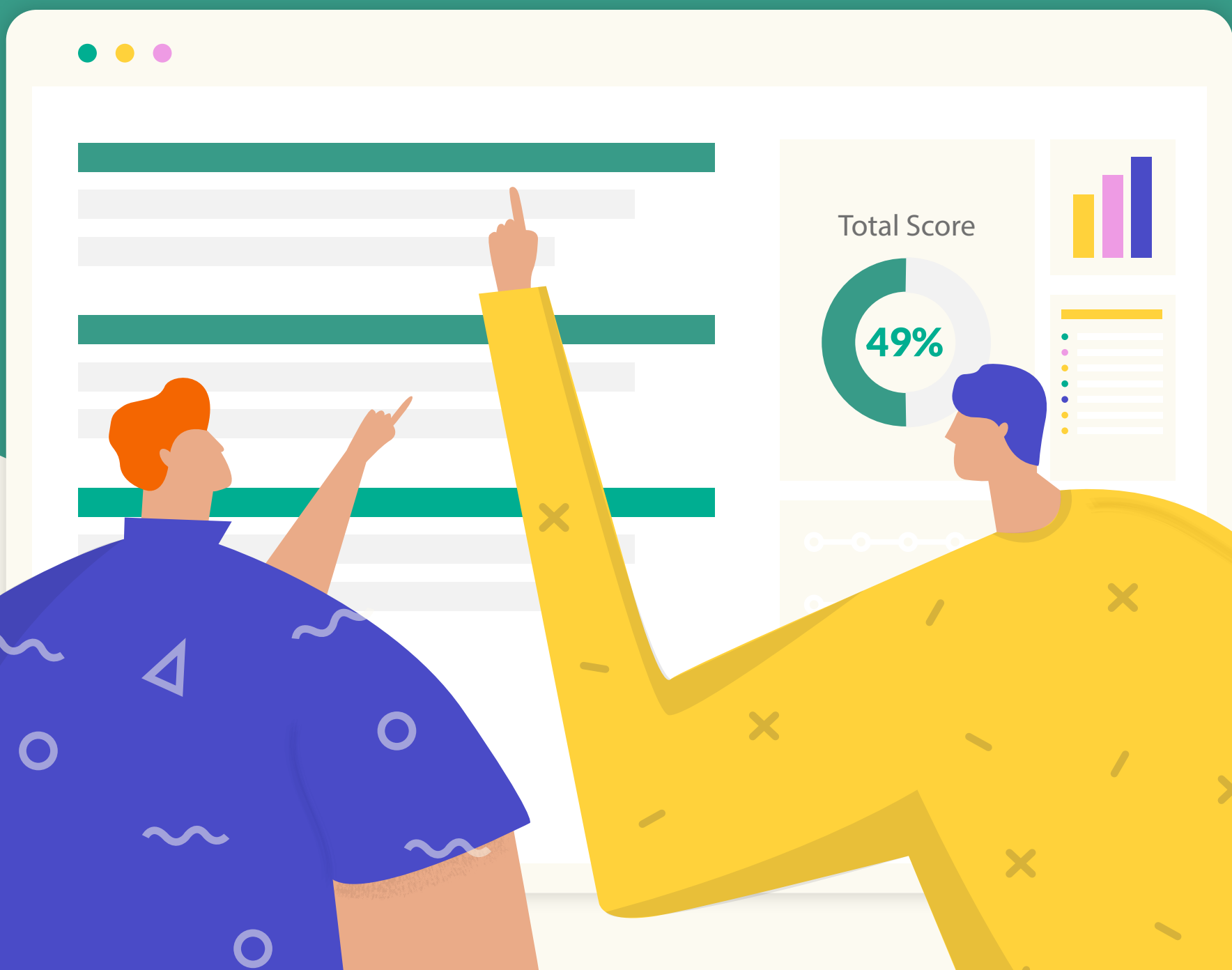


Skuteczne pozycjonowanie stron WWW

Kompletny poradnik



Spis treści

1	Czym jest pozycjonowanie stron - praktyczna definicja.....	4
2	Dlaczego pozycjonowanie stron ma znaczenie.....	6
3	Czym się różni pozycjonowanie stron od SEO.....	8
4	Działania SEO on-site.....	9
5	Działania SEO off-site.....	11
6	Pozycjonowanie lokalne (local SEO) - kto powinien się nim zainteresować?.....	13
7	Jakie efekty daje pozycjonowanie stron, czyli czego możesz się spodziewać?.....	13
8	Na jakim etapie projektowania i tworzenia strony www zająć się pozycjonowaniem oraz skąd wziąć (dobre) słowa kluczowe.....	14
9	Samodzielne pozycjonowanie stron a zlecenie pozycjonowania (agencja interaktywna, freelancer).....	21
10	Reklamy w wynikach wyszukiwania vs organiczne wyniki wyszukiwania (ruch płatny, ruch bezpłatny), czyli czym różni się CPC od SEO.....	23
11	Co ma wpływ na pozycję strony w wynikach wyszukiwania?.....	24
12	Kiedy pojawią się efekty pozycjonowania stron (czyli czy moja strona może znaleźć się w TOP-3 wyników w trzy dni)?.....	24
13	Co jeszcze powinieneś wiedzieć o pozycjonowaniu stron (dane strukturalne i Google Search Console).....	25
14	Narzędzia pomocne przy pozycjonowaniu stron.....	27
15	Kiedy opłaca się pozycjonowanie stron (efekty, cena, czas).....	29
16	Czym różni się pozycjonowanie strony zrobionej w CMS, a witryny zrobionej w kreatorze stron www (np. WebWave).....	29
17	Podsumowanie.....	30

Od WebWave

Dziękujemy, że zainteresowałeś się naszym e-bookiem. Oto kompletny poradnik, który pomoże Ci w skutecznym wypożyczonowaniu Twojej witryny. Został stworzony dzięki wiedzy i doświadczeniu specjalistów z WebWave.

WebWave to kreator stron internetowych, dzięki któremu samodzielnie stworzysz profesjonalną witrynę - bez konieczności kodowania. Możesz wykorzystać darmowe szablony lub stworzyć własny projekt od początku do końca. Dopracujesz ją z dokładnością do 1 piksela, aby wyglądała dokładnie tak, jak chcesz. Gotową stronę opublikujesz w internecie klikając w jeden przycisk! Aby dowiedzieć się więcej na temat naszego narzędzia, wejdź na www.webwavecms.com.

Pozycjonowanie stron to termin, który może wydawać się tajemniczy. W rzeczywistości nietrudno opanować podstawy pozycjonowania i zdecydowanie warto zająć się tym zagadnieniem.

W tym tekście znajdziesz odpowiedzi na najważniejsze pytania związane z pozycjonowaniem stron internetowych - od absolutnych podstaw, do bardziej zaawansowanych rozwiązań.

Niezależnie od tego czy chcesz zająć się samodzielnie pozycjonowaniem, czy zlecić je freelancerowi lub agencji interaktywnej - jeśli zależy Ci na sukcesie Twojej strony, przeczytaj ten e-book. Znajdziesz tu wszystko, co powinieneś wiedzieć, aby witryna znalazła się wysoko w wynikach wyszukiwania Google. Z tego narzędzia korzysta ponad 97% użytkowników sieci, dlatego właśnie dostosowanie strony do jej wymagań jest tak istotne.

Czym jest pozycjonowanie stron - praktyczna definicja

Pozycjonowanie stron internetowych to inaczej optymalizacja do potrzeb wyszukiwarek internetowych (od angielskiego Search Engine Optimization – SEO) i zadawanych przez ich użytkowników pytań. Pozycjonowanie (czyli SEO) jest jednym z elementów marketingu w wynikach wyszukiwania (SEM).

Celem pozycjonowania stron jest pojawienie się konkretnej strony lub podstrony na jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwania (od angielskiego Search Engine Results Page – SERP) na wybrane frazy (inaczej słowa kluczowe, ang. keywords). Środkiem do celu jest dostosowanie strony do sposobu analizy treści przez algorytmy (nazywane też robotami) Google.

Optymalizacja strony do potrzeb wyszukiwarek ma kilka celów:

- podwyższenie autorytetu strony (i domeny do niej kierującej);
- oferowanie konkretnych odpowiedzi na pytania zadawane przez użytkowników w oknie wyszukiwarki;
- tworzenie wartościowych treści;
- eliminację elementów obniżających autorytet strony.

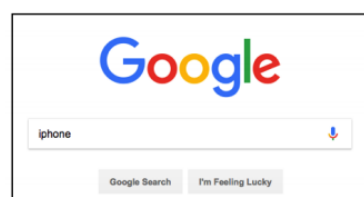
Według ostatniej wersji regularnie publikowanych wytycznych Google dotyczących jakości wyników wyszukiwania (Google Quality Rather Guidelines), kluczowym elementem pozycjonowania jest udzielanie przez stronę jak najlepszej odpowiedzi na zadane w wyszukiwarce pytanie. Dlatego podstawą optymalizacji jest stworzenie wysokiej jakości tekstów.

General Guidelines Overview

Welcome to the Search Quality Rating Program!

As a Search Quality Rater, you will work on many different types of rating projects. The General Guidelines primarily cover Page Quality (PQ) rating and Needs Met (NM) rating; however, the concepts are also important for many other types of rating tasks.

For brevity, we refer to "Search Quality Raters" as "raters" in these guidelines.



Buy cheap iPhones for cheap - BuyCheapIphones.123
www.buycheapiphones.123/buy-cheap-cheaper
Browse and buy iPhones on the web's number #1 cheap iPhone marketplace.
Register for FREE! Get cheap iPhones here.



Samo pozycjonowanie stron obejmuje wiele rodzajów działań:

Działania na stronie (zwane SEO on-site)

- optymalizację strony internetowej;
- dbanie o poprawność semantyczną kodu strony;
- umieszczanie na stronie dobrej jakości treści, odpowiadających na konkretne pytania;
- odpowiednia optymalizacja meta tagów; zrozumiała dla wyszukiwarek struktura strony.

Działania prowadzone poza stroną (zwane SEO off-site):

- pozyskiwanie dobrej jakości linków kierujących do strony (link building).

Wszystkie te działania mają jeden cel: **strona powinna wyświetlać się jak najwyżej w wynikach wyszukiwania po wpisaniu określonych wcześniej słów (lub fraz) kluczowych.** Więcej na ich temat przeczytasz w dalszej części tekstu.

Im wyżej Twoja strona jest w wynikach wyszukiwania na frazy, które jej dotyczą – tym lepiej.

Warto wspomnieć też o pozycjonowaniu lokalnym – skupionym na dotarciu do odbiorców w danej okolicy lub zadających pytania dotyczące konkretnego obszaru.

Użytkownicy często wpisują w wyszukiwarce „hydraulik Warszawa”, „hydraulik Katowice”, czy „hydraulik Poznań”. Dzieje się tak dlatego, że wiele osób chce zlecić usługę firmie działającej w ich okolicy. Dlatego tak ważne jest pozycjonowanie lokalne (czyli local SEO, o którym więcej dowiesz się w jednym z kolejnych rozdziałów).

The image shows a Google search results page for the query "tworzenie stron www". The search bar at the top contains the text "tworzenie stron www" and the Google logo. Below the search bar, there are navigation tabs for "Wszystko", "Filmy", "Mapy", "Wiadomości", "Grafika", "Więcej", "Ustawienia", and "Narzędzia". The search results show approximately 73,300,000 results in 0.52 seconds. The first result is from webwavecms.com, titled "Tworzenie stron internetowych - jak zacząć samodzielnie?". The second result is from pl.wix.com, titled "Wix.com: Tworzenie Stron WWW | Darmowy Kreator Stron ...". The third result is from home.pl, titled "Tworzenie Stron WWW - Projektowanie i budowa stron | home.pl". The fourth result is from www.empressia.pl, titled "Strony www Warszawa | sklepy internetowe | pozycjonowanie ...".



Wyniki wyszukiwania w Google na frazę kluczową "Tworzenie stron www"



Dlaczego pozycjonowanie stron ma znaczenie

Odpowiedź jest prosta. Pozycjonowanie stron zapewnia najczęściej dobrej jakości bezpłatny (bez konieczności wykupowania reklam) ruch. Za ten ruch odpowiadają użytkownicy, którzy trafiają na Twoją stronę "organicznie" w poszukiwaniu informacji.

Dobrej jakości ruch i odpowiedzi na konkretne pytania

Wyszukiwarka to przede wszystkim narzędzie, dzięki któremu użytkownicy chcą zdobyć konkretne informacje - na przykład o historii stron internetowych. Wpisują wtedy w okno wyszukiwarki odpowiednie zapytanie (w tym wypadku będzie to prawdopodobnie po prostu „historia stron internetowych”).

