain.....	19
<b>3. DEFINIMI I PROBLEMIT .....</b>	<b>21</b>
<b>4. METODOLOGJIA .....</b>	<b>22</b>
<b>5. REZULTATET.....</b>	<b>23</b>
<b>6. DISKUTIME DHE KONKLUZIONE .....</b>	<b>25</b>

<b>7. REFERENCAT .....</b>	<b>27</b>
<b>APPENDIXES .....</b>	<b>30</b>
Appendixes A: Përvoja e projektit.....	30
Appendixes B: Menaxhimi i projektit .....	30
Appendixes C: Shkrimi i raportit.....	30

## LISTA E FIGURAVE

Figura 1. Procesi i SEO .....	3
Figura 2. Ndikimi i SEO në marketingun digjital. Burimi: (HubSpot, 2020) .....	8
Figura 3. Teknikat e ndryshme të Off Page SEO .....	11
Figura 4. Backlinks në një web-faqe. Burimi: (Lopezosa, Codina & Gonzalo, 2019).....	12
Figura 5. Grafiku i trafikut në procesin SEO WhiteHat. ....	14
Figura 6. Grafiku i trafikut në procesion SEO BlackHat.....	15
Figura 7. Stabilizimi i trafikut me ndihmën e Google Panda .....	17
Figura 8. Qëllimi kryesorë i Google HummingBird.....	18
Figura 9. Procesi i Google RankBrain. Burimi: (Search Engine Jonurnal, 2021).....	19



## **FJALORI I TERMAVE**

**Black Hat SEO** – Teknikat e SEO-së që janë pranuar nga rregullorja e Google.

**Blog** – Publikimi i materialeve të cilat janë të renditura në mënyrë kronologjike.

**Google RankBrain** – Algoritëm i Google që përdor inteligjencën artificiale për të rankuar web-faqe.

**Keyword** – Fjalët kyçe për një kërkim të caktuar në makinat e kërkimit.

**Link Bulding** – Metodë e SEO-së për të rankuar një web-faqe më lartë në makinat e kërkimit.

**META** – Përshkrimi i shkurtë i web-faqes apo blogut.

**Optimization** – Është proces i përdorimit të eksperimenteve të kontrolluar të një web-faqe në mënyrë që të arrihen qëllimet biznesore të web-faqe.

**On Page SEO** – Merret me strukturimin e HTML-së së një web-faqe në mënyrë që web-faqja të optimizohet.

**Off Page SEO** – Rritja e emrit të brendit duke përdorur metodën e Link Bulding.

**SEO** – Search Engine Optimization.

**SERP** – Search Engine Result Page apo faqja e parë që e shohim pasi të bëjmë një kërkim.

**White Hat SEO** – Teknikat e SEO-së që janë të pranuar nga rregullorja e Google.

## 1. HYRJE

Me miliona njerëz kryejnë miliarda kërkime çdo ditë për të gjetur përmbajtje në internet, vetëm Google përpunon mbi 50,000 kërkimore për sekondë. Është e kuptueshme që marketistët duan që produktet e tyre të gjenden online. Motorët e kërkimit, kanalet përmes të cilave ndodhin këto kërkime, përdorin algoritme të ruajtur me kujdes për të përcaktuar rezultatet e shfaqura. Përcaktimi i faktorëve që këto algoritmi marrin parasysh, ka çuar në një praktik gjithnjë e më të njohur të quajtur Search Engine Optimization. SEO është një akronim që ka të bëjë me optimizimin e motorëve të kërkimit, i cili është proces i optimizimit të faqes të internetit për të marrë një trafik organik, ose të pa paguar nga faqja e rezultateve të motorëve të kërkimit. Me fjalë të tjera, SEO përfshin bërjen e ndryshimeve të caktuara në hartimin dhe përmbajtjen e faqes së internetit që e bëjnë faqen më tërheqëse për një motor kërkimi. Megjithatë optimizimi i motorëve të kërkimit mund të jetë mjaft kompleks kur bëhet fjalë për të gjithë faktorët e ndryshme që ndikojnë në renditjen, por procesi themelor nuk është aq i vështirë për tu kuptuar. Motorët e kërkimit duan të ofrojnë shërbimin më të mirë për përdoruesit e tyre. Kjo nënkupton dhënien e rezultateve në faqet e motorit të kërkimit që nuk janë vetëm me cilësi të lartë, por edhe të rëndësishme për që kërkon kërkues.

Gjatë viteve që kur u shpik SEO është vlerësuar, keqinterpretuar, thjeshtuar tepër dhe mandej stigmatizuar herë pas here. Aq shumë, sa që edhe pronarët e bizneseve më të mençur nuk e kuptojnë plotësisht rëndësinë e SEO për biznesin. Ndërsa, shumë njerëz ende mendojnë për SEO si një lloj loje mashtruese, ata që punojnë siç duhet SEO në strategjinë e tyre të marketingut në internet gëzojnë përfitime të tilla të SEO për biznesin si rritja e trafikut dhe konvertimeve, shikueshmëria, besueshmëria, vetëdija e markës dhe kuptimi më i mirë i sjelljes së klientit.

Besimi në teknikat e SEO dhe praktikat e provuar, veçanërisht nëse nuk janë ato gjenerike, por të personalizuara posaçërisht për biznese të veçantë sjell drejtues të kualifikuar dhe klientë të lumtur dhe kthyes në të gjitha llojet e bizneseve, nga ndërmarrjet e vogla vendase te ndërmarrjet e mëdha ndërkombëtare.

## 2. SHQYRTIMI I LITERATURËS

### 2.1. Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) është arti dhe shkenca për të bërë që faqet të renditen më lartë në motorët e kërkimit siç është Google. Për shkak se kërkimi është një nga mënyrat kryesore në të cilën njerëzit zbulojnë përmbajtjen në internet, renditja më e lartë në motorët e kërkimit mund të çojë në një rritje të trafikut në një faqe në internet. Në terma të thjeshtë, SEO do të thotë procesi i përmirësimit të faqes për të rritur shikueshmërinë e saj për kërkimet përkatëse. Sa më shumë dukshmëri të kenë faqet në rezultatet e kërkimit, aq më shumë ka të ngjarë të merret vëmendja dhe të tërheqin klientët e ardhshëm dhe ekzistues në biznes (Zilincan, 2015).

SEO shpesh përfshin përpjekje të bashkërenduara të departamenteve të shumta brenda një organizate, duke përfshirë skuadrat e dizajnit, marketingut dhe prodhimit e përmbajtjes. Ndërsa disa punë me SEO përfshijnë analiza të biznesit (p.sh., krahasimi i përmbajtjes me konkurrentët), një pjesë e konsiderueshme varet nga algoritmet e renditjes së motorëve të ndryshëm të kërkimit, të cilat mund të ndryshojnë me kalimin e kohës. Sidoqoftë, një rregull i përgjithshëm është që faqet e internetit me përmbajtje me cilësi më të lartë, më shumë lidhje të jashtme referimi dhe më shumë angazhim të përdoruesve do të renditen më lart në një SERP (Ledford, 2015). SEO punon duke optimizuar faqet të një faqe në internet, duke kryer hulumtime të fjalëve kyçe dhe duke fituar lidhje përbrenda. Në përgjithësi mund të shihen rezultatet e përpjekjeve për SEO sapo faqja të jetë zvarritur dhe indeksuar nga një motor kërkimi. Shumë praktikues të marketingut tregojnë që një web-faqe mund të optimizohet në atë mënyrë që të ketë shumë trafik nga Google, gjë që do të rriste përfitimet e atij biznesi. Në realitet kjo strategji është e saktë, mirëpo përveç kësaj një përvojë tjetër që do të mund të ndikonte pozitivisht është praktika që SEO të jetë pjesë kyçe në dizajnimin e web-faqes (Gudivada, Rao & Paris, 2015).

Pra, motorët e kërkimit të optimizimit janë program softuerësh që qëllimin kryesor i tyre është të shfaqin listat e faqeve në internet me përmbajtjen që përdoruesit kërkojnë. Për ta bërë këtë, motori i kërkimit mbledh fjalë nga përdoruesi të cilat më pas i përputh me faqet e

internetit, për të marrë rezultatet. Kjo është, qëllimi i tij është të nxjerrë informacionin e kërkuar nga një bazë e të dhënave të mëdha të burimeve të disponueshme në internet (Grappone & Couzin, 2011).

