

Lista uniwersalnych SEO porad

Oto tytułowa lista 102 SEO-wskazówek, które są nisko wiszącymi owocami i pomogą Ci ruszyć się z miejsca - w pełnej symbiozie z [wytycznymi dla Webmasterów Google](#) (kolejność w zasadzie przypadkowa):

1. Content jest królem, backlinki to królowa

Taaa, nuda - no ale prawdziwa. Mówi się też, że gdzieś tam w rodzinie królewskiej pojawia się też kontekst, a także wideo, które może być niezłym księciuniem. Youtube jest obecnie numerem #2 po Google - jesteśmy leniwi (sam wybrałbym obejrzenie tych porad na YT, niż czytanie tego tekstu :)

2. Buduj profil linkowy w oparciu o zasady white-hat

Jeśli Google Cię nakryje na spamowaniu to zdewaluuje wszystkie Twoje linki, nie tylko te szkodliwe. Przelicz to szybko w głowie i sam odpowiedz sobie czy warto.

3. Googlebot nie wspiera indeksowania URL-i z „#”

W ten sposób tworzy się tzw. kotwice tekstowe, tak popularne dziś przy stronach typu onepager (longpage), które nota bene są suabe pod SEO - nie linki.

4. Miej na uwadze nowe indeksowanie – mobile-first index

Pamiętaj o [optymalizacji SEO pod mobile](#). Użyj narzędzi Google Search Console – „Pobierz i zrenderuj”, żeby zobaczyć jak boty wyszukiwarki Google widzą Twoją stronę w wersji desktopowej, a jak w wersji mobilnej.

5. Nie stosuj schematu indeksowania AJAX

Tej technologii Google mówi "papa". Migruj witryny, które opierają się na indeksowaniu AJAX. Pamiętaj: usuń fragment „meta”.

6. Nie szalej z linkami "charity"

Przekazujesz darowizny na cele charytatywne i organizacje non-profit w zamian za backlink do Twojej strony? - To jest niezgodne z wytycznymi Google dla webmasterów. Just sayn' :)

7. Rób dobre pliki sitemap.xml

W sitemapach umieścisz do 50 000 adresów URL na jedną mapę witryny, ale możesz stworzyć skompresowaną sitemapę do 50 MB, nie jak kiedyś do 10 MB.

8. Możesz posiadać więcej niż jedną sitemapę

Jeśli chcesz skupić uwagę Google podczas indeksowania na określonych sekcjach strony, stwórz osobną mapę witryny. Możesz taką mapę przygotować dla obrazów, filmów, profili i wpisów na blogu.

9. Dodaj ściechę do sitemap.xml w robots.txt

Może i oczywiste, ale 9/10 sajtów losowo wyciągniętych z netu tego nie ma.

10. Google wyświetla emoji w wynikach wyszukiwania

Rozbudowane emotikony mogą odegrać dużą rolę w wyszukiwaniach lokalnych. Potrafią też wpływać na CTR - fajnie opisane w [tym artykule na SEJ](#).

11. Sprawdź skąd jest Twój lokalny klient

Jeśli prowadzisz biznes stacjonarnie, skorzystaj z raportów odległości i wizyt w sklepie, dostępnych w Google AdWords, żeby sprawdzić, które regiony geograficzne i lokalizacje użytkowników napędzają najwięcej zakupów w Twoim sklepie.

12. Opracowując frazy pamiętaj o pytaniach

Podczas analizy fraz kluczowych, uwzględnij zapytania o wiedzę. Popularność "answer box" rośnie, a za drzwiami czai się także wyszukiwanie głosowe, które w Bolandzie także z czasem zyska na znaczeniu. Wyszukiwanie głosowe będzie ważne dzięki Google Answers i indeksowi mobile-first.

13. Monitoruj linki przychodzące

Odkąd [Pingwin działa w czasie rzeczywistym](#), ważne jest, żeby monitorować linki przychodzące w Google Search Console (*Ruch związany z wyszukiwaniem -> Linki do Twojej witryny*) i co jakiś czas użyć Disavow Tool jeśli będzie taka konieczność.

14. Pomyśl o AMP dla Mobile-First Index

Aby przygotować się na mobile-first indeks, zwiększ ruch z wyszukiwań mobilnych, uruchom przyspieszoną stronę mobilną AMP lub Progressive Web App (PWA). Google będzie wyświetlać Twoje strony AMP lub PWA w indeksie mobilnym, jeśli nie posiadasz wersji mobilnej witryny. Upewnij się, że najważniejsze treści i linki znajdują się na stronach AMP i PWA.