Innymi słowy:

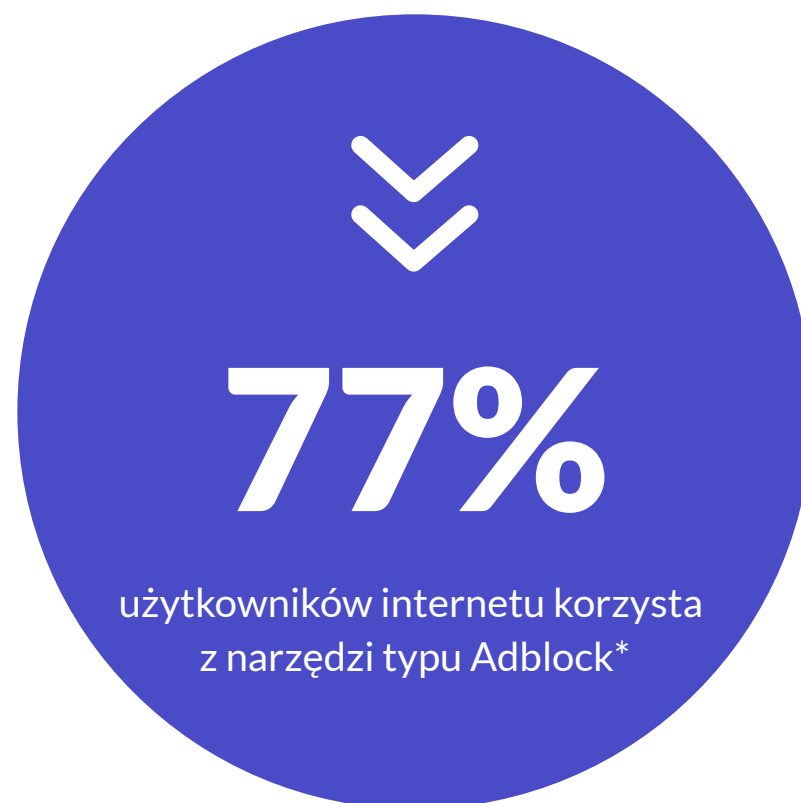
użytkownicy, którzy wpisują konkretne frazy w wyszukiwarkę, chcą się dowiedzieć więcej na dany temat. Mają więc potrzebę, którą Twoja strona może zrealizować.

To właśnie takich użytkowników powinienesz przyciągnąć na swoją witrynę. Musisz ich też zatrzymać na niej jak najdłużej. Google nisko ocenia strony, na których średni czas sesji (czyli przebywania na stronie) jest krótki.

Premiuje za to takie, na których użytkownicy zatrzymają się na dłużej. Jeszcze lepiej, jeśli odwiedzą kilka podstron. Oznacza to, że są na niej treści, które dobrze odpowiadają na pytanie osób korzystających z wyszukiwarki. Jeśli osiągniesz taki efekt, możesz sobie pogratulować. Naprawdę wartościowych stron jest w sieci niewiele, więc udało Ci się znaleźć w czołówce najlepszych.

Blokowanie reklam

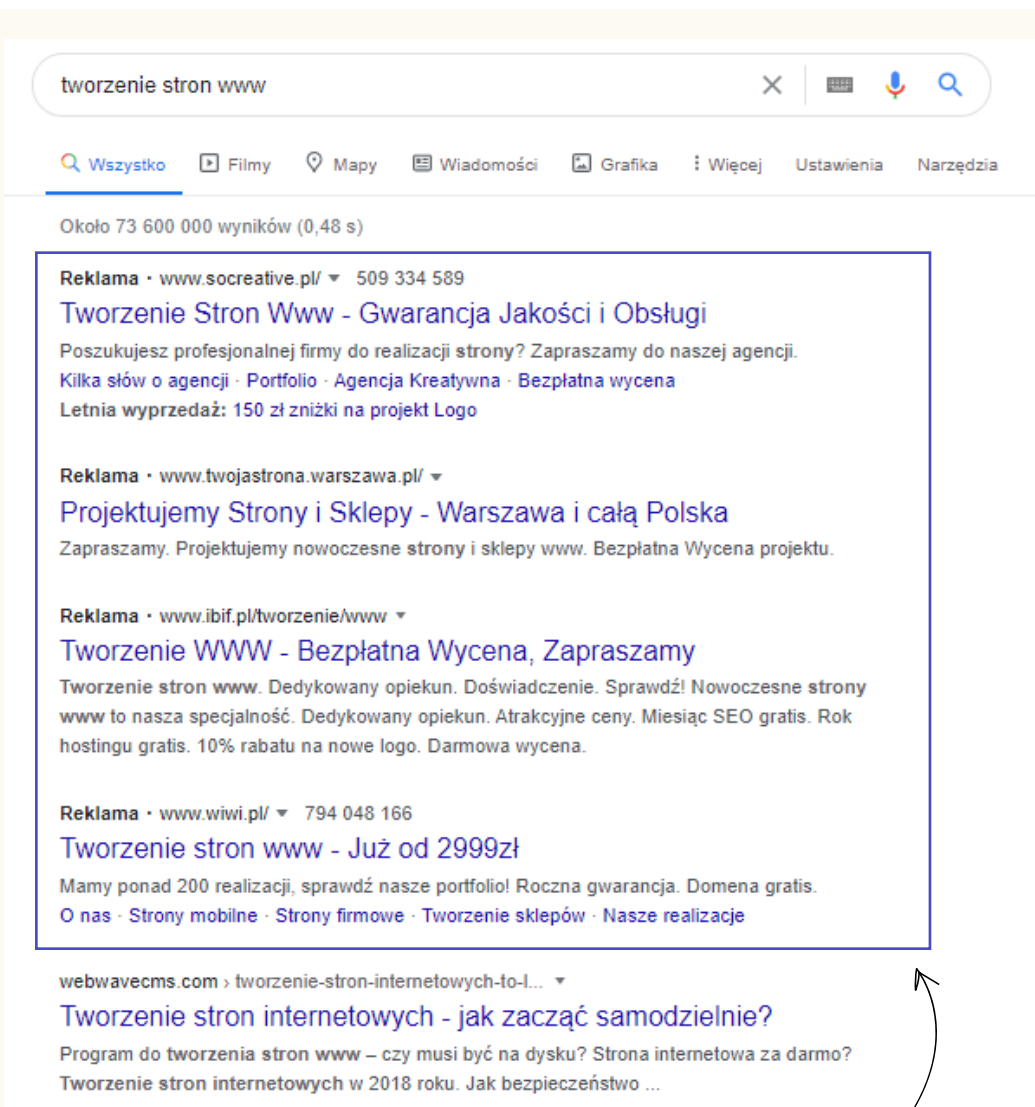
Kolejnym ważnym powodem, dla którego powinienesz zainteresować się pozycjonowaniem, jest oprogramowanie blokujące reklamy, na przykład Adblock.



*Według badań (2018 r):
https://www.researchgate.net/publication/324227406_Adblock_Usage_in_Web_Advertisement_in_Poland

Oznacza to, że 77% użytkowników nie widzi między innymi płatnych wyników wyszukiwania, które standardowo pojawiają się na samym początku listy.

Zobaczą oni za to organiczne, czyli bezpłatne wyniki wyszukiwania. Dlatego warto zrobić wszystko, żeby znaleźć się w nich jak najwyżej.



Płatne wyniki wyszukiwania, które nie wyświetlają się użytkownikom korzystającym z programów blokujących reklamy.

Darmowy ruch na stronie

Jeśli poświęcisz wystarczająco dużo czasu i środków na stworzenie wysokiej jakości treści na stronę, użytkownicy sami będą chcieli korzystać z Twojej witryny. Dobre teksty, infografiki czy materiały wideo sprawiają, że użytkownicy pozostaną na Twojej stronie dłużej. Będzie to sygnał dla algorytmów Google, że jej treść jest wartościowa dla odbiorców.

Skuteczne pozycjonowanie stron www

Witryna otrzyma lepszą ocenę i pojawi się wyżej w wynikach wyszukiwania. To z kolei przełoży się na jeszcze większy ruch na stronie i dalszą poprawę jej wyników. Poza tym, witryny z dużym udziałem ruchu organicznego (czyli bezpłatnego) są oceniane przez Google wyżej, niż podobne strony, które zdobywają ruch przede wszystkim za pomocą reklam.

Podsumowując, lepiej przeznaczyć czas i pieniądze na stworzenie wartościowych treści, niż wydawać je na promocję kiepskiej strony, która nie przyniesie korzyści użytkownikom. Pamiętaj! Content is the king!

“Długi ogon” czyli treści, które zawsze przyciągają użytkowników

Wartościowe artykuły na blogu, poradniki czy długie artykuły, które całościowo opisują dane zagadnienie – tego typu treści zapewniają ruch na stronie na długo po publikacji. Bez promocji, wydatków na reklamy ani szczególnych starań z Twojej strony.

Szczególnie wartościowe teksty mogą nawet stać się głównym źródłem ruchu na Twojej stronie. Dlatego warto o nie dbać. Powinny być często aktualizowane, rozbudowywane i uzupełniane o nowe źródła. Dzięki temu będziesz miał pewność, że ich wartość dla użytkowników nie spadnie.

Czym się różni pozycjonowanie stron od SEO

Przyjęło się, że pozycjonowanie strony to działanie off-site (poza stroną), a SEO, czyli optymalizacja strony do potrzeb wyszukiwarek, to działanie on-site (na stronie). Tak też mówi Wikipedia. Nie oznacza to jednak, że strona, na której prowadzisz tylko działania on-site, nie ma szans się pozycjonować.




Jeden z popularnych mitów o SEO mówi, że liczą się (niemal wyłącznie) linki. W rzeczywistości jest inaczej. Działania SEO polegają w dużej mierze na tworzeniu jak najlepszych treści na stronie. Działanie algorytmów wyszukiwarek (na przykład RankBrain) są coraz doskonalsze i oceniają strony pod kątem ich atrakcyjności dla użytkowników.

Jeśli więc na swojej stronie masz dobrej jakości treści, to strona ta wypozycjonuje się dobrze. Oczywiście pomoże w tym też między innymi wysoki autorytet domeny czy duża ilość linków zewnętrznych.





Możemy więc założyć, że SEO na stronie jest częścią pozycjonowania. W końcu ma niemały wpływ na pozycję strony w wynikach wyszukiwania.

SEO / POZYCJONOWANIE

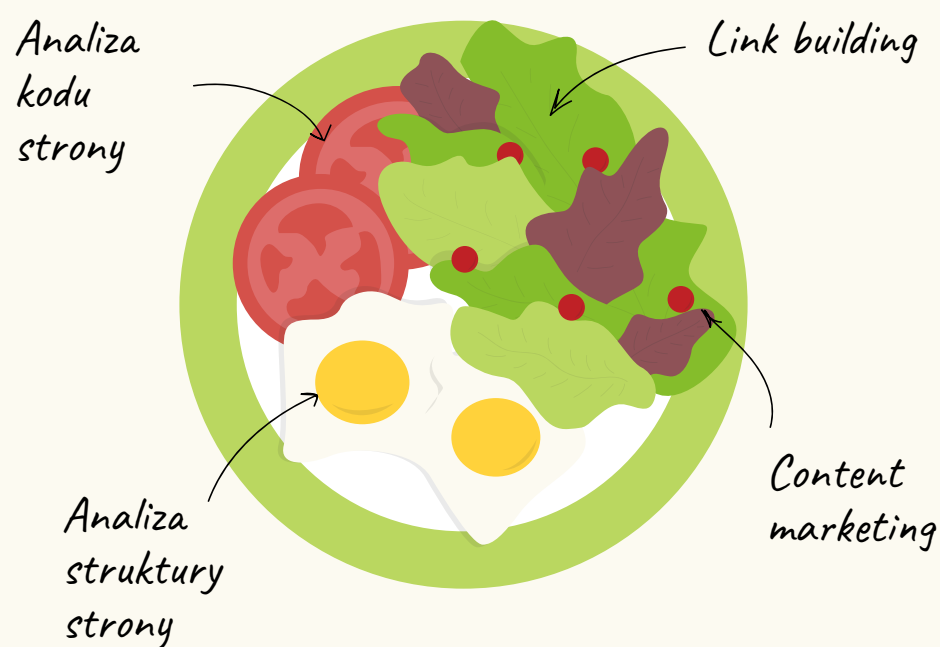
Działania z zakresu SEO

-  Optymalizacja struktury strony
-  Optymalizacja kodu strony
-  Optymalizacja treści strony

Działania z zakresu pozycjonowania

-  Link building
-  Content marketing
-  Research fraz kluczowych
-  Analiza SEO

SEO + POZYCJONOWANIE



Działania SEO on-site

Jeśli chcesz wypozycjonować nową stronę, masz ułatwione zadanie, ponieważ już na etapie jej tworzenia możesz dostosować ją do działania algorytmów Google.

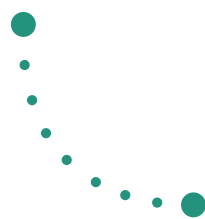
W przypadku strony, która już funkcjonuje, musisz zacząć od **audytu SEO**. Dzięki niemu dowiesz się, co wymaga poprawy.

Analiza SEO podstrony Strona główna

To narzędzie służy do sprawdzenia jak Twoja podstrona lub artykuł jest zoptymalizowany pod wyszukiwanie w wyszukiwarkach (SEO). Aby dowiedzieć się więcej o SEO polecamy zapoznać się z [poradnikiem do SEO](#).

