

U savremenom digitalnom marketingu, posebno kada radite za velike kompanije poput **Coca-Cola**, **Philip Morris International** ili agencije poput **Four Dots**, međunarodni sajtovi moraju biti tehnički besprekorno postavljeni. Jedan od najvećih izazova je pravilno geotargetiranje i ovladavanje *hreflang* tagovima kako bismo sprečili da stranice namenjene globalnoj publici, poput engleskih (/en/) verzija, rankuju u specifičnim lokalnim pretragama, npr. u Srbiji.

Zašto tehnički SEO predstavlja temelj za uspeh internacionalnih sajtova?

Tehnički SEO je često zanemarena, ali neophodna osnova za efikasno geotargetiranje. Vaše internacionalne /en/ stranice mogu imati sjajan sadržaj, ali ukoliko serveri, arhitektura sajta i tagovi nisu pravilno konfigurisani, Google će teško razumeti koje stranice su relevantne za koje tržište.

Primer: Multinacionalne kompanije kao **Coca-Cola** ulažu značajne resurse u server audit i redirect mapping, jer greške u ovim oblastima mogu dovesti do mešanja rangiranja, što negativno utiče na korisničko iskustvo i prodaju.

Subfolder vs Subdomain: Šta je bolje za geotargetiranje?

Postoje dve glavne arhitekture za postavljanje internacionalnih verzija sajta:

- **Subfolder** (npr. example.com/en/)
- **Subdomain** (npr. en.example.com)

Prednosti i mane subfolder arhitekture

- **Link equity i autoritet:** Linkove i autoritet prebacujete direktno na glavni domen, što je idealno za lokalnu snagu.
- **Jednostavnije održavanje:** Jedan Search Console ID može pratiti sve verzije sajta.
- **Geotargeting u Google Search Console:** Google omogućava da podesite ciljanje po jeziku i regiji za određene foldere.

Prednosti i mane subdomain arhitekture

- **Potencijalno bolje za specifične tržišne kampanje:** Subdomeni mogu funkcionisati kao zasebni entiteti.
- **Više admin napora:** Svaki subdomen zahteva poseban Search Console nalog i SEO pažnju.
- **Delimično razdvajanje autoriteta:** Nije sav autoritet prenesen sa glavnog domena.

Kada razmišljate o tome kako izbeći da /en/ stranice rankuju u Srbiji, subfolder struktura često pruža veću kontrolu i bolju sinergiju u pogledu link equity-ja i napredne konfiguracije geotargetinga.

Link equity i autoritet: zašto ne smete da ih zanemarite?

U srži svih SEO strategija stoji link equity (autoritet stranice) koji je ključan za rangiranje. Podela na različite jezičke verzije sajta STVARNO funkcioniše samo ako razumete kako da zadržite i pravilno usmeravate taj autoritet.

Kompanije kao **Philip Morris International** često odvajaju lokalne i globalne verzije kako bi osigurale da linkovi sa srpskih sajtova idu na srpski podfolder (/sr/), a ne na /en/ verzije koje su namenjene internacionalnom tržištu.

- Pravilna interna link struktura, koja povezuje lokalne stranice sa lokalnim autoritetom.
- Korišćenje canonical tagova da biste sprečili duplikate sadržaja između subfoldera.
- Postavljanje 301 redirekcija prema relevantnim verzijama stranica.

Hreflang implementacija: zašto ovo NE sme da se rešava priručnim pluginovima i 'set and forget' metodama

Hreflang tagovi su ključni za geotargetiranje i signaliziranje Google-u koje jezičke i regionalne verzije sajta treba da se prikazuju korisnicima.

Pravilno postavljanje hreflang-a nije 'set and forget' proces. Česti problemi su:

- Loše implementirane ili neusklađene hreflang vrednosti, koje zbunjuju Google Search Console
- Napomene o greškama u Search Console koje se ignorišu, a otežavaju praćenje stanja sajta
- Nedostatak kontrole nad vlasničkim osnovama ili automatskim generisanjem tagova preko pluginova koji nisu dovoljno precizni

Four Dots i slične agencije stalno upućuju svoje klijente na redovne server audite i redirect mapping kako bi otkrili greške u hreflang implementaciji pre nego što problem preraste u značajan gubitak pozicija i saobraćaja.





Ključne preporuke za pravilno upravljanje hreflang-om:

1. Nakon početne implementacije, redovno pratite Google Search Console za greške i upozorenja vezana za hreflang.
2. Koristite server audit alate da proverite HTTP odgovore i redirect mape, kako biste se uverili da ne postoji slučajno masovno preusmeravanje na pogrešne verzije stranica.
3. Radite redirect mapping particionisano za različite regionalne verzije sajtova.
4. Ukoliko je moguće, izbegavajte automatizaciju bez ljudske kontrole – ljudski faktor je neminovan kod velikih setova podataka.

Kako da spojite sve: konkretni koraci za vašu kompaniju

Korak Opis Alati / Prakse 1. Server Audit Detaljna analiza servera za otkrivanje potencijalnih problema sa redirekcijama ili odgovorima servisa. Alati za server audit, npr. Screaming Frog, DeepCrawl 2. Redirect Mapping Kreirajte preciznu mapu svih 301 i 302 preusmeravanja po regionima i jezicima. Excel, Google Sheets, Custom redirect plan 3. Hreflang Implementacija Postavite hreflang tagove u skladu sa arhitekturom sajta (subfolder/subdomain). Ručni pregled koda, CMS podešavanja, Auditi 4. Povezivanje sa Search Consoleom Podesite regionalni targeting za foldere ili subdomene u Search Console i pratite izveštaje. Google Search Console Dashboard, Custom Integracije 5. Kontinuirani monitoring Redovno proveravajte greške, crawl budget i pozicije po regionima i jezicima. Custom Dashboard, API integracije, alerting sistemi

Zaključak

Ako želite da vaša /en/ stranica ne rankuje u Srbiji, ne oslanjajte se samo na površne SEO trikove ili jezičke filtere. Početak je u savršenoj tehničkoj bazi – neprobojnim server auditima, preciznom redirect mappingu i besprekornoj hreflang implementaciji. Uloga Search Consolea nije samo da alarmira, već i da vam pomogne da precizno razumete kako Google interpretira vaše geotargetiranje.

Upravo ovakve prakse su razlog zbog kojih kompanije kao **Coca-Cola**, **Philip Morris International** i digitalne agencije poput **Four Dots** ulažu značajne resurse u tehnički SEO za svaku regionalnu verziju sajta – jer bez temelja nema [abigailsultimatecolumns.lowescouponn](#) ni visokog rangiranja.

Nemojte dozvoliti da vaši /en/ foldere vide korisnici iz Srbije kao prve opcije u pretragama. Postavite osnovu da lokalno rangiraju lokalni foldere, dok /en/ verzije služe globalnoj publici – precizno, jasno i tehnički savršeno.