15. Jeśli AMP to z HTTPS

Jeśli nie przełączyłeś się jeszcze na HTTPS, a korzystasz ze strony AMP, wkrótce będziesz musiał to zmienić. Maile Ohye z Google obwieściła światu, że HTTPS będzie wymagany dla AMP, ale [John Mueller stwierdził](#) ostatnio, że nie jest to jeszcze wymogiem AMP.

16. Ale ogólnie migruj na https jeśli możesz

Owszem, to nie taka tam drobna zmiana, ale też nie rocket science. Przenieś swój serwis na https, a kiedy migrujesz swoją stronę z HTTP na HTTPS, nie wprowadzaj jednocześnie żadnych innych zmian w swojej witrynie, poza jedną - zanim przełączysz stronę z HTTP na HTTPS, zmień linki wewnętrzne na HTTPS. Google zakłada, że nic nie zmieniło się w obrębie Twojej strony. Jeśli dasz robotom nowy protokół, a dodatkowo szereg nowych rzeczy do zaindeksowania, Google może mieć trudność z zaznajomieniem się ze wszystkimi zmianami. Daj staruszkowi trochę czasu na ogarnięcie tego, co się właśnie stało :)

17. Wzmiankowanie (co-citation) jest dobre

Wielu specjalistów SEO uważa, że niepowiązane linkiem cytaty treści nie przynoszą stronie żadnej wartości. Jednak [Gary Illyes w tym wywiadzie](#) zasugerował, że widzi przyszłość w niepodlinkowanych cytatach. Zatem każda wzmianka Twoich treści to chyba dobra wzmianka?

18. Katalogi SEO - nie przeginaj

Temat co prawda bardzo żywy na grupach, ale jeśli mnie spytasz to pełne katalogowanie SEO, jakie znaliśmy jeszcze kilka lat temu to pieśń przeszłości. Trzymaj się tylko tych największych i jakościowych NAP'ów (np. Zumi, PF, PKT itp), oraz branżowych - tych, które są odpowiednie dla Twojej marki (i trzymają parametry). Pamiętaj aby w każdym mieć unikatowy opis i takie same dane kontaktowe.

19. Sitewide - Srajtwide

Linkowanie sitewide to strata Twojego czasu. Oczywiście, jak wrzucisz link do szwagra w stopkę czy w banerek na sidebarze to świat się nie zawali - ale niewiele Ci to da. Linki ze stopki i headera nie posiadają zbyt dużej wagi. Nie używaj też linków z widgetów do budowania swojej taktyki linkowania. Jeśli zamierzasz używać widgetów, niech będą one narzędziem do budowania świadomości marki i pozytywnego doświadczenia użytkowników. Więcej na [blogu webmasterów Google](#).

20. Zaplanuj strukturę linkowania wewnętrznego

Upewnij się, że struktura wewnętrzna linków Twojej strony jest jasna i klarowna. Jak ustaliliśmy już w punkcie #15 powyżej, sitewide to strata czasu. Dlatego linkowanie wewnętrzne w obrębie body Twojej witryny pozwoli botom Google sprawniej poruszać się po stronie i tylko w ten sposób stworzysz fajny linkjuice.

21. Canonical nie ratują budżetu indeksowania

Wyszukiwarki muszą również crawlować duplikaty, żeby stwierdzić, że są one faktycznie duplikatami. Guess what - Twój [craw budget](#) pozostaje wciąż taki sam.

22. Zachowaj szybkość witryny na poziomie 2-3 sekund

Oczywiście jeśli to możliwe - obowiązuje tu zasada dążenia do ideału. Page speed, zarówno mobilny jak i desktopowy jest jednak bardzo ważny.

23. Zamień adres URL swojego Twittera na Twitter Card.

Banalne? Jednak wciąż ludzie tego nie robią ;)

24. To samo tyczy się Facebooka

Dodaj znaczniki Open Graph, żeby zoptymalizować wyświetlanie postów na Facebooku.

25. Pomyśl o Instagramie

Jeśli jesteś marką obecną w e-commerce, a nie używasz Instagrama, najwyższy czas zacząć. Bazując na sukcesie Instagrama i jego funkcjach związanych z zakupami ([opisane fajnie na ich blogu](#)), zaczynają one być wprowadzane w tysiącach firm, które sprzedają odzież, biżuterię czy produkty kosmetyczne.