Fraza kluczowa (tu wpisujesz na jaką frazę chcesz się pozycjonować)

73 Możesz to zrobić lepiej! 6/22 rzeczy wymaga poprawy. Zobacz szczegółowy raport aby dowiedzieć się co możesz poprawić.



Szczegółowy raport:

- Opublikowanie strony pod własną domeną
- Meta tytuł
- Meta opis
- Obecność frazy kluczowej w meta tytule
- Nagłówek H1
- Nagłówek H2

Kolejnym krokiem będzie oczywiście praca nad optymalizacją strony pod kątem technicznym i wizualnym, a także (a może przede wszystkim) pod kątem treści.

DARMOWE NARZĘDZIA DO ANALIZY SEO

- Google Analytics
- Google Search Console
- Woorank
- Screaming Frog
- Siteliner



Audyt SEO pozwala upewnić się, że analizowana strona nadąża za najnowszymi zmianami, a jej widoczność w Google nie pogarsza się. Co więcej, dogłębna analiza umożliwi nie tylko utrzymanie pozycji strony, ale też poprawę jej wyników.



Lista działań na stronie jest bardzo długa. Oto najważniejsze elementy, na które musisz zwrócić uwagę:

- stworzenie dobrej struktury strony;
- wybór programu do tworzenia stron, który pozwala na pozycjonowanie (o tym za chwilę);
- tworzenie dobrej jakości treści, odpowiadających na konkretne pytania i prezentujących temat przekrojowo (na przykład dzięki LSI keywords);
- linkowanie wewnętrzne (cornerstone content);
- praca nad nagłówkami i właściwą hierarchią typograficzną;
- dbanie o dobry user experience strony;
- poprawna struktura linków (sługów);
- optymalizacja kodu i przyśpieszenie strony;
- stworzenie strony przyjaznej urządzeniom mobilnym (responsywnej) – zwłaszcza w kontekście Mobile-First Indexing.

W dalszej części tekstu znajdziesz konkretne wskazówki, które pomogą Ci w działaniach on-site. Dowiesz się między innymi, czym są dane strukturalne i gdzie warto umieszczać słowa kluczowe.

ON-SITE SEO CHECKLIST

- Jakość treści
- Meta tytuł i opisy stron
- Stosowanie nagłówków H1-H3
- Elementy multimedialne i używanie alt-tagów
- Jakość treści
- Optymalizacja adresów URL
- Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne
- Optymalizacja adresów URL
- Szybkość ładowania strony
- Responsive web design (RWD)
- Mobile-First Indexing



Działania SEO off-site

Tu lista zadań jest znacznie krótsza i skupia się głównie na zdobywaniu linków prowadzących do strony. Jest to ważny element pozycjonowania. Dlaczego?

Linki prowadzące do Twojej witryny są jak znajomi polecający komuś jakiś produkt lub usługę. Im więcej takich poleceń (czyli zadowolonych osób), tym lepsza opinia o konkretnej stronie. A to istotny wskaźnik dla algorytmów wyszukiwarek.

Oznacza on, że Twoją stronę poleca wiele innych witryn. Jest więc wartościowa, czyli powinna się znaleźć wysoko na liście wyników wyszukiwania. Musisz jednak pamiętać o jednej rzeczy: nie wszystkie linki są sobie równe, a jakość tych, które prowadzą do Twojej witryny, ma ogromne znaczenie.

Typy linków

Linki dzielimy przede wszystkim na **nofollow** i **dofollow**. To dwa najpopularniejsze atrybuty, które towarzyszą linkom, najczęściej po znaczniku „rel” w kodzie strony. Każda strona ma w oczach wyszukiwarek większy lub mniejszy autorytet. Linki dofollow pochodzące od stron z wysokim autorytetem zwiększają autorytet strony, na którą prowadzą. Linki nofollow nie wpływają na autorytet strony docelowej.

Nie zmienia to faktu, że nawet linki nofollow mają pewien (ale nieduży) wpływ na pozycję strony. Atrybut nofollow jest dodawany automatycznie do komentarzy pod blogami i w wielu innych miejscach.

Niedawno Google wprowadził dwa nowe atrybuty linków, które mają za zadanie uzupełniać atrybut nofollow, czyli:



rel="sponsored" . Używa się go do oznaczania treści sponsorowanych, reklam czy materiałów objętych umową barterową;



rel="ugc" - stosowany w przypadku treści stworzonych przez użytkowników (user-generated content), czyli na przykład komentarze czy posty na forum;



rel="nofollow" - to atrybut, który pozostaje w użyciu w przypadkach, kiedy nowe typy odnośników nie mają zastosowania a chcesz zaznaczyć, że link prowadzący do danej strony nie ma być analizowany przez algorytm wyszukiwarki.

Takie zasady linkowania mają za zadanie pomóc wyszukiwarce w dokładniejszej analizie linków. Pomogą też w przebadaniu większej ilości odnośników.

Jak zdobywać linki kierujące do strony (dofollow)?

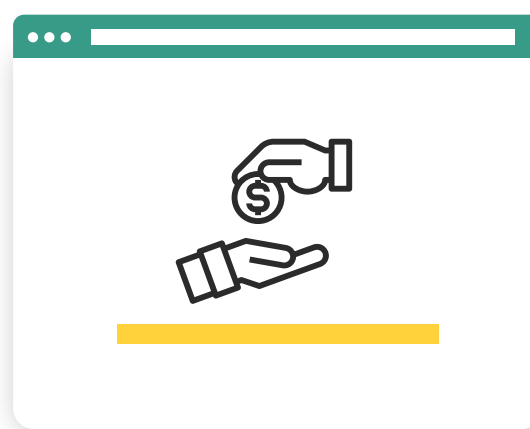
Strategii jest kilka, a wybór konkretnego rozwiązania zależy przede wszystkim od tematyki Twojej strony. Dobrą praktyką jest tworzenie oryginalnych treści, które potem są linkowane przez innych właścicieli stron ze względu na to, że przyciągają użytkowników. Taka strategia to link baiting - jedno z działań white hat SEO, czyli dobrych praktyk przy pozycjonowaniu strony.

Najpopularniejsze strategie white hat SEO to:

- dobry wybór słów kluczowych związanych z tematyką strony;
- optymalizacja metatagów (czyli tytułów i opisów stron);
- tworzenie dobrej jakości (unikalnych) treści na stronie i stosowanie LSI keywords;
- optymalizacja strony pod kątem klikalności (czyli click-through rate);
- optymalizacja kodu strony i jej user experience;
- dostosowanie stron do potrzeb urządzeń mobilnych;
- dodawanie zgodnych z treścią opisów alternatywnych obrazów;
- przemyślane linkowanie wewnętrzne (cornerstone content);
- korzystanie z narzędzi do strukturyzowania danych na stronie (np. Schema).

Warto też zainteresować się współpracą z właścicielami stron www, którzy działają w Twojej branży. Załóżmy, że prowadzisz warsztat samochodowy. Możesz na swojej stronie linkować do witryny dystrybutora części, który w zamian za to umieści odnośnik do Twojej strony. Jest też wiele portali lokalnych, które chętnie linkują do stron okolicznych firm.

Możesz również zdecydować się na wykupienie linków czy artykułów sponsorowanych. Większość działających komercyjnie portali oferuje taką możliwość. Pamiętaj przy tym, że na jakość linków mają wpływ domeny odsyłające. Ważne jest to, czy odnośniki kierujące na Twoją witrynę pochodzą ze stron lub tekstów dotyczących bezpośrednio tematu Twojej strony. Link dofollow ze strony o ogrodnictwie, kierujący do strony o nasionach, ma większą wartość niż odnośnik pochodzący ze strony o samochodach, który kieruje do witryny o meblach łazienkowych.



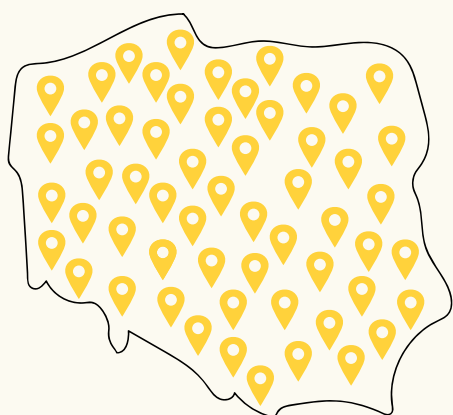
Niewskazane jest spamowanie (reklamowanie się) linkami w komentarzach pod artykułami na zewnętrznych portalach. Takie działanie może negatywnie wpłynąć na ocenę Twojej strony przez Google.

Pozycjonowanie lokalne (local SEO) - kto powinien się nim zainteresować?

Istotnym elementem budowania marki biznesu lokalnego jest tak zwane pozycjonowanie lokalne, czyli local SEO. Polega ono na dostosowaniu strony do zapytań dotyczących konkretnego regionu czy miasta. Efektem tego jest pojawianie się strony w wynikach wyszukiwania na odpowiednie zapytania, takie jak „kawiarnia Jeżyce” czy „kawa w Poznaniu”. Tego typu zapytań jest coraz więcej, a dostosowanie strony do nich nie jest trudne. Jeśli mowa o local SEO istotnych jest kilka rzeczy):

- obecność strony w Google Moja Firma;
- dane strukturalne na stronie;
- optymalizacja meta tagów i treści na stronie, która sygnalizuje wyszukiwarkom, że dotyczy ona konkretnych usług w danej okolicy;
- obecność na portalach oceniających usługi (coraz ważniejsze!).

Kawiarnia

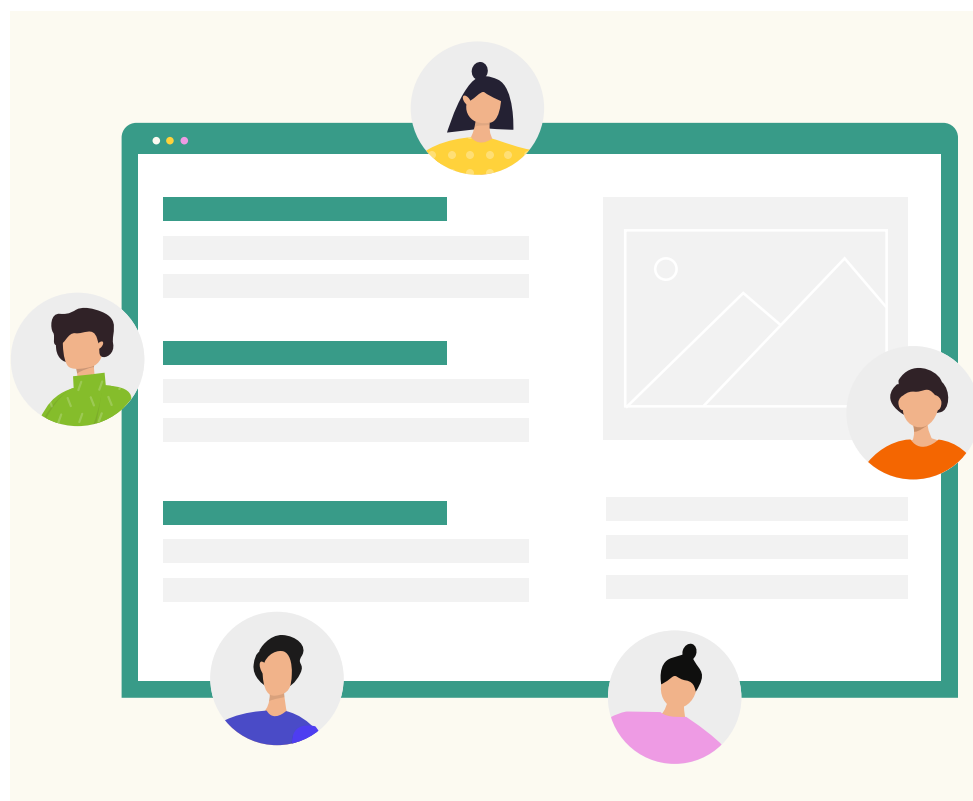


Kawiarnia w Poznaniu



Jakie efekty daje pozycjonowanie stron, czyli czego możesz się spodziewać?

Efektom dobrze przeprowadzonego pozycjonowania strony jest oczywiście duży ruch organiczny (bezpłatny) na stronie. Do tego dochodzą inne korzyści, takie jak wyższa rozpoznawalność marki i zdobycie uwagi większej grupy odbiorców. W pozycjonowaniu chodzi jednak też o dotarcie do odbiorców, którzy szukają konkretnych informacji, usług lub rozwiązań.



Niestety – nie zawsze najlepsza oferta wygrywa w wynikach wyszukiwania. Na ich czele znajdzie się najlepiej wypożyczonowana strona. Dlatego jeśli masz do zaoferowania coś wartościowego, koniecznie zajmij się optymalizacją strony pod kątem SEO. Dzięki temu uda Ci się dotrzeć do naprawdę szerokiego grona odbiorców.

Na jakim etapie projektowania i tworzenia strony www zająć się pozycjonowaniem oraz skąd wziąć (dobre) słowa kluczowe?