## 2.2. Procesi i SEO

SEO është procesi i përmirësimit të një faqe në internet, kështu që rrit cilësinë dhe sasinë organike të trafikut nga motorët e kërkimit. SEO e suksesshme do të thotë që një faqe në internet do të ketë më shumë gjasa të shfaqet më lartë në faqen e rezultateve të motorëve të kërkimit. Motori më i popullarizuar i kërkimit është Google, por edhe motorët e tjerë të kërkimit siç janë: Bing, Yahoo, DuckDuckGo, etj. Gjithashtu kanë algoritmet e tyre unik për zvarritjen e faqeve të internetit dhe kthimin e rezultateve kryesore të kërkimit. Para fillimit të një projekti të SEO, është e rëndësishme të kuptohet procesi i përfshirjes në një fushatë efektive (Dover & Dafforn, 2011).



Figura 1. Procesi i SEO.

Burimi: (Dover & Dafforn, 2011).

Duke e parë rëndësinë më poshtë do të paraqesim gjashtë hapat e procesit të SEO.

- 1. Huluntimi:** Kërkimi i frazave të fjalëve kyçe përfshin identifikimin e një grupi frazash të fjalëve kyçe që do të përdoren në optimizim. Ky hap fillestar është kritik dhe kërkon një kohë të konsiderueshme për të gjetur një grup të mirë frazash që ofrojnë një kombinim të ekuilibruar të dy faktorëve të rëndësishme: përdorimi i lartë nga kërkuesit dhe konkurrenca relativisht e ulët brenda motorëve të kërkimit. Përcaktimi i frazës më të përdorur që përmban fjalët e synuara është relativisht e lehtë. Mjetet në internet lejojnë të futemi një fjalë kyçe ose fjalë të veçantë, e cila më pas do t'i kthej të gjitha mënyrat me të cilat është përdorur ajo fjalë nga kërkuesit në muajin e fundit dhe në cilin vëllim. Sidoqoftë, frazat më të përdorura janë gjithashtu ato me konkurrencën më të madhe brenda rezultateve të kërkimit.
- 2. Raportimi apo caktimi i qëllimit:** Pas përcaktimit të frazave të synuara të fjalëve kyçe dhe pozicionit fillestar në krahasim me grupin konkurrues të faqes, është e rëndësishme të kuptojmë se cili është pozicioni fillestar i faqes subjekt brenda motorëve të kërkimit. Hyrja në informacionin e trafikut të faqes është shumë e rëndësishme. Këto statistika tregojnë se si kërkuesit po gjejnë dhe bashkëveprojnë me faqet, p.sh. cilat motorë kërkimi, cilat fraza fjalësh janë duke u përdorur, ritmet e kërkimit, përmbajtjen më të popullarizuar etj. Të kuptuarit e nivelit të trafikut të faqes dhe burimit të referimeve të tij gjithashtu mund të jetë një mjet kritik në marrjen e vendimeve të tjera të marketingut në internet. Pas zhvillimit të një pasqyre të plotë të pozicionit fillestar të faqes, duhet vendosur qëllimet për planin SEO. Këto qëllime janë të matshme dhe të lidhura me objektivat specifike të biznesit të faqes (Search Engine Journal, 2018).
- 3. Ndërtimi i përmbajtjes:** Përmbajtja është mbret në optimizimin e motorëve të kërkimit. Motorët e kërkimit e duan tekstin si: vëllim i lartë, përmbajtje me cilësi të lartë në lidhje me biznesin e cila mund të shërbej në disa mënyra të rëndësishme. Së pari, një faqe e ngarkuar me përmbajtje me cilësi të lartë me interes për përdoruesit e faqeve do t'u jap atyre një arsye për të qëndruar dhe një arsye për t'u kthyer. Së dyti, do

të sjellë përfitimin e shtuar të shërbimit saktësisht të asaj që kërkojnë motorët e kërkimit. Motorët e kërkimit do të kenë më shumë informacion për të ruajtur në lidhje me biznesin dhe produktet, ai informacion do të përkthehet drejtpërdrejt në renditjen që ata japin në faqe për frazat e lidhura me fjalët kyçe.

**4. Optimizimi i faqes:** Pas shtimit të përmbajtjes së re, me cilësi të lartë, duhet të trajtuar optimizimin në faqe. Më poshtë do të paraqesim bazat e optimizimit të faqes për më shumë informacione mbi këtë temë.

- *Titujt e faqeve:* Duhet siguruar që titujt e faqeve të faqes së biznesit të thonë diçka tjetër përveç emrin e kompanisë ose “mirëseardhjen”.

- *Spikatja e frazave të synuara të fjalëve kyçe:* Nuk mjaftojnë vetëm frazat e fjalëve kyçe diku në faqe të internetit, vendosja dhe rëndësia e dhënë e tyre gjithashtu ndikon në vendosjen e motorit të kërkimit.

- *Harta e faqes:* Zhvillimi i një harte të faqes përfshin një listë të mirë organizuar të lidhjeve në të gjitha faqet e rëndësishme të faqes dhe përfshin një lidhje teksti në hartën e faqes që është në mënyrë ideale për të siguruar që të gjitha faqet të indeksohen nga motorët e kërkimit kur ata vizitojnë faqen e subjektit.

- *Të dhënat ATL dhe META:* Këto janë etiketa që nuk janë parë nga përdoruesit e faqes, ato janë të ngulitura në kodin e faqes. Etiketat ATL i referohen tekstit që përshkruan një imazh. Në optimizimin e emrit të kompanisë, një etiketë ATL e vendosur pas imazhit të logos së kompanisë është ideale. Etiketat META janë linja të kodit të përfshira në pjesën më të lartë të kodit të faqes. Ata komunikojnë lëndën dhe lidhjen e faqes me motorët e kërkimit.

- *Teknikat SEO:* Ekzistojnë një numër çështjesh të rëndësishëm teknike që ndikojnë në SEO, përpjekjet që duhet verifikuar dhe korrigjuar nëse është e nevojshme. Këto përfshijnë shpejtësinë e faqes, sigurinë e faqes, strukturën e URL-së, aftësinë për t'u kapur dhe reagimin e celularëve (Moon & Seo, 2005).

**5. Ndërtesat shoqërore dhe lidhjet:** Gjatë kësaj faze të procesit, klientët duhet të krijojnë një prani të mediave sociale dhe të këshillohen me klientët se si t'i përdorin më mirë ato profile të mediave sociale për të ndarë përmbajtjen e faqes dhe për t'u lidhur me klientët e mundshëm. Çdo lidhje e re, cilësore në faqe rrit gjasat që merimangat e motorëve të

kërkimit të vrapojnë nëpër faqe, si dhe kërkuesit që kërkojnë shërbime apo produktet e tyre.

- 6. Raportimi dhe Analizimi:** I njëjti raportimi i bërë në fazën fillestare të fushatës bëhet përsëri në intervale të rregullta, pas optimizimit. Renditjet, nivelet e trafikut të faqeve, sinjalet sociale dhe metrika të tjera kryesore mund të krahasohen me nivelet e paraoptimizimit (Search Engine Journal, 2018).

### **2.3. Marketingu digjital**

Sikurse internet që ka rol të rëndësishëm në të gjithë globin po ashtu edhe marketingu ka lënë gjurmët e veta. Por, në ditët e sotme internetin një masë e madhe e njerëzve e konsiderojnë si zbulim më të madh të bërë ndonjëherë, për arsyeje se gati çdo punë apo çdo kërkim që ata e bëjnë e bëjnë përmes internetit. Ndërsa, kur flasim për marketing themi që ai paraqitet si një urë lidhëse mes kënaqësisë mes kërkesës dhe produktit apo shërbimit. Por, nëse kërkesa plotësohet siç duhet patjetër që do të kthehet në të ardhura (Selmans, 2017). Autori i njohur Philip Kotleri në vitin 2012 e konsideroj marketingun si një shkencë dhe një art për të eksploruar dhe për të plotësuar nevojat e një tregu të synuar, ku ai në të njëjtën kohë identifikon edhe dëshirat dhe nevojat e paplotësuar. Marketingu ka potencial të mat, përcaktojë dhe vlerësoj sasinë e tregut të zgjedhur dhe potencialin për fitim (Kotler, 2012). Marketingu digjital përkufizohet si një shtresë pjesëmarrëse e një numër të madh të mediave që iu jep lejen përdoruesve të zgjedhin përvojat që ata duan dhe marketistëve u ofron aftësinë të lidhen me median që të fitojnë informacione për të përsëritur mesazhin dhe në të njëjtën kohë për të krijuar marrëdhënie (Kotler, Hessekiel & Lee, 2012).