26. Branża turystyczna? Jest fajna opcja od Google

Google uruchomił [funkcję planowania podróży](#) w ramach Knowledge Graph, więc jeśli prowadzisz biznes lokalny lub firmę turystyczną, możesz tworzyć przewodniki dla użytkowników.

27. Zainwestuj w obsługę klienta na Facebooku

Możesz sprzedawać i kupować produkty oraz usługi przez aplikację Messenger. Weź przykład z firmy Everlane – ona robi to dobrze.

28. Bądź w LinkedIn.

LinkedIn przeżywa boom i jest na prawdę świetnym medium społecznościowym. Ma też świetny potencjał B2B.

29. Utrzymuj aktywność w Google My Business

Zwłaszcza teraz, gdy ostatnie wpisy widać w snippetie GMB po prawej stronie SEPR na frazy brandowe.

30. Skorzystaj z wyników Google Search Live

Głównie dzięki stronom AMP, znacznikom strukturalnym i kanałowi ATOM XML. Następnie [wypełnij ten formularz](#).

31. Jeśli prowadzisz biznes lokalny i korzystasz z Facebooka

Określ geograficzne elementy swoich postów live na Facebooku, żeby uwzględnić lub wykluczyć określone lokalizacje.

32. Nie trzymaj domen w ukryciu - niech się indeksują

Zaindeksowany wiek Twoich domen od zawsze był ważnym czynnikiem rankingowym. Jeśli jesteś nowicjuszem, może być Ci ciężko konkurować z witryną, która działa już od 10 lat.

33. Pozbądź się słabej treści, albo ją przeredaguj

Niskiej jakości content nie przynosi żadnych korzyści Twojej stronie, wręcz ciągnie ją w dół. Udowodniono, że treści o dłuższej i bogatszej formie mają lepsze wyniki wyszukiwania. Pamiętaj: 2000 słów to statystycznie najbardziej trafna odpowiedź na większość pytań i zagadnień. Podczas pisania tekstów sprawdzaj pisownię i gramatykę. Błędy, co prawda, nie wpłyną na pozycję strony w wynikach wyszukiwania, ale mogą wyrzucić złe wrażenie na użytkownikach.

34. Unikaj duplikacji treści

Posprzątaj [zduplikowane treści](#) w obrębie swojej witryny i poza nią. Rozprawiając się z nimi, usuwasz skradzione treści lub duplikaty na swojej stronie. Jeśli duplicate content znalazłeś na innych witrynach, napisz e-mail do webmastera z prośbą, żeby usunął duplikat, lub dodaj link do pliku disavow. Pamiętaj też o ustawianiu tagu `rel="canonical"`

35. Zbieraj dobre opinie

Wypowiedzi klientów zyskują na znaczeniu - nie tylko wśród użytkowników, ale i w wyszukiwarce. Przygotuj plan, w którym zdobędziesz od swoich klientów recenzje i opinie dotyczące produktów. Wyszukiwarki wykorzystują je do przypisywania wartości stronom, co z

kolei prowadzi do większej liczby konwersji. Podpowiedź: zniżka x% za pozytywną opinię na Google lub Facebooku zawsze robi robotę.

36. Sprawdź źródła, które zwiększają bounce rate

Prześledź, z których podstron użytkownicy opuszczają Twoją witrynę najczęściej. Możesz to zrobić analizując strony wyjścia. Dlaczego użytkownicy odchodzą? Pomyśl nad zmodernizowaniem stron wyjścia, żeby wydłużyć czas przebywania użytkowników na stronie.

37. Niski CTR? Sprawdź meta opisy

Jeśli zauważyłeś w raporcie analityki wyszukiwania Google Search Console, że współczynnik klikalności jest niski, spróbuj przereklamować meta opisy.

38. Stary content potrafi dobrze grzać

Czasami stare treści nadal generują ruch dla strony i ciężko je zepchnąć niżej. Jeśli tak jest w Twoim przypadku, rozważ utworzenie nowego posta z podobną treścią lub zajawką nawiązującą do starego wpisu, żeby przyciągnąć nowy, świeży i bardziej trafny ruch.

39. Korzystaj z komendy site:

Sprawdź dokładnie czy Twoje strony, które chcesz zmonetyzować, są indeksowane przez „site:domain”. Zerknij też, czy nie zostały zaindeksowane podwójnie – takie indeksowanie może prowadzić do zduplikowania contentu.