Odpowiedź na pierwsze pytanie jest prosta: na każdym. O pozycji strony w wynikach wyszukiwania powinieneś pomyśleć już na etapie jej projektowania. Jeśli jednak wcześniej nie zwróciłeś uwagi na ten aspekt, albo dotychczasowe działania nie przyniosły spodziewanych rezultatów - nic straconego.

Zmiany w witrynie możesz przeprowadzić w dowolnym momencie. Jest to nie tylko możliwe, ale nawet konieczne. Pozycjonowanie strony to proces ciągły. Algorytmy Google cały czas ewoluują, a pytania użytkowników zmieniają się. Podczas optymalizacji witryny powinieneś zwrócić uwagę zwłaszcza na słowa kluczowe, czyli wyrażenia wpisywane przez użytkowników wyszukiwarki w celu znalezienia konkretnych informacji.

najlepsze kawiarnie Poznań | 

10 najlepszych kawiarni w Poznaniu

Ranking najlepszych kawiarni. Gdzie wypić najlepszą kawę

Gdzie wypić kawę w Poznaniu?

Najlepsze miejsca na kawę i ciasto w Poznaniu!

Najlepsze Kawiarnie Poznań

Zobacz ranking 20 najlepszych kawiarni w mieście.

Wyszukiwanie słów kluczowych – skąd je wziąć i jak dopasować do strony (praktyczne strategie SEO)

Jest kilka naprawdę dobrych praktyk związanych z wyborem dobrych fraz kluczowych:

- analiza strony pod kątem jej celu i grupy docelowej, do której jest skierowana;
- sprawdzenie działań konkurencji i podpatrzenie wybranych słów kluczowych;
- monitorowanie reklam pojawiających się na konkretne zapytania.

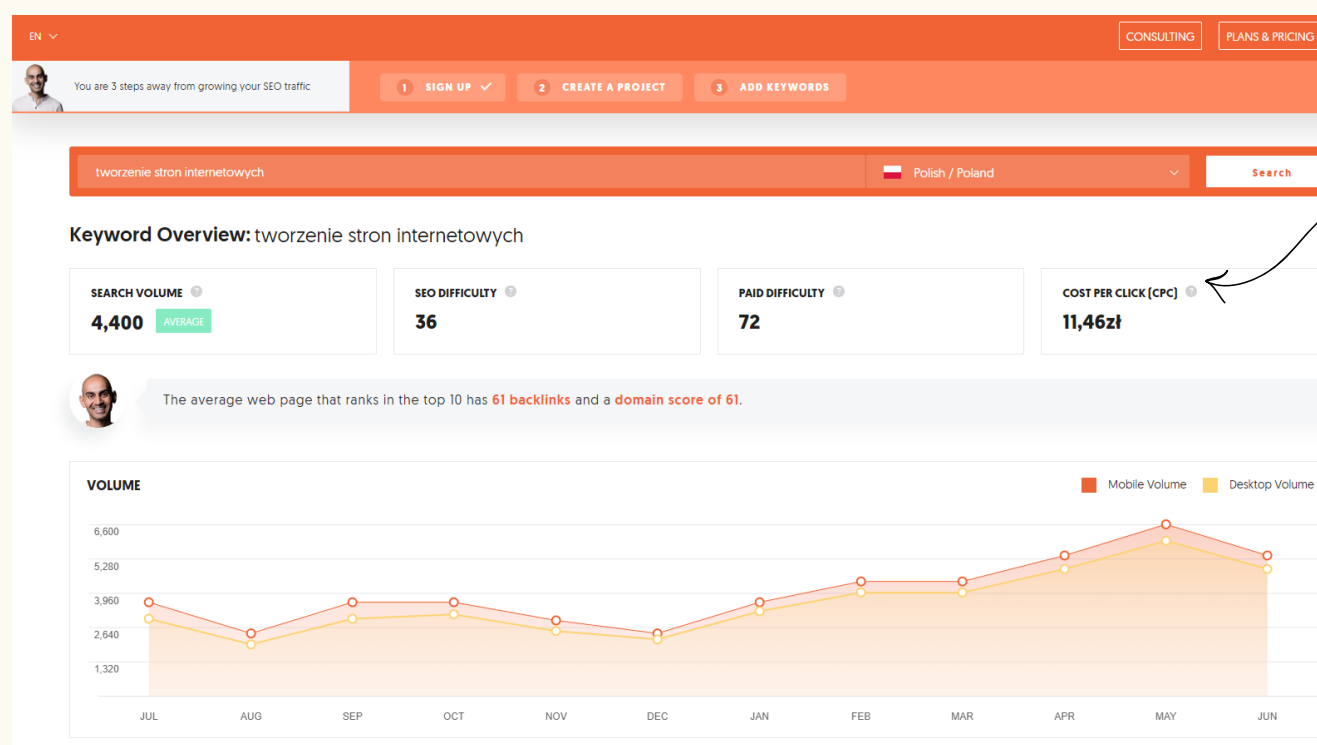
Każdy z tych sposobów podsunie Ci inne pomysły na dobre słowa kluczowe. Warto przy okazji zastanowić się nad najskuteczniejszym opakowaniem ich w treść.

Wybór słów kluczowych dla nowej strony (od czego zacząć, na co zwrócić uwagę i co znaczą szacowane wyszukiwania)?

Jeśli dopiero pracujesz nad stroną (lub planujesz jej stworzenie), masz ułatwione zadanie. Na samym początku tworzenia strategii SEO musisz dokładnie określić, o czym ma być Twoja witryna.

Jeśli określiłeś już temat strony, wypisz związane z nim wyrażenia (w formie równoważników zdań, czyli np. „tworzenie stron internetowych”, „jak zrobić stronę www”. To pomoże Ci określić punkt wyjścia do tworzenia zestawu słów kluczowych, na które chcesz pozycjonować swoją stronę.

Kolejnym krokiem jest wpisanie tych słów kluczowych w narzędzie do tak zwanego keyword research. Popularnym rozwiązaniem jest darmowy Ubersuggest. Możesz też skorzystać z innych (płatnych) narzędzi – o nich za chwilę. Tego typu programy pomagają znaleźć frazy powiązane z Twoimi słowami kluczowymi.



Ubersuggest - darmowe narzędzie do wyszukiwania słów kluczowych

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
tworzenie stron internetowych		4,400	11,46zł	72	36
tworzenie stron internetowych warszawa		480	7,98zł	43	19
tworzenie stron internetowych poradnik		110	7,63zł	47	20
tworzenie stron internetowych cena		90	8,47zł	70	27
tworzenie stron internetowych html		90	5,77zł	54	22
tworzenie stron internetowych kurs		70	4,57zł	51	21
tworzenie stron internetowych wordpress		50	16,95zł	74	28

[VIEW ALL KEYWORD IDEAS](#)

Wybierając słowa kluczowe powinieneś zwrócić uwagę na kilka czynników:

- liczba wyszukiwań, czyli jak często wyszukiwana jest dana fraza - im częściej, tym lepiej);
- szacowana liczba kliknięć w konkretne linki (CTR);
- szacowany koszt kliknięć w reklamy (przeczytasz o tym w dalszej części tekstu); linkowanie wewnętrzne (cornerstone content);
- trudność „wbicia się” w konkretne wyniki wyszukiwania (organiczne).

Liczba wyszukiwań powie Ci, jaką popularnością cieszy się konkretna fraza, czyli ile osób miesięcznie średnio wpisuje ją w okno wyszukiwarki. Jeśli weźmiesz też pod uwagę szacowaną liczbę kliknięć (CTR, czyli click-through rate), dowiesz się jakiego ruchu możesz się spodziewać w przypadku, kiedy strona osiągnie daną pozycję na liście wyników. Im większa liczba wyszukiwań, tym większa konkurencja.

To samo sygnalizuje informacja o konkurencyjności danej frazy w wyszukiwaniach organicznych. Dlatego warto przejrzeć także mniej popularne frazy, które pasują do tematu Twojej strony i umieścić je w tekstach. Pamiętaj, że większość stron pozycjonuje się na więcej niż jedną frazę!

Kolejnym parametrem, na który powinieneś zwrócić uwagę, jest koszt za kliknięcie (cost-per-click - CPC). Chodzi o model rozliczania się za reklamy. Jeśli CPC jest wysoki oznacza to, że dana fraza kluczowa cieszy się dużą popularnością wśród użytkowników.

KOSZTY REKLAMY

INTERNETOWEJ



CPA (cost per action)
Koszt za wykonanie przez użytkownika pożądanej akcji



CPC (cost per click)
Płatność zależy od liczby kliknięć w reklamę



CPL (cost per lead)
Koszt wylicza się na podstawie liczby uzyskanych leadów, czyli danych potencjalnych klientów



CPM (cost per mille)
Koszt za tysiąc wyświetleń reklamy



CPO (cost per order)
Płatność za dokonane zamówienie



CPS (cost per sale)
Płatność po dokonaniu zakupu przez klienta



CPV (cost per view)
Tutaj płacisz za liczbę wyświetleń



PPI (pay per instal)
Płatność za zainstalowanie przez użytkownika aplikacji (zazwyczaj darmowej, w której wyświetlają się reklamy)

Analiza działań związanych z SEO i wybór nowych słów kluczowych (oraz sprawdzenie skuteczności pozycjonowania)

Działania SEO będą wyglądały nieco inaczej, gdy Twoja witryna już działa i chcesz poprawić jej pozycję w Google. Pierwszą rzeczą, na którą musisz zwrócić uwagę, jest obecna pozycja strony w wynikach wyszukiwania.

Pomogą Ci w tym Google Search Console i Google Analytics. Dzięki tym narzędziom możesz przeprowadzić podstawowy audyt SEO. Z ich pomocą dowiesz się:

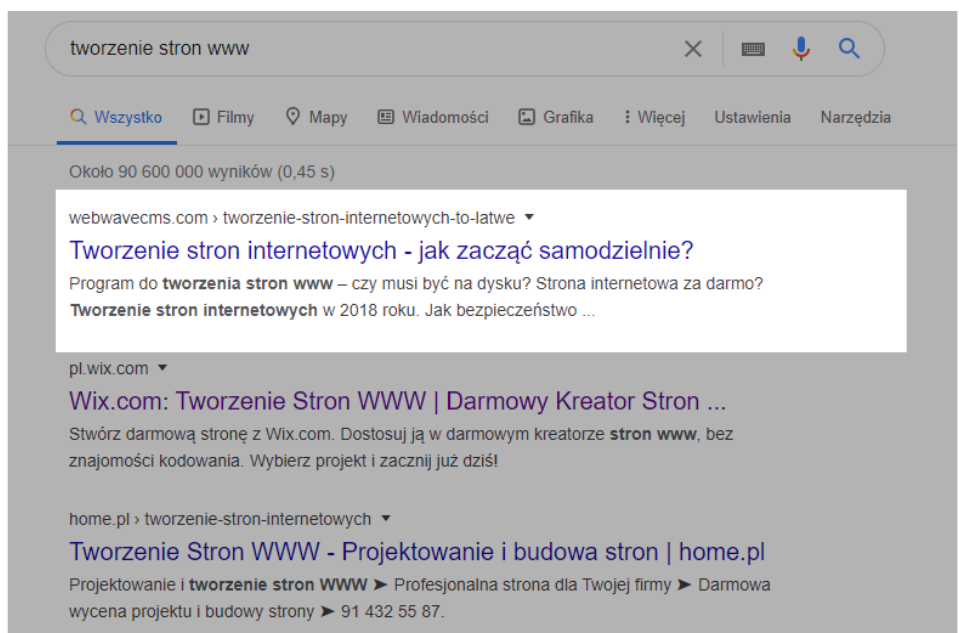
- jak wygląda pozycja Twojej strony i każdej z podstron w wynikach wyszukiwania;
- jaki jest CTR stron na poszczególne frazy;
- w jakich wynikach wyszukiwania pojawia się Twoja strona.

Pozycja strony powie Ci, ile jeszcze musisz poprawić. Im niższa, tym więcej pracy Cię czeka. CTR mówi o skuteczności strony w wynikach wyszukiwania. Na przykład wysoka pozycja i niski CTR oznaczają, że meta opis nie budzi dużego zainteresowania (więc warto go zmienić). Dobrze jest te dane połączyć ze statystykami ruchu na stronie (Google Analytics).

Zebrane informacje pomogą Ci ocenić kilka rzeczy:

- czy Twoja strona pozycjonuje się na te frazy, na które chcesz;
- czy wysoka pozycja na dane frazy idzie w parze z ruchem na konkretnych podstronach;
- na jakie pytania odpowiadają strony z najwyższym ruchem;
- czy strona odpowiada na inne zapytania, niż zaplanowane przez Ciebie słowa kluczowe.