Marketingu digjital ka fuqi të madhe në dy aspekte. Fillimisht, audience segmentohet shumë lehtë dhe saktë dhe së dyti e gjithë sfera digjitale është pothuajse shumë e matshme. Fusha e marketingut në tërësi praktikohet në internet ku produktet apo shërbimet shpërndahen, pozicionohen, promovohen, shërbehen dhe blihen. Web-i ofron shumë zgjidhje tek konsumatorët që kanë shumë ndikim që ato të blihen nga ana e tyre. Marketingu digjital kontribuon në krijimin e kërkesës së konsumatorit përmes faqeve, ku jo vetëm që shkëmbehet monedha por shkëmbehen edhe vlera. Për një përdorues, vlera mund

të shtohet në masë të madhe në formë përdorimi, edukimi apo argëtimi. Brendet apo markat e ndryshme çdoherë tentojnë të krijojnë besnikëri mes konsumatorëve që i duan produktet apo shërbimet e tyre, të cilat përputhen me kërkesat, vlerat që duam dhe aspiratat që kanë (Castro, Silva & Duarte, 2017). Pra, marketing digjital është një trend gjithnjë e më shumë në rritje në nivel global. Tani jemi vetëm dëshmitarë të asaj që shumica e bizneseve vetëm se kanë filluar të orientohen me shumë drejt marketingut digjital. Ky trend vije si rezultat i koston së përballeshme që ofron marketing digjital, rritjes së mundësisë së komunikimit me konsumatorë në kohë reale, targetimi të klientelës të dëshiruar në mënyrë shumë më të lehtë dhe matje të lehtë të rezultateve (Moschini, 2012).

#### **2.4. Ndërlidhja e SEO dhe marketingu digjital**

Ndërsa marketingu digjital ka evoluar, optimizimi i motorëve të kërkimit është bërë gjithnjë e më shumë një mendim fillestar sesa një mendim i mëvonshëm në rrjedhën e punës tipike të marketingut. Jo vetëm që SEO duhet të jetë një nga përparësitë e para, por gjithashtu studimet kanë zbuluar se kur kompanitë e bëjnë atë themel për përpjekjet e tyre të tjera të marketingut digjital ata shohin një kthim të gjithanshëm të investimit. Pra, në botën e marketingut digjital në internet, SEO vepron si një strategji efektive e marketingut me fokus kryesor për të rritur arritjen e biznesit tek klientët e synuar. SEO luan një rol vendimtar në fushatat e marketingut digjital dhe është bërë një pjesë e pandashme e industrisë së marketingut digjital. Ndërsa, objektivi kryesor i SEO është që ta bëjë faqen e internetit të arritshme për klientët e synuar (HubSpot, 2020).



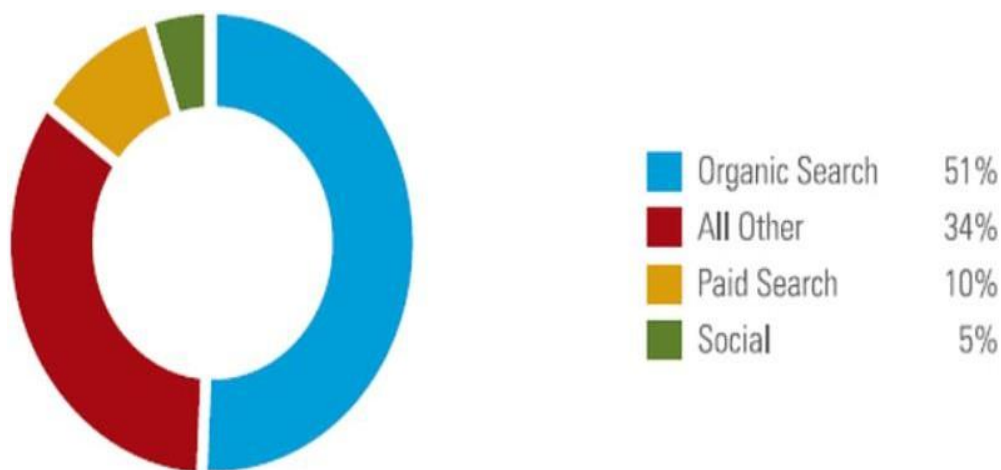


Figura 2. Ndikimi i SEO në marketingun digjital.

Burimi: (HubSpot, 2020).

Në figurën e mësipërme janë paraqitur rezultatet e një studimi të botuar në Search Engine Land nga BrightEdge. BrightEdge përcaktoi që mesatarisht 51% e vizitorëve që mbërrinin në një faqe në internet morën mjetet organike. Pra, trafiku organik i drejtuar nga SEO ishte më i rëndësishëm sesa kërkimi me pagesë (PPC) që nxori mesatarisht 10% ose media sociale që komandonte vetëm 5% (HubSpot, 2020).

## 2.5. Funksionimi i SEO

Motorët e kërkimit kanë një objektiv, të ofrojnë rezultatet më të rëndësishme të mundshme në lidhje me pyetjet kërkimore. Nëse motori i kërkimit është i suksesshëm në sigurimin e informacionit që plotëson nevojat, atëherë ata janë një kërkues i lumtur. Dhe kërkuesit e lumtur ka më shumë të ngjarë të kthehen në të njëjtën motor kërkimi herë pas here, sepse po marrin rezultatet e nevojshme. Në mënyrë që një motor kërkimit të jetë në gjendje të shfaqë rezultatet kur një përdorues shtyp në një pyetje, ai duhet të ketë një arkiv të informacionit në dispozicion për të zgjedhur. Çdo motor kërkimi ka metoda të pronarit për mbledhje prioritizimin e përmbajtjes së faqes në internet. Pavarësisht nga taktikat ose metodat specifike të përdorura, ky proces quhet indeksim. Motorët e kërkimit në të vërtetë

përpiqen të skanojnë të gjithë universin në internet dhe të indeksojnë të gjitha informacionet në mënyrë që ata t'iu tregojnë se kur futim një pyetje kërkimi. Kur një web-faqe është optimizuar dhe indeksuar atëherë është e gatshme për me u shfaq në listën e rezultateve të kërkimit. Search Engine Optimization ndahet në dy pjesë:

1. On Page SEO dhe
2. Off Page SEO (Yalçın & Kose, 2010).

### 2.5.1. On Page SEO

On Page SEO është praktika e optimizimit të faqeve individuale në mënyrë që ato të renditen më lartë dhe të fitojnë trafik më të rëndësishëm në motorët e kërkimit. On Page i referohet si përmbajtjes ashtu edhe kodit burimor HTML të një faqe që mund të optimizohet, në krahasim me SEO jashtë faqes që i referohet lidhjes dhe sinjale të tjera të jashtme. Pra, On Page SEO është praktika e optimizimit të përmbajtjes së faqes në internet për motorët e kërkimit dhe përdoruesit. Praktikant e zakonshme të faqes SEO përfshijnë optimizimin e titullit, përshkrimin, linkimet e brendshme dhe URL-të (Ahrefs Blog, 2021). Procesi i optimizimit të komponentëve në një On Page SEO ndikohet nga disa faktorë të rëndësishëm të cilët duhet të trajtohen me vëmendje. Këta faktorë janë:

- **Heading tags:** Janë tregues të përdorur në HTML për të ndihmuar në strukturimin e faqes në internet nga pikëpamja e SEO, si dhe për të ndihmuar Google të lexoj përmbajtjen. Heading tags variojnë nga H1-H2 dhe formojnë një strukturë hierarkike në faqe. H1 është kryefjala më e rëndësishme në sytë e Google dhe formon titullin e faqes. Identifikimi i titullit me një etiketë H1 e ndihmon Google të dijë shpejt për çfarë përmbajtje bëhet fjalë (Digital Doughnut, 2016).
- **User Friendly URL:** Për përdoruesit është një adresë në Web që lexohet lehtë dhe përfshin fjalë që përshkruajnë përmbajtjen e faqes në internet. Përcaktimi i user friendly URL-së për përdoruesit është praktika më e mirë e cila rekomandohet për SEO, user friendly URL për përdoruesit ndihmon për të fshehur URL-të komplekse të brendshme nga përdoruesit përfundimtarë dhe motorët e kërkimit.

- **Title tags:** Është një element HTML që specifikon titullin e një faqe në internet. Title tags shfaqen në faqet e rezultateve të motorëve të kërkimit si titulli i klikueshëm për një rezultat të caktuar dhe janë të rëndësishëm për përdorshmërinë, SEO dhe ndarja sociale. Title tags ka për qëllim të jetë një përshkrim i saktë dhe konciz i përmbajtjes së një faqeje.
- **Meta descriptions:** Luajnë një rol të madh në rezultatet e kërkimit. Në rast se nuk është i njohur termi, një përshkrim meta është fragment i informacionit nën lidhjen e një rezultati kërkimi. Qëllimi i tij është të përshkruajë përmbajtjen e faqes tek kërkuesit. Qëllimi përfundimtar është të bind kërkuesin që të klikojë në faqen e internetit.
- **Keyword:** Janë fjalë kyçe të një web-faqe. Çdo web-faqe duhet të fokusohet në fjalë kyçe brenda web-faqes sepse për On Page SEO është shumë e rëndësishme në mënyrë që të renditen sa më lartë në listën e rezultateve të kërkimit, pra brenda një faqe duhet të përdoren sa më shumë fjalë kyçe që kanë të bëjnë me përmbajtjen e faqes në mënyrë që të gjenerohet më shumë trafik (Patil, 2018).