40. Pamiętaj o zasadach H1

Jak mówi stara szkoła: jedna podstrona powinna posiadać jeden nagłówek H1. Nie stosuj wielu nagłówków H1 na jednej stronie - choć w HTML5 wygląda to już nieco inaczej, tam dopuszcza się więcej H1 "na legalu". Jednak w myśl doniesień, śmiałość w zwielokrotnianiu **nagłówków h1** (w mojej ocenie) powinniśmy ograniczyć do niezbędnego minimum. Nie ma jednej złotej zasady. Niektórzy dumnie korzystają z **zalet outline’nu w HTML5** i są zadowoleni z efektów. [Dzięki [Paweł Bugno](#) za czujność i erratę :)]

41. Pamiętaj o zasadach H2

Nagłówki H2 mogą występować kilka razy w ramach jednej podstrony, ale nie powinny występować przed H1. Używaj ich jako śródtytułów i niechaj zawierają frazy kluczowe!

42. Strony FAQ zyskują na znaczeniu

Przewertuj swoje FAQ (no chyba że nie posiadasz - to wtedy stwórz a potem przewertuj za jakiś czas dla zasady). Żeby uzyskać większą ekspozycję na frazy z długiego ogona, przepisz te strony uwzględniając frazy, na których Ci zależy. Standard.

43. Patrz na TR, DA, UR czy co tam lubisz

Odkąd Google podstępnie skitrało PageRank, nie możesz dopasowywać do niego swoich wysiłków SEO, o kupowaniu na allegro fajnych paczek z linkami nie wspominając ;) Używaj narzędzi SEO takich jak Majestic Trust Rank, Moz Domain Authority lub Ahrefs URL Rating, gdy porównujesz swoją witrynę do stron innych marek lub konkurentów. Co prawda te rankingi nie zastępują PageRank Google, ponieważ nie są w 100% dokładne, ale stanowią dobry punkt wyjścia no i zawsze jest się do czego przyczepić gdy ktoś oferuje Ci publikację za pińcet, a parametry nie przekraczają 10/100 :)

44. Dbaj o UX i usability

Wiele nowych trendów w projektowaniu stron internetowych (np. strona z efektem paralaksowego przewijania) musi być dostosowanych do najlepszych praktyk SEO, np. w obszarze paginacji. Słowem: nie rób zmian tylko pod użytkownika lub tylko pod wyszukiwarkę - dostosowuj swój idealny sajt pod obu tych odbiorców, bo na cóż zda się super wypromowany serwis, na którym nie idzie skonwertować, choćby człowiek nie wiem jak się starał?

45. (H)ALT! Unterschrift Bitte!

Nie zapomnij o atrybutach ALT dla obrazów zanim opublikujesz post. Spróbuj również w opisach alternatywnych umieścić odpowiednie frazy kluczowe. To może i oczywiste, ale statystyki mówią coś zupełnie innego :)

46. Stosuj tag rel=canonical

Upewnij się, że wszystkie strony, z których ktoś może skubnąć Ci treść, lub które mogą być cytowane lub paść jakiegokolwiek innej formie duplikacji, posiadają tag rel=canonical wskazujący wyszukiwarkom stronę nadrzędną. Canonicale pomagają zredukować zamieszanie wokół strony, gdy inna witryna kradnie Twoją treść i tym samym produkuje duplicate content. Jeśli posiadasz produkty z podobnymi do siebie opisami i nazwami, użyj tagu canonical zamiast przekierowania adresu. Aha, niech Ci nie przyjdzie do głowy ustawić canonicala wszystkich podstron na stronę główną (wiem, to dziwne ale się zdarza).

47. Uporządkuj dynamiczne adresy URL

Jeśli Twoje adresy URL są adresami dynamicznymi (na przykład takimi: *www.jakas-tam-strona-czy-cos-nie-wiem-co-tam-masz.pl/produkt/?filter-size=42-color=red*), musisz dostosować parametry w Google Search Console do tego, jak chcesz, żeby Google indeksowało Twoją stronę. W tym przypadku ograniczasz również duplikowanie treści.

48. www i bez www - adres kanoniczny

Pamiętaj aby wybrać jedną wersję, a drugą przekierować na tę wybraną. Dodatkowo - konfigurujesz Google Search Console po raz pierwszy? Pamiętaj, żeby dodać obie wersje swojej witryny: z www i bez www. Gdy to zrobisz, ustaw preferowaną wersję witryny także i tam.