Trzy pierwsze parametry powiedzą Ci, jaka jest skuteczność Twoich dotychczasowych działań. Ostatni – co warto zmienić, żeby było lepiej. Jeśli Twoja strona odpowiada całkiem nieźle na frazy, na które się wyświetla – super! Jeśli nie, ale te frazy mają sensowną liczbę wyszukań (powyżej 100), to może warto dopracować witrynę pod ich kątem? A może powinieneś podjąć działania, dzięki którym będzie pozycjonowała się wyżej na te niezaplanowane przez Ciebie frazy? Takie podejście ma dużą zaletę: pomaga lepiej odpowiadać użytkownikom na pytania. Lepsza odpowiedź to wyższa pozycja w wynikach wyszukiwania.



Gdzie umieścić słowa kluczowe na stronie (najważniejsze miejsca)

Wybrałeś już odpowiednie słowa kluczowe. Teraz pora znaleźć dla nich odpowiednie miejsca na stronie.

Najpierw powiedzmy jednak o podstawowej zasadzie: **słowa kluczowe muszą być naturalną częścią tekstu**. Powinny być odmienione i zawsze być osadzone w kontekście. Jakie jest optymalne nasycenie tekstu słowami kluczowymi? Wbrew obiegowym opiniom, nie ma tu złotej reguły.

Zbyt wysoka liczba słów kluczowych w tekście (czyli taka, która rzuci się w oczy podczas czytania tekstu) to keyword stuffing - praktyka, która obniża pozycję Twojej strony. Dopiero znając podstawowe zasady stosowania słów kluczowych, możesz zabrać się za umieszczanie ich w tekście.

Dobierając słowa kluczowe dla strony, powinniśmy skoncentrować się na zapytaniach precyzyjnie dopasowanych do jej tematyki. Wyobraź sobie, że jesteś swoim klientem – **czego tak naprawdę potrzebujesz? Co wpisałbyś w wyszukiwarkę, gdybyś chciał to zdobyć?**

Edycja meta tagów (meta tytuł, meta opis strony)

Meta tytuł

5 sposobów, czyli jaki program do tworzenia stron www?

<https://webwavecms.com/program-do-tworzenia-stron-www>

Program do tworzenia stron www pozwoli Ci na stworzenie własnej strony www! Poznaj 5 narzędzi, dzięki którym zbudujesz własną stronę internetową.

Slug

Meta opis

Słowa kluczowe powinny znaleźć się przede wszystkim w metatagu. To w praktyce wizytówka strony w wynikach wyszukiwania. Składa się z tytułu i opisu, które mówią o tym, co użytkownik znajdzie na stronie. Warto tam umieścić słowa kluczowe z dwóch powodów:

- żeby roboty wyszukiwarek wiedziały, jaki jest temat strony;
- żeby użytkownicy szybko dowiedzieli się, co znajdą w witrynie.

Sensowny meta opis, w którym połączysz słowa kluczowe i interesującą treść, jest więc na wagę złota. W meta tytułach świetnie sprawdzają się:

- Konkretna liczba (*5 sposobów na stronę, czyli program do robienia stron*);
- nawiasy, najlepiej kwadratowe *Tworzenie stron [INFOGRAFIKA, NAJLEPSZE PRZYKŁADY]*;
- Informacje sygnalizujące kompleksowe omówienie tematu („od A do Z”, „kompletne”, „wszystko, co musisz wiedzieć”).

W ten sposób konstruowane są meta tagi najpopularniejszych portali.

W meta opisach ważne jest też zasygnalizowanie korzyści, które oferuje dana podstrona. Dzięki temu użytkownik od razu będzie wiedział, co zyska dzięki odwiedzeniu Twojej witryny. Jeśli nie masz pomysłu na to, jak skomponować skuteczne meta tytuły – zobacz, jak wyglądają reklamy w wyszukiwarce. Ich treści mogą okazać się naprawdę inspirujące.

Struktura nagłówków, czyli wpleć ładne słowa kluczowe w kolejne nagłówki na swojej stronie

Nagłówki pełnią trzy ważne funkcje:

- porządkują treści na stronie;
- ułatwiają “skanowanie” wzrokiem tekstu;
- sygnalizują zawartość kolejnych akapitów (ludziom i wyszukiwarkom).

W zależności od tego, gdzie umieszczasz konkretne nagłówki, mogą mieć one inną formę. W dłuższym tekście (takim jak ten) świetnie sprawdzają się te dłuższe.

Nawet przeglądając same nagłówki (na przykład w spisie treści), użytkownik wie dokładnie, co znajdzie w publikacji.

Poza tym nagłówki są ważne też w pozycjonowaniu strony. Dlaczego? Podobnie jak ludzie, algorytmy skanują treść na stronie i dzięki nagłówkom wiedzą, co ona zawiera.

Nieco inaczej wygląda sprawa z nagłówkami w przypadku niedługich treści na stronie. Tam najlepiej sprawdzają się krótkie nagłówki. Użytkownicy szukają na stronach konkretnych informacji, a skrótowe nagłówki im w tym pomogą. Co ważne – idealne nagłówki „informacyjne” mają formę słów kluczowych.

Słowa kluczowe w treści strony (content marketing, czyli dlaczego WARTO prowadzić bloga)

Prowadzenie bloga to naprawdę dobry sposób, aby wypozycjonować stronę na nowe frazy. W każdym wpisie możesz rozwijać konkretny temat (w którym zawarte będą frazy kluczowe, np: „*jak zrobić najlepszą kawę na świecie w domu*”, „*5 gatunków kawy, które musisz znać*”).

Prowadzenie bloga ma też ogromną! zaletę, o której nie wszyscy pamiętają. Chodzi o **LSI keywords**. Są to wyrażenia semantycznie powiązane z głównym tematem (czyli rozszerzają jego treść). Pisząc o kawie na pewno wspomnisz o ziarnach, młynkach, paleniu, kawowcu, naparze czy kofeinie. To właśnie LSI keywords.

Wyszukiwania podobne do: kreator stron

[Darmowy kreator stron www](#)

[WebWave opinie](#)

[Darmowe strony internetowe szablony](#)

[Tworzenie stron www](#)

[Strona internetowa za darmo na zawsze](#)

[Wix cennik](#)

[Darmowa strona internetowa Google](#)

[Wix opinie](#)



Poza sygnalizowaniem wyszukiwarkom, że tekst lepiej opisuje temat (a im szerzej opisany temat, tym lepiej), pomagają tworzyć lepsze teksty. Co więcej, jeśli chcesz wykorzystać frazy kluczowe, które są de facto pytaniami („jak zrobić stronę?” lub „jak zrobić blog?”), to dłuższe teksty, z konkretną (i wyczerpującą) odpowiedzią sprawdzają się idealnie.

Opisy alternatywne – wyszukiwarki (jeszcze) nie umieją oglądać obrazków, więc powiedz im, co na nich jest

Pozycjonując stronę pamiętaj, że użytkownicy zwracają uwagę nie tylko na teksty. Równie ważne, a czasem ważniejsze, są grafiki i zdjęcia. Do nich też warto dodać słowa kluczowe. Powinieneś je umieścić w opisie alternatywnym.

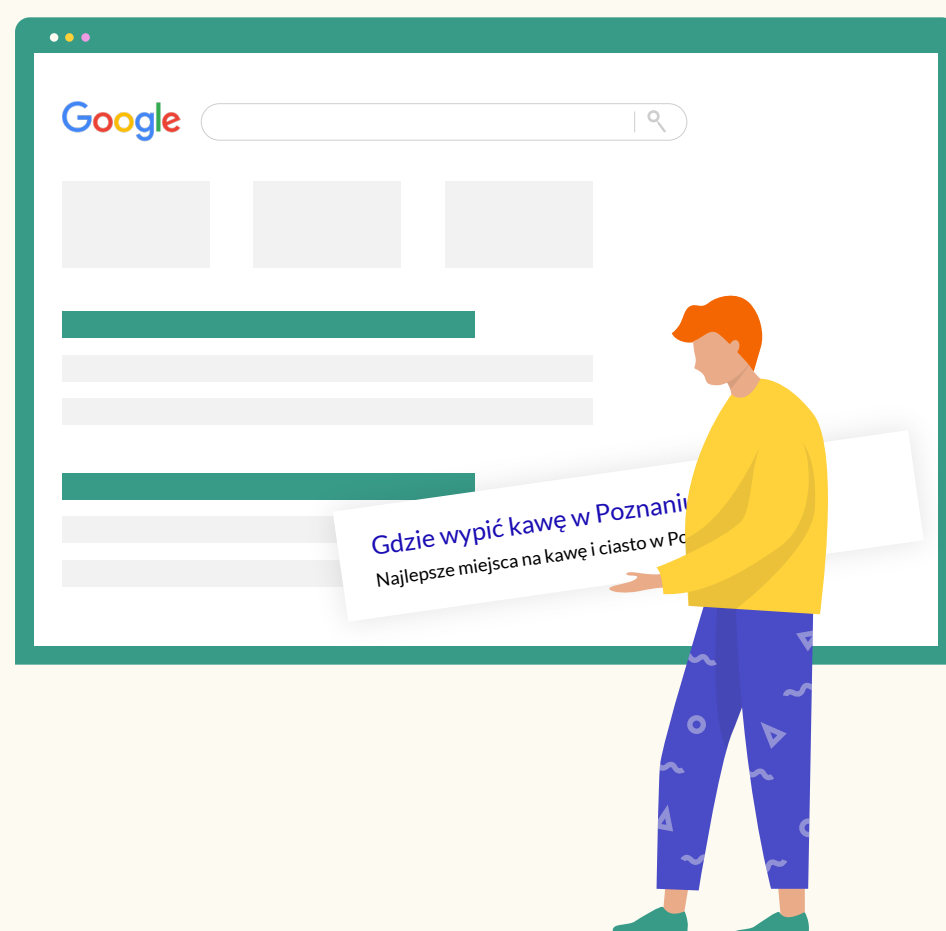
Pewnie wiesz, że w dobrych programach do tworzenia stron www możesz dodać „**opis alternatywny obrazka**”. Choć jego korzenie sięgają czasów internetu na modemach, to ma on zastosowanie również dzisiaj. Dawniej podpowiadał użytkownikowi, co znajduje się na obrazku, zanim grafika się wczyta. Dzisiaj informuje o tym samą roboty Google.

Gdzie nie warto umieszczać słów kluczowych?

Ważną zasadą dotyczącą umieszczania słów kluczowych jest ich widoczność w witrynie. Jeszcze parę lat temu skuteczną strategią było dodawanie słów kluczowych w kodzie strony. Ostatnia wersja wytycznych Google na temat jakości wyników wyszukiwania nie pozostawia wątpliwości: takie praktyki są niemile widziane.

Podobnie ma się sprawa z umieszczaniem białego tekstu zawierającego słowa kluczowe na białym tle czy zmniejszaniu jego rozmiaru do zera.

Nie warto też umieszczać słów kluczowych w przypadkowych miejscach tylko po to, by zwiększyć ich zagęszczenie.



Samodzielne pozycjonowanie stron a zlecenie pozycjonowania (agencja interaktywna, freelancer)

Kiedy już zdecydujesz się na pozycjonowanie swojej strony, bardzo ważne jest, abyś wziął pod uwagę koszty. Pozycjonowanie stron jest procesem bardzo praco- i czasochłonnym.

Już na początku warto zwrócić uwagę na takie rzeczy, jak czas, który możesz poświęcić na pracę nad SEO i to, jak dużo wiesz na ten temat.

Skuteczne pozycjonowanie stron jest zawsze uzależnione od czterech czynników:

- fraz, na które strona ma być pozycjonowana i ich konkurencyjności;
- rodzaju treści na stronie;
- czasu;
- budżetu.

Im więcej czasu i pieniędzy możesz poświęcić na ten cel, tym lepiej. Przy odpowiednich zasobach możesz zdobyć wysoką pozycję nawet przy bardzo popularnych frazach. Im mniej popularne frazy, tym łatwiej Ci będzie wbić się w TOP3 najwyżej wypozytionowanych witryn. W takim razie czy warto zlecić to zadanie specjalistom? Wybrać agencję czy freelancera? A może lepiej zająć się nim samemu? Prześledźmy te trzy scenariusze.

Pozycjonowanie strony przez agencję interaktywną (ile kosztuje, cenniki, wycena, efekty)

Na rynku działa wiele agencji interaktywnych, które skupiają swoje działania na wybiciu się na frazy związane z pozycjonowaniem stron. Wszystkie zaciekle walczą o pierwsze miejsca w wynikach wyszukiwania. Dla potencjalnych klientów wysoka pozycja strony agencji to jasny sygnał że jej zespół wie, co robi, bo ich witryna jest wypozytionowana na (bardzo) konkurencyjne frazy. Jeśli zamawiasz pozycjonowanie strony w agencji interaktywnej, to możesz spodziewać się, że nad projektem będą pracować:

- specjalista od SEO;
- programista;
- content designer (osoba tworząca treści);
- a nad całością będzie czuwał account manager.

Takie agencje często oferują cennik za efekty pozycjonowania, np. konkretną sumę za obecność strony na danych pozycjach przez miesiąc itp. Im bardziej oblegana fraza i im wyższa pozycja do osiągnięcia, tym cena za usługę wyższa. Warto też sprawdzać, w jaki sposób te efekty są osiągane. Często na grupach i forach poświęconych pozycjonowaniu można znaleźć stwierdzenia takie jak: „Człowiek z agencji upiera się, że link ze strony o modzie do strony o grabiach jest idealny”. Oczywiście nie jest to prawdą.