### 2.5.2. Off Page SEO

Off Page SEO i referohet teknikës që mund të përdoret për të përmirësuar pozicionin e një faqe në internet në faqen e rezultateve të motorit të kërkimit. Shumë njerëz e lidhin SEO jashtë faqes me ndërtimin e lidhjeve, por nuk është vetëm kaq. Përdoret gjithashtu në metodat e promovimit si blog, krijimi i faqes në internet, shënimet shoqërore etj. Off Page SEO është jashtëzakonisht e vlefshme sepse u thotë motorëve të kërkimit që faqja në internet është e rëndësishme për të tjerët në internet. Çdo lidhje që merret vepron si mbështetje nga një burim tjetër që faqja në internet është cilësore. Kjo lejon që burimet e jashtme të veprojnë si ndërprerës për faqet e internetit që kanë të njëjtën cilësi të SEO-së në mënyrë që motorët e kërkimit të dinë më së miri për të renditur faqet e internetit në faqet e rezultateve të motorëve të kërkimit. Pra, Off Page SEO mund të rrisni renditjen e faqes në internet. Në figurën e mëposhtme janë paraqitur teknikat e ndryshme të Off Page SEO (Patil, 2018).



Figura 3. Teknikat e ndryshme të Off Page SEO.

Burimi: (Patil, 2018).

Të gjitha këto teknika e Off Page SEO janë të rëndësishme, por rëndësia e Link Building ka rezultuar të jetë më e rëndësishmja sipas hulumtimeve të shumtë kohëve të fundit. Link Building (shq. ndërtimi i vegzave) është teknika e ndërtimit të vegzave duke kontaktuar me web-faqe të tjera, në këtë mënyrë duke kërkuar që ata të krijojnë një vegëz në web-faqen e tyre që do të drejtoj përdorues të asaj web-faqe në drejtimin të web-faqes tuaj. Pra, në teknikën Off Page SEO, ekzistojnë disa vegëza që drejtojnë përdoruesin nga një web-faqe në një tjetër, vegëzat e tyre quhen backlinks. Ndërtimi i link building është në zemër të Off Page SEO. Motorët e kërkimit përdorin backlinks si tregues të cilësisë së përmbajtjes së lidhur, kështu që një faqe me shumë lidhje të vlerave të larta zakonisht do të renditet më mirë sesa një faqe ndryshe e barabartë me më pak backlinks (Lopezosa, Codina & Gonzalo, 2019).



Michael Wood, Contributor

Forbes

If you have ever done any research on backlinks, chances are you are familiar with the name Brian Dean. He is the founder of [Backlinko](#), a website that provides case studies and strategies on how to generate backlinks the right way. He is a recognised SEO expert and if you type in any keyword related to backlinks, you will see his website at the top of the search results.

Figura 4. Backlinks në një web-faqe.

Burimi: (Lopezosa, Codina & Gonzalo, 2019).

## 2.6. White Hat SEO & Black Hat SEO

Në çdo industri të madhe të SEO, ne mund të hasim në shumë mendime të ndryshme në lidhje me mënyrat më efektive për t'iu qasur optimizimit të faqes. Megjithatë shumë nga këto taktika mund të funksionojnë dhe ideja e së cilës është “më e mira” është kryesisht subjektive por ekziston një dallim që duhet pasur kujdes tek White Hat SEO dhe Black Hat SEO. Ndërsa disa SEO mund t'i pikturojnë këto si dy shkolla të mendimeve të ndryshme, të cilat nuk janë kategorizim aq i barabartë në mënyrë të drejtë apo të gabuar për të bërë SEO.

### 2.6.1. White Hat SEO

Termi White Hat SEO i referohet taktikave SEO që janë në përputhje me termat dhe kushtet e motorëve kryesorë të kërkimit, përfshirë Google. Në përgjithësi White Hat SEO i referohen çdo praktike që përmirëson renditjen e kërkimit në faqen e rezultateve të motorëve të kërkimit duke ruajtur integritetin e faqes të internetit dhe duke qëndruar brenda kushteve të shërbimit të motorëve të kërkimit. Këto taktika qëndrojnë brenda kufijve siç

përcaktohet nga Google (Semrush Blog, 2020).

Disa teknika të White Hat SEO që zbatohen zakonisht në faqe të internetit janë:

- **Fjalët kyçe:** Kërkimi i fjalëve kyçe është thelbi i strategjisë së SEO. Pa bërë kërkime të fjalëve kyçe dhe duke i përdorur atë në mënyrë të përshtatshme, është e pamundur të bëhet përmbajtja që merr renditjen më të mirë në motorët e kërkimit. Kur bëhet kërkimi i fjalëve kyçe duhet t`ju kushtohet vëmendja e madhe qëllimit të kërkimit të përdoruesit dhe shënjestrohen fjalët kyçe të përshtatshme. Në vend të kësaj, fjalët kyçe që janë marrë nga rezultatet e hulumtimit përdoren në përmbajtje dhe faqe.
- **Përmbajtja me cilësi të lartë:** Duke përdorur fjalët kyçe të marra në rezultatet e hulumtimit, përmbajtja duhet gjithashtu të krijohet për të përcaktuar renditjen e fjalëve kyçe. Kur krijohet përmbajtja, siç është zgjedhja e fjalëve kyçe, duhet të përqendrohemi në qëllimin e përdoruesit. Megjithatë duhet të pasur parasysh përmbajtjen se çfarë lloj përmbajtje njerëzit do të kërkojnë për këto fjalë kyçe. Përmbajtja duhet të jetë sistematike e plotë dhe e optimizuar mirë.
- **Optimizimi On Page:** Nëse shtojmë lidhjet të brendshme për të gjithë përmbajtjen e faqes në internet, atëherë kjo është gjithashtu një gjë mjaft e mirë sepse ua bën më të lehtë vizitorëve të eksplorojnë në faqe. Gjithashtu mund të përdoren fjalët kyçe në ankorimin e tekstit në lidhje të brendshme dhe ju epet sinjale të mëtejshme motorëve të kërkimit në lidhje me faqen.
- **Optimizimi Off Page:** Kjo çon në faktorë që nuk duhet të jenë në faqen tuaj të internetit, por janë me shumë ndikim. Kjo përfshin sigurimin e emrave të qëndrueshëm, adresave dhe numrave të telefonit në të gjitha ndarjet e lidhjeve të faqe të mediave të ndryshme sociale. Mediat sociale lejojnë që faqet e tyre në internet të shfaqen më shpesh dhe shtojnë audiencën, të përfshihen më shumë dhe të ndajnë më shumë informacione sesa ato që janë në faqen e tyre (Mittal, Kirar & Meena, 2018).



Figura 5. Grafiku i trafikut në procesin SEO White Hat.

Burimi: (Mittal, Kirar & Meena, 2018).

## 2.6.2. Black Hat SEO

Black Hat SEO përcaktohet zakonisht si një praktikë e papranuar që mund të rrisë renditjen e një faqeje në një faqe rezultati të motorit të kërkimit (SERP). Këto praktika janë kundër kushteve të shërbimit të motorit të kërkimit dhe mund të rezultojnë në ndalimin e faqes nga motori i kërkimit dhe faqet e bashkuara. Pra, Black Hat SEO është një praktikë kundër udhëzimeve të motorëve të kërkimit, e cila përdoret për të marrë një faqe më të lartë në rezultatet e kërkimit. Këto taktika jo etike nuk zgjidhin për kërkuesin dhe shpesh përfundojnë në një penallti nga motorët e kërkimit (Malaga, 2010).

Disa nga teknikat që janë më të njohura si metoda të Black Hat SEO janë:

- **Teksti i fshehur nga përdoruesit:** Ky veprim mund të bëhet duke e bërë ngjyrën e tekstit të njëjtë me prapavijën e web-faqes në mënyrë që Google të mundet më e lehtë të lexuar vetëm tekstin ndërsa përdoruesin jo.
- **Përdorimi i tepërt i fjalëve kyçe:** Duhet të kemi kujdes që fjalët kyçe që përdorim në një web-faqe të jenë shumë të specifikuar dhe konkretisht të tregojnë qartë atë se çka ka në atë web-faqe mirëpo në kategorinë SEO me Black Hat përdorimi i këtyre fjalëve tejkalon normën e përdorimit. Si shembull, nëse web-faqja ka të bëjë me pushime, fjala

“pushime” përdoret në vende tepër të paarsyeshme dhe joadekuate. Google këtë veprim e sheh paksa të dyshimit dhe mund të ndikoj në vlerësim negativ të web-faqes.

