

Uvođenje SEO strategije za više tržišta zahteva mnogo više od prevoda sadržaja ili jednostavnog repliciranja sajta. Kompanije poput **Coca-Cola** i **Philip Morris International** uspešno upravljaju globalnim i regionalnim SEO kampanjama zahvaljujući precizno postavljenim ugovorima sa agencijama koje znaju kako da tehnički i strateški pristupe multi-market optimizaciji. U ovom tekstu ćemo detaljno objasniti šta je bitno uključiti u ugovor sa SEO agencijom kada imate prisustvo na više tržišta.

Tehnički SEO kao osnova

Nije retkost da se SEO fokusira pretežno na sadržaj i link building, [SEO audit checklist 2026](#) ali za uspeh na više tržišta je tehnički SEO neophodan kao čvrst temelj. Agencija mora biti primarno odgovorna za tehničke deliverables — to su ključne stavke koje treba precizno definisati u ugovoru.

- **Server audit:** Redovan pregled servera i performansi koji uključuje proveru brzine, dostupnosti i konfiguracije, kako bi se izbegli tehnički problemi koji mogu negativno uticati na rangiranje.
- **Redirect mapping:** Jasna mapa preusmeravanja koja omogućava da URL struktura bude konzistentna i da se site migracije ili promene na nivou URL ne odraze negativno na SEO.

Ovaj pristup omogućava da svi tehnički aspekti budu predvidivi i održivi u dugoročnom periodu. Samo tehnički dobro izvedena implementacija može garantovati da složeni sistemi sajta, kao što su oni na kojima radi **Four Dots**, funkcionišu besprekorno.

Arhitektura: subfolder vs subdomain

Kada govorimo o multi-market sajtovima, veoma je važno definisati koji model će se koristiti za regionalne ili lokalne segmente — subfolder ili subdomain.

Aspekt Subfolder (npr. site.com/fr/) Subdomain (npr. fr.site.com) Link equity i autoritet Deljen između tržišta, prednost za globalni autoritet Potencijalna fragmentacija linkova i autoriteta SEO upravljanje Centralizovan i jednostavniji monitoring Može zahtevati zasebne SEO strategije za svaki subdomain Hreflang implementacija Sažetija i lakša implementacija Teža za upravljanje i češće greške Tehnička kompleksnost Niža, bolje mapiranje redirect-a i server audit Viša, potrebna složenija infrastruktura

Agencija mora jasno definisati u ugovoru koju arhitekturu preporučuje i zašto, uključujući i obaveze oko održavanja i praćenja potencijalnih problema. Pre svega, važno je da ugovor predvidi i korišćenje alata i tehnika za precizno mapiranje i optimizaciju, kao što su *server audit* i *redirect mapping*.

Link equity i deljenje autoriteta

Jedna od najčešćih grešaka u multi-market SEO jeste ignorisanje kako link equity teče kroz različite verzije sajta. Link equity, odnosno vrednost linkova, mora se optimalno deliti između regionalnih segmenata kako bi svaki deo imao potencijal za organski rast.

- **Ugovorne obaveze oko link strategije:** Uključite definisanje načina na koji agencija planira da raspoređuje i optimizuje linkove između različitih verzija sajta.
- **Praćenje i analiza:** Ugovor mora da definiše reporting obaveze — kako se meri deljenje link equity, kojim alatima i koliko često se pružaju izveštaji.

- **Izbegavanje „set and forget“ modela:** Link profile treba aktivno pratiti, posebno u višet tržišnim okruženjima kako se ne bi fragmentirao autoritet i SEO vrednost.

Agencija koja insistira na pravilnom tehničkom izvođenju link strategije omogućava stabilan i održiv organski rast, što potvrđuju primeri velikih kompanija kao što su **Coca-Cola** ili **Philip Morris International**.

Hreflang implementacija i stalni maintenance

Jedan od tehnički najizazovnijih elemenata za web sajtove sa više tržišta je *hreflang* tag koji obezbeđuje da Google i drugi pretraživači pravilno prikazuju jezike i regionalne verzije sajta korisnicima.

Ključne stavke koje ugovor treba da pokrije u vezi sa hreflangom:

1. Precizna i dokumentovana implementacija — agencija mora u ugovoru garantovati upotrebu validnih i ispravnih hreflang labela prema preporukama Googlea.
2. Održavanje — hreflang nije „set and forget“. Mora biti definisano da će agencija redovno proveravati i ispravljati potencijalne greške.
3. Izveštavanje — ugovor treba da definiše reporting obaveze, uključujući periodične izveštaje o statusu i greškama pronalazenim u Google Search Console.
4. Upotreba alata za monitoring — agencija bi trebalo da koristi automatizovane alate za praćenje (uključujući crawlere i Google Search Console integracije) za visoku preciznost održavanja.

U današnje vreme, kada se tržišta mogu brzo menjati i agregacije sadržaja različitih jezika zahtevaju poseban monitoring, takav pristup je neophodan. Primeri iz prakse, kao što ih sprovede **Four Dots** u radu za velike regionalne brendove, jasno pokazuju da bez redovnog mantenimientoa hreflang tagova može doći do značajnih problema u vidljivosti.

SLA (Service Level Agreement) i Reporting obaveze

Izuzetno je važno da ugovor sadrži jasno definisane SLA odredbe koje obuhvataju:

- **Vremenske okvire odgovora na probleme:** Na primer, hitne tehničke popravke moraju biti rešene unutar 24-72 sata.
- **Reporting obaveze:** Detaljni izveštaji koji objedinjuju sve tržišta u jedinstveni dashboard, kao i mogućnost poređenja performansi na više nivoa.
- **KPI-jevi i metrike:** Definišu jasno očekivanja vezano za tehničke deliverables, uključujući server audit rezultate, status redirect mapiranja i stanje hreflang tagova.
- **Redovni sastanci i revizije:** Periodični pregledi postignutih rezultata i planova za unapređenje.

U suprotnom, bez ovih stavki lako dolazi do nedoslednosti i problema u koordinaciji između različitih regionalnih SEO timova i same agencije. Idealan ugovor omogućava da se izbegnu česte greške koje dovode do problema u Google Search Console i padova u organskom saobraćaju.



Zaključak

Kada pravite ugovor sa SEO agencijom za poslovanje na više tržišta, ključno je da tehnički deliverables ne budu tretirani kao „nešto što se podrazumeva“. Potrebno je detaljno definisati:

- Temeljni tehnički SEO rad sa server auditom i redirect mappingom
- Izbor i opravdanost arhitekture sajta (subfolder vs subdomain)
- Strategiju za link equity i autoritet u više regionalnih segmenata
- Implementaciju i kontinuirani maintenance hreflang tagova
- Precizne SLA i reporting obaveze, sa jasnim merljivim indikatorima

Samo takav ugovor može garantovati stabilnost i rast SEO performansi na globalnom ili regionalnom nivou. Kompanije poput **Coca-Cola**, **Philip Morris International** i agencije poput **Four Dots** već godinama pokazuju da je ovo jedini način za uspešan SEO posao u višet tržišnim uslovima.