Dlatego nawet w przypadku zlecenia pozycjonowania wyspecjalizowanej firmie warto znać podstawowe zasady, jakimi rządzi się ta dziedzina. Pomoże ci to w uniknięciu nieporozumień w czasie współpracy. Ogólnie rzecz biorąc, współpraca z agencją wiąże się ze sporymi kosztami, ale efekty są często bardziej niż zadowalające.

Pozycjonowanie strony przez freelancera (ile to kosztuje, jakie efekty może przynieść)

Sporą zaletą zlecenia pozycjonowania strony freelancerowi jest zazwyczaj niższy koszt, niż w przypadku wynajęcia agencji.

Minusem jest to, że jedna osoba musi się zająć wszystkimi aspektami pozycjonowania – od audytu SEO (technicznego i treści), poprzez optymalizację, aż po pozyskiwanie linków i tworzenie nowych. Część freelancerów zleca pewne zadania na zewnątrz, co może wydłużyć cały proces. Inni mogą okazać się mniej biegli w niektórych obszarach, a przez to nie sprawdzą się tak dobrze jak agencja.

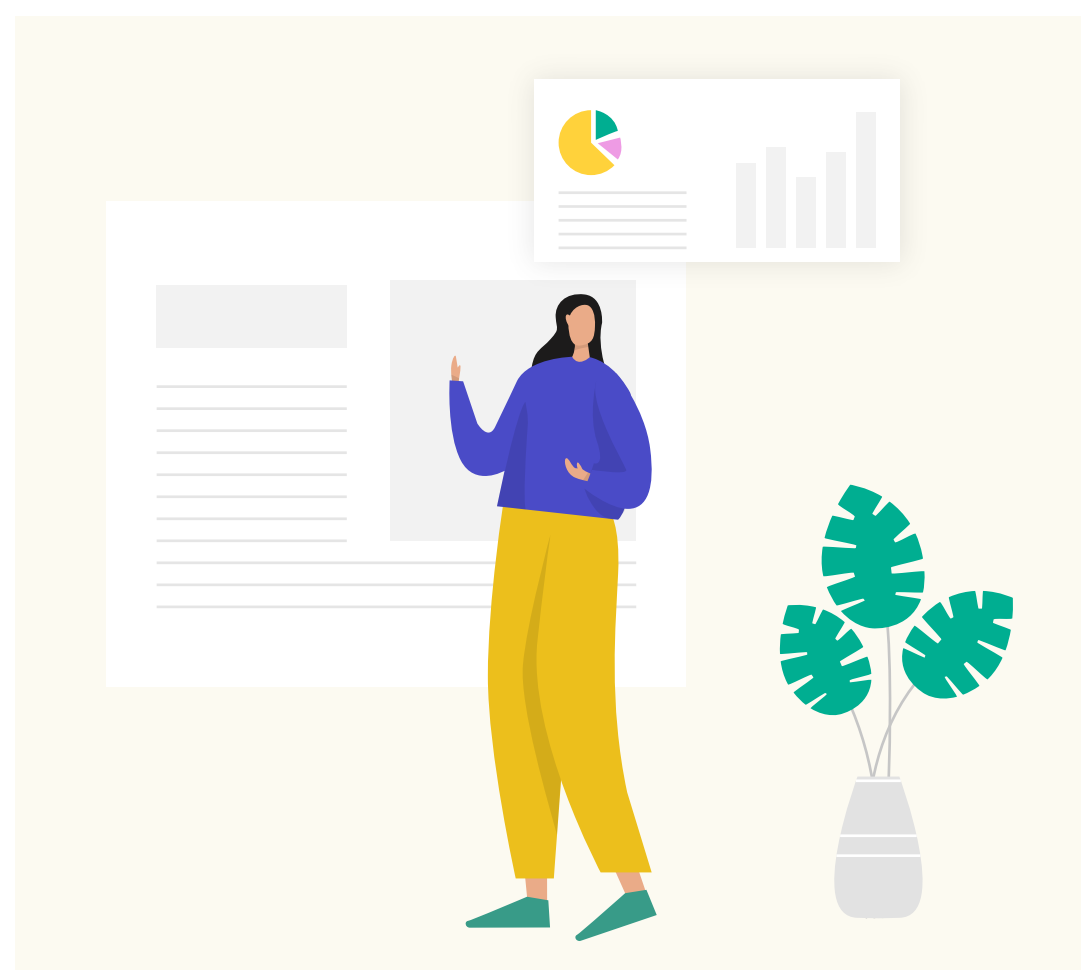
Efekty pracy pozycjonera-freelancera mogą być bardzo podobne do tych, które osiągniesz z agencją interaktywną. Istnieje jednak ryzyko, że nie spełnią Twoich oczekiwań. Dlatego warto zaczynać współpracę z osobami, które mają dobrą opinię w środowisku branżowym. Świątek pozycjonerów nie jest duży i większość z nich znajdziesz w grupach na Facebooku.

Skuteczne pozycjonowanie stron www

Samodzielne pozycjonowanie stron (czy tak się da?)

Oczywiście samodzielne pozycjonowanie stron jest możliwe. Musisz jednak przygotować się na sporo pracy. Jeśli zlecasz komuś pozycjonowanie strony, to płacisz nie tylko za efekty, ale też doświadczenie (czyli zdobytą wiedzę). Jeśli chcesz pozycjonować stronę samodzielnie, musisz tę wiedzę i doświadczenie zdobyć. Ten etap jest najtrudniejszy.

Powinieneś się zastanowić, czy samodzielne pozycjonowanie strony Ci się opłaca. Jeśli uważasz, że chcesz zajmować się tym zagadnieniem także w przyszłości i jest to temat, który cię interesuje, z pewnością warto spróbować. W innym wypadku prawdopodobnie lepszym rozwiązaniem okaże się zlecenie tego zadania specjalistom.

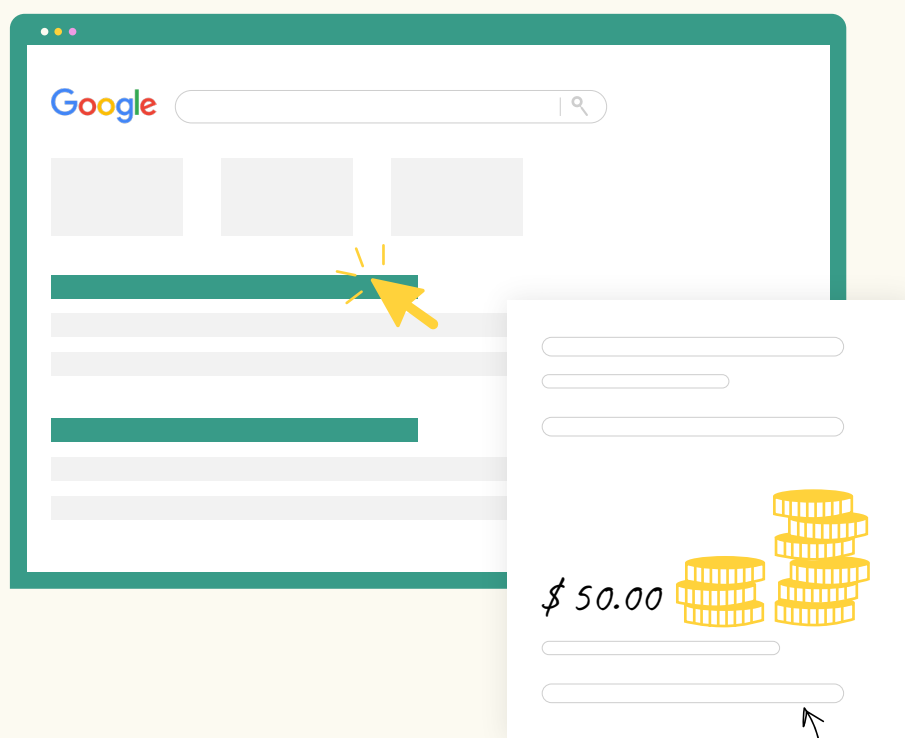


Reklamy w wynikach wyszukiwania vs organiczne wyniki wyszukiwania (ruch płatny, ruch bezpłatny),

czyli czym różni się CPC od SEO

Pozycjonowanie ma na celu pozyskiwanie darmowego ruchu na stronę. Oczywiście istnieje również ruch płatny - pochodzący z reklam.

Chodzi o Google Ads (i odpowiedniki z Binga czy Yahoo), Facebook Ads, reklamę kontekstową, czy każdy inny system reklam, nie tylko w wynikach wyszukiwania. Kampanie służące pozyskiwaniu ruchu nazywa się kampaniami **CPC (od cost-per-click)**.



Możesz wybrać samodzielne ustawianie stawek (Ty określasz ich kwoty) lub automatyczne określanie stawek (Google określa ich kwoty, by uzyskać największą możliwą liczbę kliknięć w ramach budżetu).

Innymi słowy - celem tych kampanii jest przyciągnięcie do strony użytkowników, którzy będą najlepiej konwertować, czyli wykonywać pożądaną przez Ciebie akcję (może być nią na przykład dokonanie zakupu, zapisanie się na newsletter czy przeczytanie artykułu).

Jak już wspomnieliśmy, coraz więcej osób używa programów do blokowania reklam, które skutecznie ukrywają wszelkie kampanie - czy to z wyników wyszukiwania, feedów w mediach społecznościowych czy stron www.

Ruch z kampanii CPC jest ważny, gdy zależy Ci na dotarciu do dokładnie sprofilowanego odbiorcy. Ma jednak jedną wadę - gdy wyczerpiesz budżet, ten ruch zniknie.

W przypadku ruchu bezpłatnego z wyszukiwarek (organicznego), nie wygaśnie on tak szybko. Może za to znacząco się zmniejszyć, na przykład jeśli zaniedbasz aktualizację strony albo zmienią się wytyczne Google.

Im lepiej dostosujesz stronę do odpowiadania na jasno sprecyzowane pytania, tym jakość ruchu będzie wyższa.

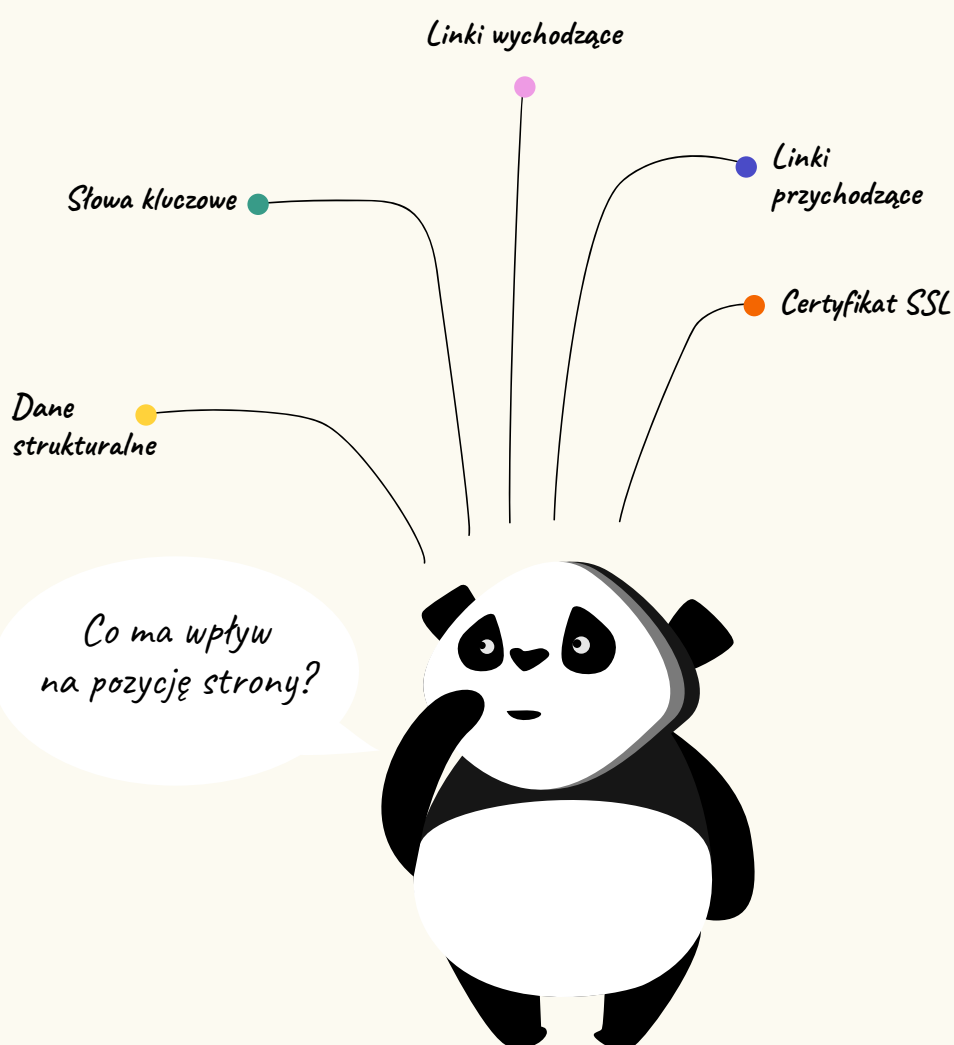
Kampanie CPC mogą być dobrym pomysłem na pozyskanie ruchu na nową stronę. W ten sposób dopełniają działania skupione na zdobywaniu ruchu organicznego.