- **Arritja e marrjes së vegëzës nga një web-faqe me më pak ndikim:** Në realitet kjo do të ishte një ndëshkim për atë web faqe sepse esenciale do të ishte marrja e me pak vegëzave mirepo në web faqe me ndikim, ndërsa marrja e vegëzave të shumta nga web faqe të vogla do të ndikonte në penalizimin e web faqes. Krijuesi i web faqës duhet të ketë kujdes të shtuar në formën se si krijon formatin e web faqes, veqanarisht duhet të jetë i vëmendshëm dhe të mos lejojë përdorimin e këtyre metodave të përmendura më lartë, pasi që krijimi i web faqes në bazë të këtyre parimeve asnjëherë nuk do të sjell rezultate pozitive web faqes, ndonese në raste të ndryshme, kjo do të sjellë rezultate relativisht të mira, mirëpo fatkeqësisht është rezultat pozitiv i përkohëshëm. Algoritmat që përdorin Google janë të specifikuar që t'i vërejnë pjesët ku janë përdorur metoda nga kategoria Black Hat SEO, dhe detyrë e tyre është të penalizojnë cdo web faqe që është duke përdorur strategji të tilla duke i tërhequr trafikun të cilin e kanë nga makinat e kërkimit (Rockcontent Blog, 2020).

Në grafikun e më poshtëm paraqitet trafiku jo i qëndrueshëm për web faqet që përdorin kategorinë e SEO me kapelë të zeze.

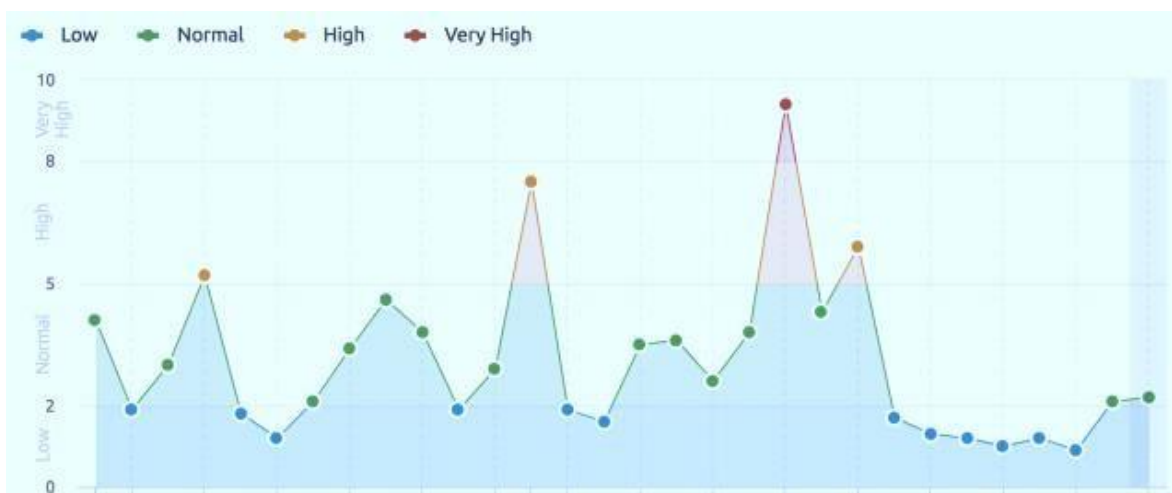


Figura 6. Grafiku i trafikut në procesion SEO Black Hat.



Burimi: ( RockContent Blog, 2020).

## **2.7. Algoritmet e Google dhe roli i tyre në SEO**

Algoritmet e Google janë një sistem kompleks i përdorur për të marrë të dhëna nga indeksi i tij i kërkimit dhe për të dhënë menjëherë rezultatet më të mira të mundshme për një pyetje. Motori i kërkimit përdor një kombinim të algoritmeve dhe faktorëve të shumtë të renditjes për të ofruar faqe në internet të renditura sipas rëndësisë në faqet e saj të rezultateve të motorëve të kërkimit. Megjithatë, Google në fillimet e saj ka punuar edhe pa këto algoritme, web-faqe kanë pasur mundësi që të shfrytëzojnë teknika të Black Hat SEO në mënyrë që të manipulojnë sistemin dhe të renditen sa më lartë, si rrjedhojë në vitin 2020 Google ka filluar të zbatojë teknika të reja të cilat e kanë ndryshuar në thelb funksionimin e makinerisë së kërkimit Google (Digital Solutions, 2021).

Mposhtë do të shtjellohen algoritmet kryesore që Google ka zhvilluar siç janë:

- Google Panda,
- Google HummingBird dhe
- Google RankBrain.

### **2.7.1. Google Panda**

Google Panda i referohet një azhurnimi të famshëm të algoritmit të kërkimit Google që u prezantua në shkurt të vitit 2011. Ky azhurnim ishte i madhe, i cili preku afërsisht 12% të të gjitha kërkimeve. Ashtu si të gjitha azhurnimet në algoritmin e Google, ai u krijuar për të larguar faqet e internetit me cilësi të ulët dhe për të promovuar faqet e internetit me cilësi të lartë. Google Panda është ndryshimi në algoritmin që vëzhgojmë dhe prek njerëz të shumtë që kanë faqe të vjetra në internet. Për të kuptuar mirë Google Panda, ajo ndihmon për të kuptuar detyrën kryesore të Google. Google Panda përfshin një proces matematik dhe shkencor që cakton një rezultat në faqet në bazë të sinjaleve specifike. Këto sinjale merren

nga sistemet e të mësuarit të Google dhe lidhen fort me cilësinë e përgjithshme të faqes në internet (Ismail & Jamil, 2014).

Qëllimi i domosdoshëm së krijimit të një algoritmit të tillë tregon edhe arsyejet kryesore pse Google erdhi me këtë lehtësim, të cilat disa prej tyre janë:

- **Përmbajtja me kualitet të vogël:** Web-faqe që ofrojnë një përmbajtje të cunguar me shumë pak vlera për përdoruesin dhe informacione të varfëria, gjithashtu këtu mund të ndikoj edhe përmbajtja e cila vjen nga burime të cilat nuk janë të besueshme. Google Panda i ka në shënjestër pikërisht këto lloj web-faqe, prandaj ky algoritëm ka për qëllim t'i vetëdijesohej këto web-faqe për të bërë punë më efikase.
- **Përmbajtja e dyfishtë:** Në këtë rast kemi të bëjmë me informacione të ngjashme të cilat përsëriten në web-faqe të ndryshme. Ky fenomen, përveç që mund të ndodhë në web-faqe të ndryshme, ka raste të web-faqe që përdorin përmbajtje të njëjtë edhe përbrenda të së njëjtës web-faqe. Zakonisht këtë veprim e bëjnë web-faqe që ofrojnë vetëm një veprimtari në vende të ndryshme që do të thotë pavarësisht që dallon vendi ku ushtrohet ajo veprimtari, përmbajtja e saj mbetet e njëjtë.
- **Përdorimi i tepërt i reklamuesve:** Në të shumtën e rasteve përdorimi i shumë reklamave është irituese për përdoruesin edhe nëse përmbajtja është shumë korrekte, prandaj Google Panda i ndëshkon këto web-faqe duke e ngadalësuar trafikun drejt tyre.
- **Web-faqe e ndaluar:** Këto janë web-faqe të cilat njerëzit i ndalojnë qëllimisht që të mos i vizitojnë më (Sweeny, 2012).

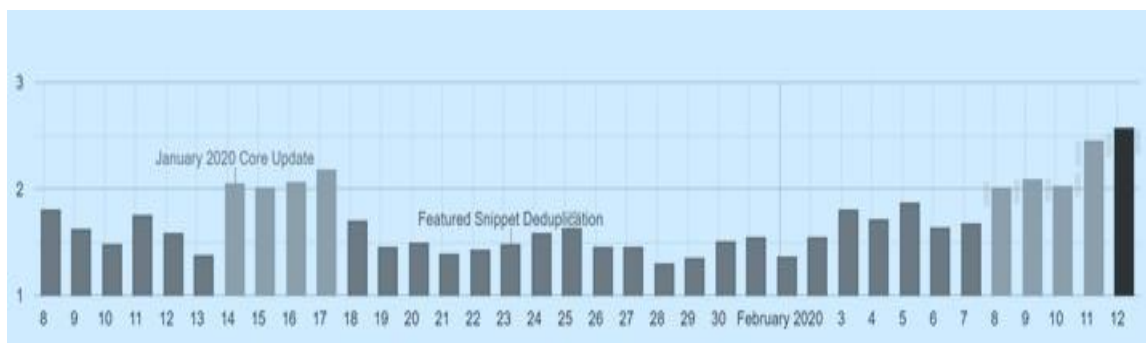


Figura 7. Stabilizimi i trafikut me ndihmën e Google Panda.

Burimi: (Ismail & Jamil, 2014).

## 2.7.2. Google HummingBird

HummingBird është një algoritëm krejtësisht e re. Ajo i afrohet pyetjeve të motorëve të kërkimit në një mënyrë krejt të re dhe inteligjente duke përdorur teknologjinë e re të kombinuar me tiparet e vjetra të algoritmeve ekzistues dhe është emëruar për shpejtësinë dhe saktësinë e saj. Algoritmi Google HummingBird është një rregullim i rëndësishëm në botën e SEO sepse ndikoi shumë në mënyrën se si motori i kërkimit interpreton faqet e internetit dhe gjetjen e rezultateve optimale për përdoruesit. Markat që duan të qëndrojnë të rëndësishme duhet të sigurohen që ata të kuptojnë se si të zgjedhin për kërkimin semantik ndërsa krijojnë përmbajtje që i shton vlerë përdoruesit (Lin & Yazdanifard, 2014).

Një nga qëllimet kryesor të HummingBird ishte të përkthente kërkimin semantik nga një koncept në një realitet dhe një që në fund të fundit do të bëhej standardi i kërkimit. HummingBird u përpoq të për afrojë më mirë qëllimin e vërtetë të kërkimeve, shembull për një pyetje ushqimi kineze atëherë përdoruesi do të marrë një sërë restorantesh lokale kineze për të zgjedhur, në vende se rezultatet për vendet më të mira për njerëzit që jetojnë në Kinë ose të dhëna të tjera të parëndësishme (Moz, 2013).

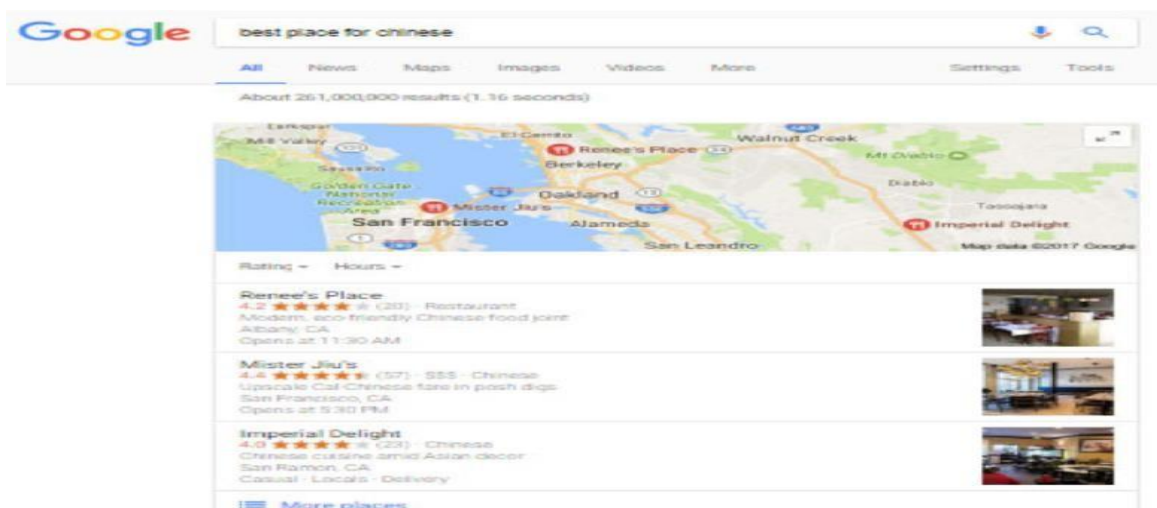


Figura 8. Qëllimi kryesorë i Google HummingBird.

Burimi: (Moz, 2013).

### 2.7.3. Google RankBrain

RankBrain është një përbërës i algoritmit thelbësor të Google që përdor të mësuarit makinerik (aftësinë e makinerive për të mësuar veten nga hyrjet e të dhënave) për të mësimit makiner të RankBrain është ai që e veçon atë nga azhurnimet e tjera. Për të “mësuar” algoritmin RankBrain për të prodhuar rezultatet të dobishme kërkimi, Google së pari “ushqen” atë të dhëna nga një larmi burimesh. Algoritmi pastaj e merr atë nga atje, duke llogaritur dhe mësuar vetë me kalimin e kohës për të përputhur një larmi sinjalesh me një larmi rezultatesh dhe për të porositur renditjen e motorëve të kërkimit bazuar në këto llogaritje (Search Engine Journal, 2021).

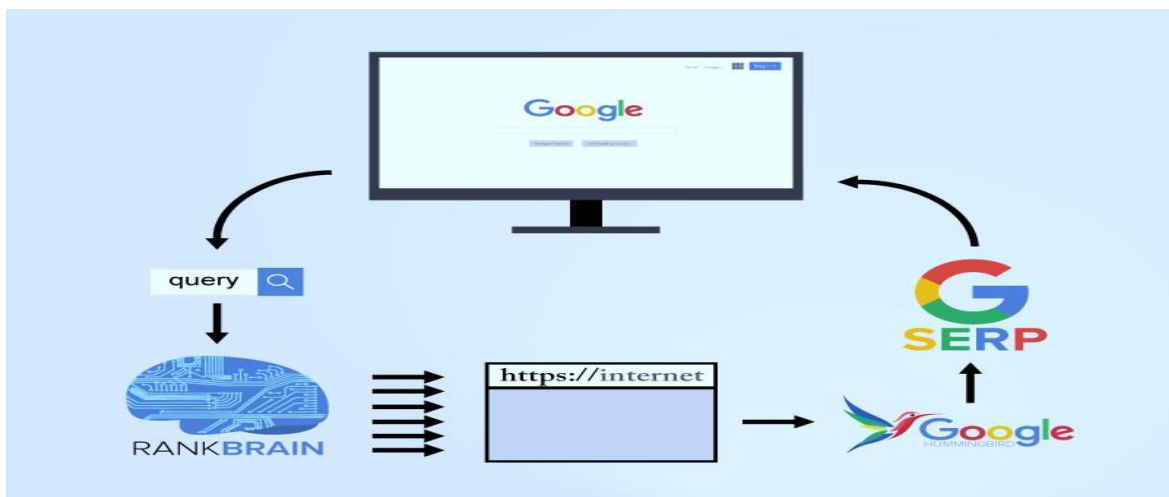


Figura 9. Procesi i Google RankBrain.

Burimi: (Search Engine Journal, 2021)

RankBrain pa dyshim që ka sjell për Google risi të veçanta si në punën se si funksionon mirëpo edhe në përmirësimin e rezultateve të punës të këtij gjigandi, veçoritë kryesore të kësaj algoritme janë:

- Veçanti e këtij modeli të algoritmit është se me faktin që ka inteligjencë artificiale, është në gjendje të mësojë vetën dhe në këtë mënyrë çdo herë të përmirësojë punën e

vet edhe në platformën offline. Madje Google ka potencuar se procesit të vetë-mësimit i kushton shumë vëmendje të veçantë në mënyrë që eksperiencia e përdoruesit të përmirësohet.

- Veçanti tjetër është se Google RankBrain krijon supozime paraprake të cilat vijnë nga informatat të cilat i merr nga historia e kërkimit e pastaj këto parashikime i teston dhe i vërteton përpara se të publikohen në platformën online, ky proces përsëritet çdo herë kur ndodh një kërkim i ri.
- Veçanti tjetër e Google RankBrain është që ky algoritëm i kthen fjalët dhe frazat në vektorë të veçantë siç e kemi përmend edhe më herët përmes teknologjisë Word2Vec. Në këtë mënyrë vektorët paraqesin reperezentim matematik se si fjalët janë të lidhura në mes veti, vlera dhe kuptimi i secilës fjalë merret duke i dërguar RankBrain shumë fjalë për të analizuar dhe nga këto fjalë algoritme fillon të mësoj lidhjen që kanë fjalët dhe grupet e fjalëve në mes njëra tjetrës.
- RankBrain përdorë formën më të ulët të inteligjencës artificiale (Fahimnia & Eltemasi, 2021).

### **3. DEFINIMI I PROBLEMIT**

SEO është një teknikë e marketingut digjital që kontribuon në përmirësimin e aksesit në internet. Në botën e globalizuar, njerëzit përdorin SEO, të tillë si Google për të gjetur ose ditur më shumë rreth shumë temave të ndryshme në një mënyrë të shpejtë dhe vizuale. SEO ka dy qëllime kryesore, e para është që t`ju ndihmojë të kuptohet se çfarë kërkojnë përdoruesit në internet në mënyrë që të krijohet përmbajtja me cilësi të lartë për të përmbushur qëllimin e tyre dhe e dyta është që t`ju ndihmojë të krijohet një faqe në internet që motorët e kërkimit mund të gjejnë, indeksojnë dhe kuptojnë përmbajtjen e saj.