O różnicach między CPC, SEM i SEO dowiesz się więcej [tutaj](#).

Co ma wpływ na pozycję strony w wynikach wyszukiwania?

Jest ponad 200 czynników wpływających na pozycję strony w wynikach wyszukiwania. Od liczby linków (i ich profilu), poprzez treści na stronie, aż do... wieku domeny.

Najważniejsze z nich wymieniliśmy w tym tekście. Pełną listę 200 czynników znajdziesz [tutaj](#). Wiele z nich daje nieznaczną przewagę w pozycjonowaniu, mimo „zatłoczonych” wyników wyszukiwania, pełnych świetnych treści, które utrudniają zdobycie wysokich pozycji w Google.

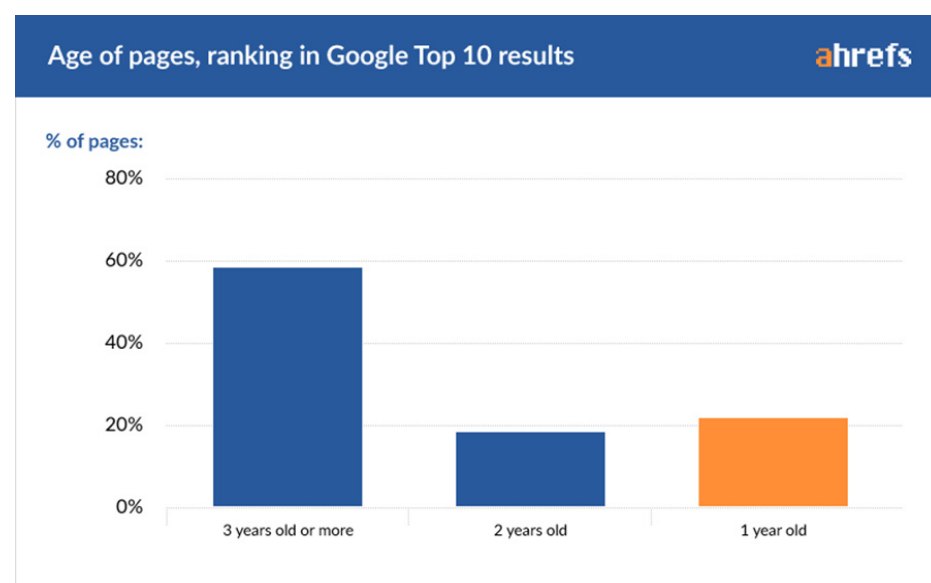


Kiedy pojawią się efekty pozycjonowania stron

(czyli czy moja strona może znaleźć się w TOP3 wyników w trzy dni)?

Jest wiele czynników, które wpływają na to, kiedy pojawią się pierwsze efekty pozycjonowania strony. Jeśli dopiero zaczynasz, na rezultaty musisz trochę poczekać. Zwłaszcza jeśli zależy Ci na zajęciu dobrej pozycji w wynikach wyszukiwania popularnych fraz.

Według badania Ahrefs - od pierwszego zaindeksowania strony do wbicia się w TOP10 może minąć rok. Dotyczy to w szczególności domen, które mają niski autorytet.



źródło: <https://ahrefs.com/blog/how-long-does-it-take-to-rank/>

Od pierwszego zgłoszenia strony do pojawiania się jej w wynikach wyszukiwania mija najczęściej od 4 dni do 4 tygodni. Wszystko zależy od tak zwanego crawl budget, czyli wydolności Googlebota. Im więcej stron do zaindeksowania, tym więcej czasu to zajmuje. Zdarza się, że na pierwsze zaindeksowanie strony trzeba czekać nawet 6 tygodni.

To samo dotyczy wprowadzania zmian na istniejących stronach. Jeśli wprowadzasz spore modyfikacje (treść, metatagi, itp.), to warto zgłosić stronę lub konkretną podstronę do ponownego zaindeksowania w Google Search Console.

W WebWave każda strona z Pakietem Premium jest automatycznie zgłaszana do ponownego indeksowania przy publikacji, więc nie musisz tego robić ręcznie. Takie zmiany mogą pojawić się już po kilku tygodniach, a nawet dniach. Czasem – na następny dzień po publikacji.

Kiedy pojawiają się pierwsze rezultaty pozycjonowania? To też zależy od kilku czynników:

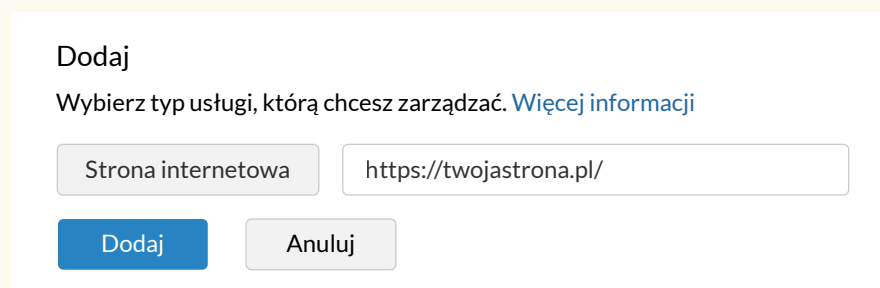
- zakres i rodzaju prac;
- konkurencji (czyli czy efektem tych prac jest strona, która lepiej odpowiada na pytania użytkowników, niż inne witryny);
- skuteczności działań.

Trzeba przy tym pamiętać, że pozycjonowanie stron internetowych jest stałym procesem. Zdobyć dobre miejsce w na liście wyników wyszukiwania nie wystarczy. Trzeba przez cały czas dbać, aby wyniki strony nie pogorszyły się.

SPOSOBY INDEKSACJI

STRONY INTERNETOWEJ

1 Dodanie strony za pomocą Google Search Console

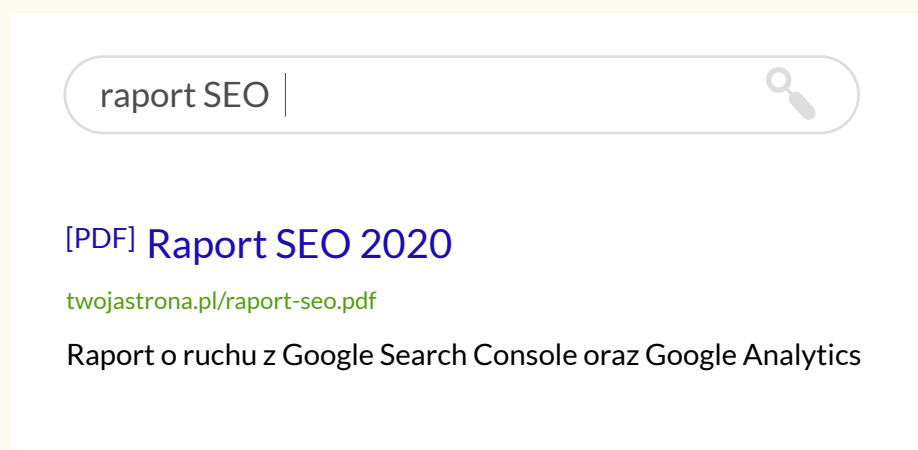


2 Indeksowanie stron za pomocą narzędzi online

- <https://black-star.link/>
- <http://www.instantlinkindexer.com/>
- <http://www.linkcentaur.com/>

3 Indeksowanie stron poprzez mapy XML

4 Indeksowanie stron za pomocą pliku PDF



Co jeszcze musisz wiedzieć o pozycjonowaniu stron

(dane strukturalne, Google Search Console)

Jest jeszcze kilka rzeczy powiązanych z pozycjonowaniem, które albo ułatwiają ten proces, albo pomagają w dalszej perspektywie. W tej części poradnika skupimy się na „dodatkach”, które pomogą Ci w zapanowaniu nad stroną, albo sprawią, że użytkownicy wybiorą właśnie Twoją stronę.

Dane strukturalne

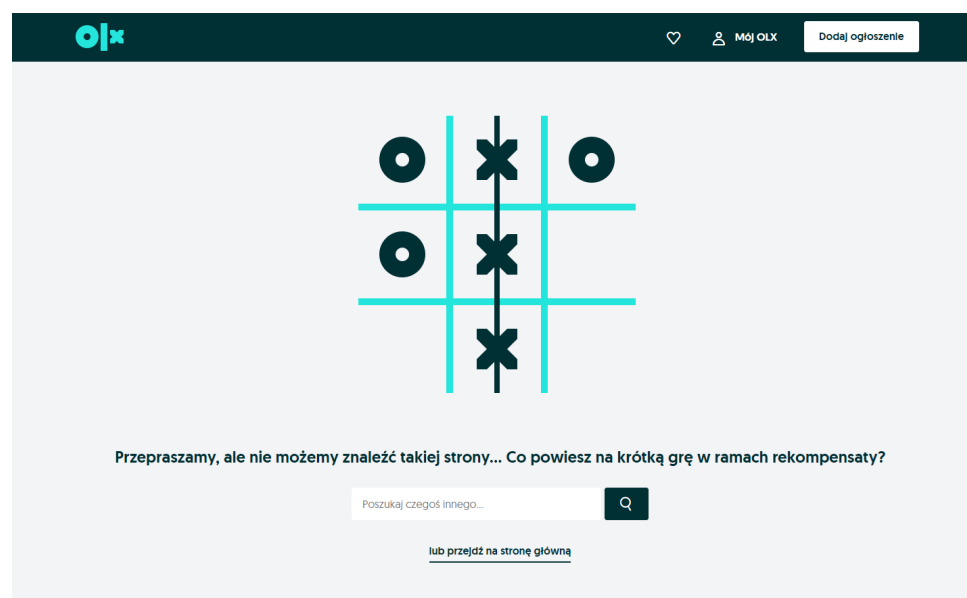
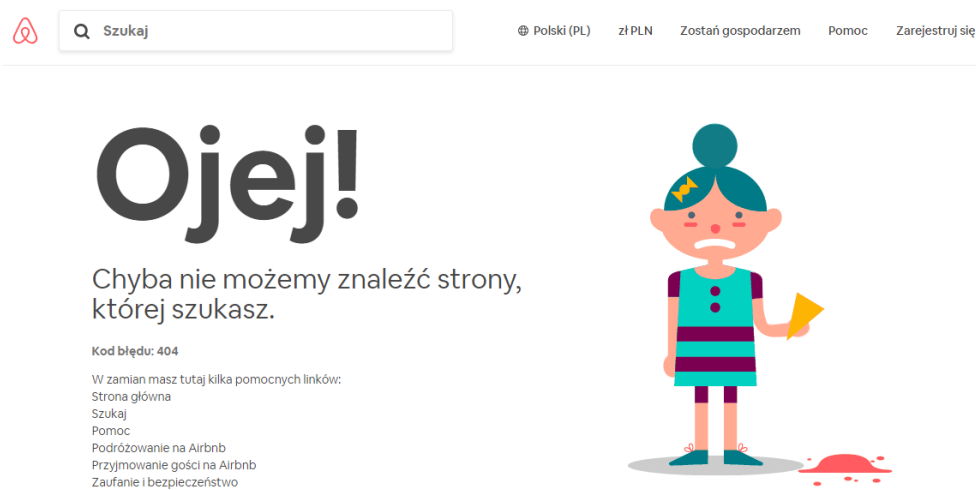
Dane strukturalne na stronie to znaczniki, najczęściej w formie kodu HTML, które opisują i kategoryzują rodzaje treści na stronie. Dzięki nim algorytmy wyszukiwarek rozumieją informacje umieszczone na stronie.

Na przykład nazwa firmy, chociaż zawarta w domenie strony, dla wyszukiwarek jest tylko ciągiem znaków, nawet gdy jest ujęta w nagłówek najwyższego poziomu i meta opisie strony. Dzięki danym strukturalnym algorytmy wiedzą, że ten konkretny ciąg znaków to nazwa firmy.

Innymi słowy – dane strukturalne informują wyszukiwarki o znaczeniu danych wyrażen. Do tego pozwalają wyszukiwarkom na prezentację bardziej wyczerpujących informacji na temat strony w wynikach wyszukiwania.

Strona błędu 404

Strona błędu 404 pojawia się, kiedy użytkownik próbuje wejść na nieistniejącą podstronę. Powinieneś bezwzględnie eliminować błędy przekierowania 404 – zarówno te wychodzące, jak i te na Twojej stronie. Czyli – nie linkować do niedostępnych stron pilnować dostępności wszystkich podstron.



Żeby znaleźć błędy 404, możesz skorzystać na przykład z Broken Link Checker. Jeśli masz jakieś 404-ki na swojej stronie, to dodaj do linków do nieaktywnych stron przekierowanie 301 do podobnej treści lub na stronę główną. Jeśli linkujesz do niedostępnych stron, najlepiej usunąć te linki.