Duke u bazuar në rëndësinë e SEO dhe rolin e saj në gjenerimin e trafikut të një web-faqe, ky projekt do të hulumtoj strategjitë e implementimit të procesit të SEO siç janë: Off page SEO, ON page SEO, White Hat SEO, Black Hat SEO, Ranking etj.

Ky punim gjithashtu do të përmbajë hulumtime, informata të përgjithësuar dhe të detajuara për marketing që zhvillohet përmes teknikës SEO. Pasi që në kohën e zhvillimit të teknologjisë informative të gjitha bizneset e mëdha, por edhe të vogla janë të varur nga sistemi i tyre i informacionit, pjesë e të cilës janë edhe web-faqe e tyre. Prandaj, duke u bazuar në këto rrethana, qëllimi primar i këtij hulumtimi është të analizohen elementet kryesore që duhet të merren parasysh kur planifikohet strategjia për SEO.

## 4. METODOLOGJIA

Metodologjia e kërkimit përfshin mbledhjen e të dhënave relevante nga metoda të ndryshme kërkimore dhe përpilimin e bazave të dhënave në mënyrë që të analizohen të dhënat dhe të arrihet ndërtimi i duhur i projektit hulumtues.

Metodologjitë e përdorur në këtë punim janë:

- **Metodologjia e kërkimit**, që përfshin mbledhjen e të dhënave relevante nga metoda të ndryshme kërkimore dhe përpilimin e bazave të t ë dhënave në mënyrë që të analizohen të dhënat dhe të arrihet ndërtimi i duhur i projektit hulumtues.
- **Metodologjia e analizës**, e cila është mbështetur në analizën logjike me anë të së cilës bëhet zbërthimi i elementeve kryesore që ndikojnë në marketing digjital përmes web-faqeve sipas teknikës SEO.

Si rast studimi do të paraqesim elementet më të rëndësishme që duhet të ndërmarrë kur planifikohet strategjia e SEO.

## 5. REZULTATET

Sipas rezultateve të hulumtimit që është bërë në këtë projekt në lidhje me SEO, kam ardhur në përfundim që elementet kryesore që duhet të ndërmarrë kur planifikohet strategjia e SEO janë:

- ✚ **Identifikimi i tregut të synuar:** SEO sot nuk ka të bëjë vetëm me kapjen e sa më shumë të trafikut, por në vend të kësaj tërheqjen e vizitorëve me vlerë të lartë të interesuar në atë që biznesi ofron. Për sa i përket demografisë, çfarë kërkon tregu juaj?, Si po kryejnë kërkimet në internet?, Ku ndodhen ato?. Sa më specifike të jenë përgjigjet e tuaja, aq më të vlefshme bëhen investimet në SEO. Google Analytics është një vend i mirë për të filluar hetimet.
- ✚ **Shumica e njerëzve kërkojnë në pajisjet mobile:** Nuk ka nevojë për statistika për të treguar se në vitet e fundit tregu i celularëve në internet ka shpërthyer, duke tejkaluar desktopet vite më parë. Optimizimi i faqeve të internetit për shfletuesit e celular është kritik nëse bizneset dëshirojnë të renditen më mirë në faqet e rezultateve të motorëve të kërkimit.
- ✚ **Motorët e kërkimit po zgjerohen:** Kur dikush përmend motorët e kërkimit, supozohet shpesh se automatikisht po flasim për Google? Gjigandi i teknologjisë ka një pjesë kaq të madhe të tregut sa që “Googling” është bërë një folje. Sidoqoftë, një pjesë e konsiderueshme e kërkimeve zhvillohet në faqe alternative, të tilla si Microsoft` s Bing. Prandaj, vetëm përmirësimi i angazhimit të mediave sociale dhe shtimi i etiketave Meta mund të jetë e gjitha që ju nevojitet për të rritur një gradë çifti në Bing.
- ✚ **Identifikimi i kërkesave të audiencës:** Ndryshimet në zakonet e kërkuesit janë zakonisht delikate, por do të ndikojnë se cilat fjalë kyçe do të jenë më të vlefshme për faqen tuaj. Në vend që të përqendrohemi në fjalët kyçe që ju sjellin më shumë trafik, duhet të përqendrohemi në ato që përkthehen në shndërrime, të ardhura dhe fitime.
- ✚ **Navigimi i thjeshtë mbretëron dhe përmbajtja cilësore është mbret:** Një web-faqe miqësore për përdoruesit, me informacion interesant dhe të lehtë për tu gjetur,



është ajo që do të rrisë trafikun. Çdo faqe duhet të ndërtohet rreth temave të fjalëve kyçe me përmbajtje unike, kështu që motorët e kërkimit mund të indeksojnë lehtësisht dhe t`ju rendisin më lartë. Sjelljet pozitive nga vizitorët e faqes janë mundësia më e mirë për renditje më të mirë, prandaj duhet pasur përmbajtje natyrale dhe të përqendruara në mënyrë që të mos dëmtohet renditja e saj.

✚ **Lidhjet për faqe janë jashtëzakonisht të vlefshme:** Kur një faqe në internet lidhet me faqen tuaj, motorët e kërkimit e konsiderojnë se një tregues që faqja juaj përmban përmbajtje të vlefshme. Jo shumë kohë më parë, marrja e dhjetarëve lidhjeve nga faqet me cilësi të ulët ishte gjithçka që duhet për të rritur renditjen tonë. Sot, vlera e një lidhje në faqen tuaj varet nga cilësia e faqes që lidhet me ju. Vetëm disa lidhje me biznesin tuaj nga faqet e trafikut të lartë do të bëjnë mrekulli për renditjen tuaj!

✚ **Mediat sociale kanë rol kryesor:** Media sociale është një platformë në zhvillim e sipër që ka ndryshuar nga një platformë themelore komunikimi në një kanal shumë fitimprurës të marketingut. Shumë përdorues fillojnë kërkimet e tyre në mediat sociale dhe shkojnë drejt faqes së një biznesi. Ndarja e përmbajtjes së azhurnuar, tërheqëse dhe të personalizuar do të tërheq më shumë njerëz në profilin tuaj dhe përfundimisht në faqen tuaj të internetit.

✚ **Vendosja dhe gjurmimi i qëllimit tuaj në SEO:** Monitorimi i renditjes tuaj në motorët e kërkimit është thelbësor për të arritur rezultatet më të mira. Filloni duke ndjekur matjet më të rëndësishme të faqes në internet për të vendosur një bazë për performancën tuaj. Bëni ndryshime të vogla në përmbajtje dhe shikoni nëse vëreni një rritje në trafikun ose renditjen e faqes tuaj. Shmangni bërjen e disa ndryshimeve pa lidhje njëkohësisht, në mënyrë që të mbani gjithmonë gjurmët e asaj që ishte përgjegjëse për përmirësimin e performancës.

## 6. DISKUTIME DHE KONKLUSIONE

SEO është procesi i bërjes së një faqe të lehtë për t'u identifikuar, lehtë për t'u kategorizuar dhe zvarritur. Në nivelin më themelor, SEO ndihmon konsumatorët të gjejnë biznesin tuaj në mes të mijëra apo miliona bizneseve të tjera dhe është një pjesë integrale e çdo strategjie të marketingut digjital. SEO synon të drejtojë përdoruesit në biznesin tuaj përmes platformave në internet.

SEO është një punë e vështirë dhe e lodhshme, e cila kërkon një kohë shumë të madhe për t'i bashkuar pjesët e shumta të enigmës. Rëndësia e SEO është kryesisht fakti që përmirëson dukshmërinë e faqes suaj të internetit. Në biznesin modern, shikueshmëria është gjithçka nëse bizneset dëshirojnë të ecin përpara. Njerëzit duhet të jenë në gjendje t'ju gjejnë dhe kjo nuk është një detyrë e lehtë, duke pasur parasysh numrin e konkurrentëve d.m.th. ata që duan të pozicionohen për të njëjtat fjalë kyçe. Kur të kuptohet rëndësia e dukshmërisë, do të jenë në gjendje të kuptojnë bizneset se si kjo reflekton tek ata. Duke filluar nga numri i vizitave në faqen e tyre të internetit, i cili është i pari që përmirësohet pasi të rritë shikueshmërinë, do të shohin se si ndikohen aspektet e tjera të biznesit, siç janë shitjet, reputacioni etj. Ajo që duhet të kenë në mendje bizneset është se optimizimi i motorëve të kërkimit është një punë afatgjatë, së cilës mund t'ju duhen muaj për të treguar ndonjë shenjë përmirësimi. Nuk ka zgjidhje dhe mjete të menjëhershëm, pavarësisht nëse dikush thotë ndryshe. Pavarësisht nga koha e nevojshme për të investuar në punën në SEO, rezultatet janë më të besueshme dhe më afatgjatë.

Pra, SEO i ndihmon përdoruesve të gjejnë atë që kërkojnë. Për t'u siguruar, ato rëndësinë rezultate më të mira së pari, duke kërkuar sinjalet e popullaritetit, autoritetit, relevantes, besimit dhe rëndësisë.

Për biznesin që dëshiron të implementoj strategjinë e SEO për optimizimin e web-faqes së tyre është e rëndësishme që të kërkojnë disa elemente nga kompania që duan t'a angazhojnë për implementimin e këtij procesi:

1. Suksesi i kaluar – është patjetër i rëndësishëm pasi që sukseesi varet nga eksperiencia apo sukseesi i asaj kompanie nga projektet e saj në të kaluarën.

2. Shërbime të personalizuar – është e rëndësishme sepse asnjëherë dy biznese nuk mund të jenë të njëjta me njëra tjetrën. Duhet të përzgjedhin një kompani e cila është e angazhuar që të hulumtoj edhe industrinë në të cilën ajo kompani ka target të hyj.
3. Puna kryhet “In-House” – është një term i cili nënkupton që kjo kompani nuk punon nga jashtë vendit për të kursyer para, sepse në këtë mënyrë ju nuk mund të kuptoni se në çfarë niveli punon kjo kompani

Çdo kompani duhet të kuptoj që implementimi i SEO është një investim i shëndetshëm nëse kjo bëhet në mënyrë të drejtë sepse ky investim mund të kthehet në rritje të konsiderueshme të të ardhurave duke pasur parasysh që ndikon në mënyrë direkte në rritjen e biznesit.

Indikacionet në bazë të kërkimeve statistikore të rolit të SEO-së në marketingun digjital, tregojnë se impakti i këtij procesi nuk është në rënie edhe për një kohë të gjatë sepse ky proces përveç tjerash me anë të teknikave të saj ndihmon në organizimin kulatitativ të web - faqes në atë mënyrë që për përdoruesin është shumë e lehtë të orientohet dhe të gjejë atë çfarë është dukë kërkuar.

## 7. REFERENCAT

- Ahrefs Blog. (2021). On-Page SEO: Complete Beginner`s Guide. Retrieved from: <https://ahrefs.com/blog/on-page-seo/#on-page-seo-basics>
- Castro, S., Silva, S.C. and Duarte, P., 2017. Do Digital Marketing really boost city tourism?
- Digital Doughnut. (2016). "What are heading tags and why do they help you rank in google?." Retrieved from: [What Are Heading Tags And Why Do They Help You Rank In Google? - Digital Doughnut](#)
- Digital Solutions. (2021). Shikueshmëria e Google, si të shfrytëzojmë algorimet. Retrieved from: <https://dokadigital.com/shikueshmeria-ne-google-si-te-shfrytezni-algoritmet/>
- Dover, D. and Dafforn, E., 2011. *Search engine optimization (SEO) secrets* (Vol. 141). John Wiley & Sons.
- Fahimnia, F. and Eltemasi, M., 2021. Comparative analysis of Iranian medical academic libraries websites the base Google SEO component. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(4), p.102354.
- Grappone, J. and Couzin, G., 2011. *Search Engine Optimization (SEO): An Hour a Day*. John Wiley & Sons.
- Gudivada, V.N., Rao, D. and Paris, J., 2015. Understanding search-engine optimization. *Computer*, 48(10), pp.43-52.
- HubSpot. (2020). Introduction to Search Engine Optimization. Retrieved from: <https://cdn2.hubspot.net/hub/53/file-13204607-pdf/docs/introduction-to-seo-ebook.pdf>
- Ismail, M., Jamil, I. and Jamil, R., 2014. Using SEO techniques Google Panda to Improve the Website Ranking. *International Journal of Engineering Works*, 1, pp.6-9.
- Kotler, P. and Kotler, M., 2012. *Market your way to growth: 8 ways to win*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Hessekiel, D. and Lee, N., 2012. *Good works!: Marketing and corporate initiatives that build a better world... and the bottom Line*. John Wiley & Sons
- Ledford, J.L., 2015. *Search engine optimization bible* (Vol. 584). John Wiley & Sons.

- Lin, C.O.Y. and Yazdanifard, R., 2014. How Google’s new algorithm, Hummingbird, promotes content and inbound marketing. *American journal of industrial and business management*, 2014.
- Lopezosa, C., Codina, L. and Gonzalo-Penela, C., 2019. Off-page SEO and link building: General strategies and authority transfer in the digital news media. *El profesional de la información (EPI)*, 28(1).
- Malaga, R.A., 2010. Search engine optimization—black and white hat approaches. In *Advances in Computers* (Vol. 78, pp. 1-39). Elsevier.
- Moon, C. and Seo, Y., 2005. Evolutionary algorithm for advanced process planning and scheduling in a multi-plant. *Computers & Industrial Engineering*, 48(2), pp.311-325.
- Mittal, M.K., Kirar, N. and Meena, J., 2018, October. Implementation of Search Engine Optimization: Through White Hat Techniques. In *2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN)* (pp. 674-678). IEEE.
- Moschini, S., 2012. Claves del marketing digital. *La nueva comunicación empresarial en el mundo*, 3(1).
- Moz. (2013). “Google HummingBird”. Retrieved from:  
<https://moz.com/learn/seo/google-hummingbird>
- Patil, V.M. and Patil, A.V., 2018, August. SEO: on-page+ off-page analysis. In *2018 International Conference on Information, Communication, Engineering and Technology (ICICET)* (pp. 1-3). IEEE.
- Rockcontent Blog. (2020). “What is Black Hat and how can this strategy”. Retrieved from: <https://rockcontent.com/blog/black-hat/>
- Search Engine Journal. (2018). “Step Process to Realize the Promise of SEO”. Retrieved from:  
<https://www.searchenginejournal.com/seo-process-promise/264047/#close>
- Search Engine Journal. (2021). “A Complete Guide to the Google RankBrain Algorithm”. Retrieved from:  
<https://www.searchenginejournal.com/google-algorithm-history/rankbrain/#close>

- Semrush Blog. (2020). “Black Hat SEO and White Hat SEO: What`s the Difference?”. Retrieved from:  
<https://www.semrush.com/blog/white-hat-vs-black-hat-seo-and-gray-hat-too/>
- Selman, H., 2017. *Marketing digital*. Ibukku.
- Sweeny, M., 2012. Optimizing websites in the post panda world. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 39(1), pp.17-19.
- Yalçin,N. And Kose, U., 2010. What is search engine optimization: SEO?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*,9, pp.487-493
- Zilincan, J., 2015, September. Search engine optimization. In *CBU International Conference Proceedings* (Vol. 3, pp. 506-510).

## **APPENDIXES**

### **Appendixes A: Përvoja e projektit**

Nuk ka asgjë më të mirë se një arsim të mirëfilltë. Përvoja dhe njohuritë e mësuar në Kolegjin UBT janë të paçmueshme për tërë jetën. Përveç kësaj, mësimet e nxjerra nga ky projekt përfundimtar do të ndihmojnë punët në të ardhmen në mënyrë më të mirë.

### **Appendixes B: Menaxhimi i projektit**

Menaxhimi i mirë i një projekti është i rëndësishëm në realizimin e një projekti të suksesshëm. Në fillim të projektit, i kam caktuar pikat në të cilën do të fokusohem më shumë projekti. Pastaj, i kam ndarë në detyra të vogla duke bërë që projekti të zhvillohej pa ndonjë problem të madh. Po ashtu, kjo metodë e punës më ka bërë të kontrolloj gjithmonë qëllimet kryesore të këtij projekti. Përderisa ishte më shumë punë teorike d.m.th. më shumë hulumtim rreth teknologjive.

Prandaj, një plan i planifikuar mirë, i realizueshëm dhe jo shumë i ndërlikuar por sa më shumë i thjeshtuar do të na mundësoj gjithmonë në implementimin e projektit me sukses.

### **Appendixes C: Shkrimi i raportit**

Nga ky projekt mësova shumë gjëra të rëndësishme rreth projektit në përgjithësi dhe njëra nga këto ishte edhe shkrimi i raportit. Në fakt nga ky projekt mësova se do të ishte më mirë të shkruajmë raportin pak nga pak gjatë hulumtimit. Kjo më vonë do të ndihmonte në shpejtimin e shkrimit më vonë.