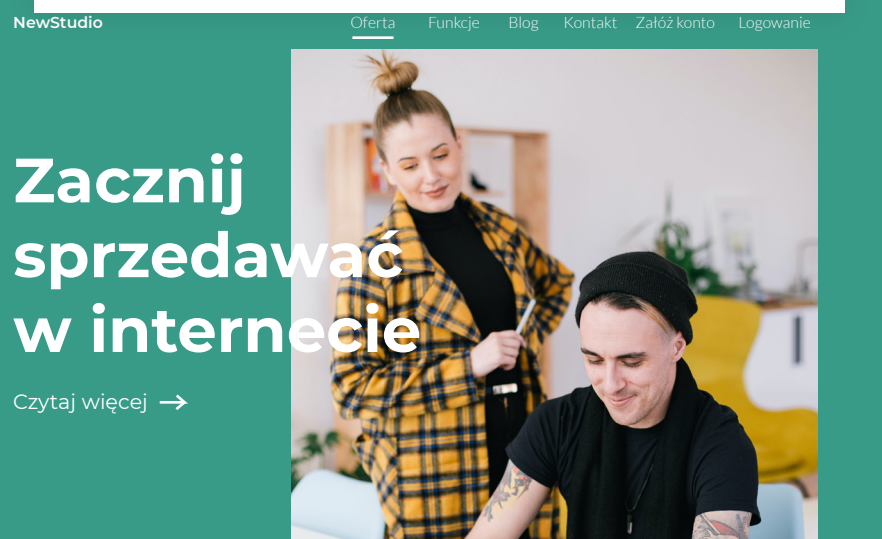
Certyfikat SSL (czy połączenie z tą stroną NA PEWNO jest bezpieczne?)

To kolejna rzecz, która ma wpływ na pozycję strony - przede wszystkim na zachowanie użytkowników (a przez to na ocenę strony przez Google). Ostatnio przeglądarki (przede wszystkim najpopularniejsze - Chrome i Firefox) oznaczają strony bez certyfikatu SSL jako niezabezpieczone, informując o tym odwiedzających w specjalnym komunikacie.

W ten sposób możesz skutecznie odstraszyć potencjalnych użytkowników. Pamiętaj, że każda strona stworzona w WebWave ma zapewniony certyfikat SSL zupełnie za darmo.

Google wymienia certyfikat SSL wśród 200 zaleceń dotyczących pozycjonowania stron internetowych.

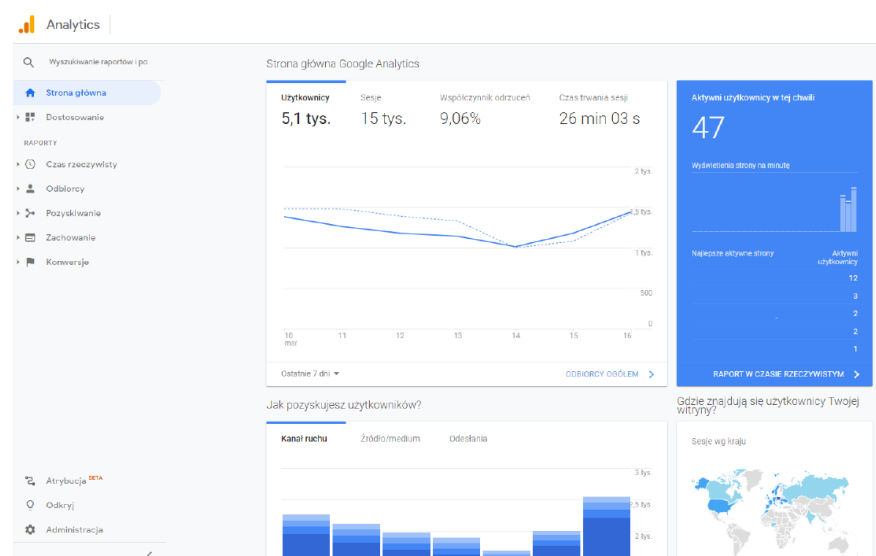
Secure | <https://twojastrona.pl/>



Narzędzia pomocne przy pozycjonowaniu stron internetowych

Omówiliśmy już najważniejsze zagadnienia związane z pozycjonowaniem stron. Teraz zajmijmy się narzędziami, które będą pomocne w wykonaniu tego zadania.

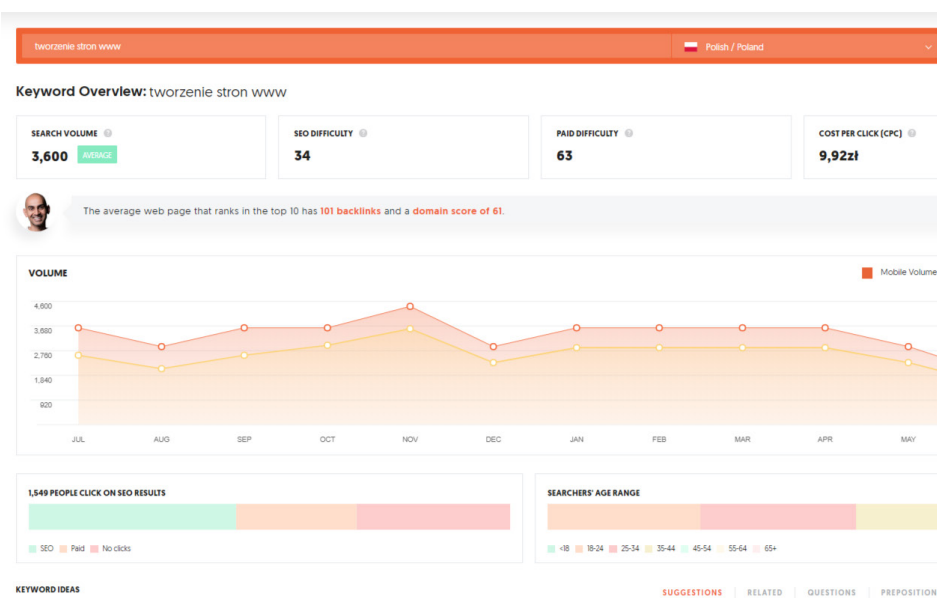
Google Analytics



To darmowe narzędzie do monitorowania ruchu i konwersji na stronie. Możesz w nim śledzić ruch na konkretnych stronach i podstronach.

Dzięki Google Analytics dowiesz się między innymi z jakich kanałów pochodzi ruch na Twojej stronie, jak dużo czasu spędzają na niej użytkownicy, a także które podstrony cieszą się największą popularnością.

Ubersuggest



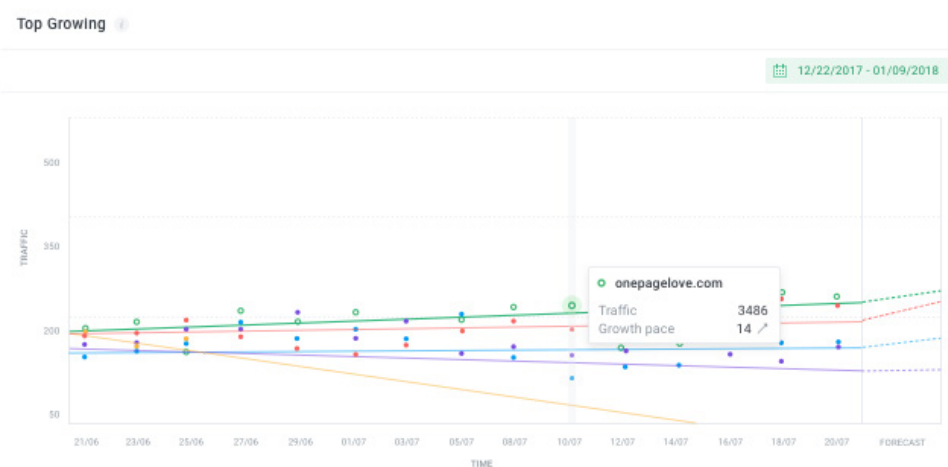
To kolejne darmowe narzędzie, które oferuje coraz więcej możliwości. Do niedawna służyło jedynie do wyszukiwania słów kluczowych. Dzisiaj pozwala na o wiele więcej – od analizy wyników wyszukiwania, aż do sprawdzania działań konkurencji.

Google Search Console

To podstawowe narzędzie pomagające w pozycjonowaniu strony. Zgłasza się w nim stronę do Google, aby algorytmy wyszukiwarki zaczęły ją indeksować. Umożliwia to badanie skuteczności witryny i korygowanie ewentualnych błędów, które się na niej pojawiają. Dlatego warto dodać kod śledzący Google Search Console do strony. Jeśli tworzysz stronę w WebWave, wystarczy, że wybierzesz Pakiet Premium. Wtedy Twoja strona będzie zgłaszana do Google Search Console automatycznie.

Unamo

To polskie narzędzie, które służy do monitorowania pozycji w wynikach wyszukiwania. Jest naprawdę przyjazne i oferuje sporo funkcji (na przykład sugestie optymalizacji strony). Jeśli chcesz sprawdzić jego możliwości, to, jeśli jesteś użytkownikiem WebWave, możesz liczyć na **przedłużony okres próbny (30 dni za złotówkę)**.



źródło: <https://unamo.com/pl/search-engine-optimization>

Analizer SEO WebWave

To narzędzie znajdziesz w kreatorze stron www WebWave. Dzięki niemu sprawdzisz, jak poszczególne podstrony witryny pozycjonują się na daną frazę kluczową. Analizer SEO podpowie, jakie zmiany wprowadzić, aby poprawić pozycję strony w wynikach wyszukiwania. To świetne rozwiązanie zwłaszcza dla początkujących. Szczegółowe informacje na temat jego działania znajdziesz tutaj.

Kiedy opłaca się pozycjonowanie stron (efekty, cena, czas)

Podstawowe działania związane z pozycjonowaniem strony (uzupełnienie najważniejszych elementów na stronie: metatagów, nagłówków, dodanie strony do GSC itp.) jest koniecznością nie tylko ze względu na pozycjonowanie. Wiele związanych z pozycjonowaniem aspektów tworzenia strony ma wpływ na użytkownika. Na przykład metatytuły wyświetlają się w kartach wyszukiwarki (więc warto, żeby zawierały informacje przydatne dla użytkowników). Nagłówki pomagają uporządkować treść. Szybkość ładowania strony również ma niebagatelne znaczenie. Innymi słowy: pozycjonowanie stron zawsze ma sens. Ale czy zawsze się opłaca?

Czas potrzebny na dostosowanie strony do znalezienia się w TOP10 jest naprawdę długi, a skuteczne pozycjonowanie kosztuje. Przynosi ono niebagatelną korzyść - zwiększa ruch na stronie, a przecież to właśnie pozyskanie użytkowników jest celem. Dlatego bez wątpienia warto zająć się tym zagadnieniem - przynajmniej w podstawowym zakresie.

Czym różni się pozycjonowanie strony zrobionej w CMS, a witryny zrobionej w kreatorze stron www (np. WebWave)

To pytanie, które powinno pojawić się jeszcze zanim zrobisz swoją stronę. Ważny jest wybór dobrego programu do tworzenia stron, który nie tylko pozwala, ale też ułatwia pozycjonowanie. Powinien pozwalać na:

- edycję meta opisów każdej strony (również bloga);
- edycję sługów;
- podpięcie Google Search Console i narzędzi do monitorowania ruchu (Google Analytics);
- dodanie altów do zdjęć;
- dodanie Schemy lub innego narzędzia do strukturyzacji danych;
- łatwe stworzenie wersji witryny na smartfony i tablety (RWD).

To absolutne minimum. W praktyce pozycjonowanie strony zrobionej w CMS-ie i tej, która stworzona jest w kreatorze, niczym się nie różni. Inne są za to możliwości, które dają te narzędzia. Widać to zwłaszcza w procesie optymalizacji strony. Pozycjonowanie w CMS, takim jak Joomla czy Drupal czy popularny Wordpress, wymaga zainstalowania wielu wtyczek, co jest pracochłonne i zabiera cenny czas. W WebWave wszystkie kluczowe funkcje są dostępne bez żadnych dodatkowych narzędzi. O różnicach między Wordpressem a WebWave pisaliśmy [na naszym blogu](#).

Podsumowanie

Dziękujemy za przeczytanie naszego poradnika. Mamy nadzieję, że pomoże Ci w skutecznym wypozycjonowaniu Twojej strony. Jeśli chcesz stworzyć profesjonalną witrynę, zapraszamy Cię do skorzystania z kreatora WebWave.

Nasze narzędzie umożliwi Ci stworzenie atrakcyjnej wizualnie strony www, dostosowanie jej do urządzeń mobilnych i wypozycjonowanie. Wszystkie funkcje kreatora związane z budową strony są dostępne zupełnie za darmo bez ograniczeń czasowych. Dlatego nie czekaj i wypróbuj WebWave już dzisiaj!

Zespół projektu



Jan Chmielowski

Content Designer



Irena Jewsiewicka

Graphic Designer



webwave