49. Masz jakieś subdomeny?

Podobnie jak w poprzednim punkcie, jeśli posiadasz wiele subdomen, umieść je w Google Search Console jako nowe właściwości, żeby uzyskać wszystkie dane na ich temat.

50. Wiele odmian treści

Jeśli tworzysz nowe treści, zastanów się, jak można przenieść je do formatu wideo, live streamu na Facebooku czy prezentacji na Slideshare itp.

51. Nie zapomnij dodać swojego adresu IP w Google Analytics

Nie wiem jak to skomentować ;) Just do it.

52. Uważaj z reklamami na mobile

Usuń wyskakujące okienka i reklamy pełnoekranowe z wersji mobilnej strony. Od kiedy Google ogłosił w styczniu 2017 roku, że [będzie nakładał kary na strony stosujące natrętne pop-up'y i okna full screen](#), raczej unikamy takich rozwiązań na małych ekranach.

53. Przeglądaj backlinki konkurencji

Wyłapuj te mocniejsze i najwyczejniej staraj się tam jakoś wbić ze swoim sajtem. Stara jak węgiel i skuteczna ja AK47 technika.

54. Sprawdzaj także ich treści

Kiedy zastanawiasz się nad tym, jaki rodzaj treści stworzyć, użyj narzędzi, takich jak np. BuzzSumo, żeby sprawdzić najlepsze treści swojej konkurencji.

55. Influencer może pomóc - ale nie zawsze

Jeśli pracujesz z influencerem, zawsze zawieraj z nim umowę. Chcesz mieć pewność co do tego, czego on oczekuje od Ciebie i czego Ty chcesz od niego.

56. Porządek w CSS muss sein!

Jeśli ukrywasz „divy” w swoich arkuszach CSS, skończy z tym i posprzątaj w kodzie strony. Łącz arkusze CSS i minimalizuj je (w Wordpressie zrobisz to wtyczką).

57. Fresh, dynamic content

Świeży content może nieco dopalić Twoje rankingi. Nie musi to być nowa treść na Twojej stronie głównej. Może ona pochodzić np. z Twojego bloga. Dodawanie newsów jest niezmiernie ważne z punktu widzenia SEO - to także świetny pomysł na "upychanie" dodatkowych fraz, odpowiedzi na pytania pod knowledge graph oraz zwykłe budowanie zaangażowania i ściąganie ruchu.

58. Pamiętaj o breadcrumbs

Dodanie okruszków do strony nie tylko poprawi Twoje SEO, ale też wrażenia użytkowników.

59. Łańcuchy przekierowań są złe

Unikaj długich łańcuchów przekierowań, żeby wyszukiwarki mogły szybciej przeszukiwać Twoją witrynę.

60. Dbaj o jakość zdjęć

Z jednoczesną troską o ich rozmiar i wagę! Jeśli umieszczasz obrazy – zadbaj o to, żeby było coś na nich widać. Tego typu obrazy lepiej się skalują, a co za tym idzie, zapewniają lepszą jakość obrazu na różnych urządzeniach i rozdzielczościach. Większość z nas jest wzrokowcami - ledwo widoczne miniaturki nie sprzedają.

61. Stosuj rel="nofollow"

Linki nofollow były pierwotnie używane do oznaczania płatnych linków. Obecnie, większość stron używa nofollow do linków wychodzących, które odsyłają do witryn niskiej jakości lub tych, z którymi nie chcą dzielić się "szmocą". Zablokuj tym tagiem wszystkie externale, które nie zasługują na splendor Twojej domeny.

62. Allo, Allo!

Odkąd Google uruchomiło aplikację Google Allo, warto zainteresować się tym, jak zwiększyć jakość opinii i recenzji własnego lokalnego biznesu. Firmy w najbliższym sąsiedztwie z super opiniami zyskują najwyższy priorytet. I owszem, ten komunikator nie przebija się zupełnie - ale to produkt i [ciekawostka Googlowa](#). A poza tym opinie są ważne!

63. Take a NAP

Upewnij się, że Twój NAP (name, address, phone) w lokalnych cytowaniach jest **taki sam we wszystkich kanałach**. To ważne dla wzmiankowania, które opisałem gdzieś wyżej.

64. Dłuższy meta title

Zdecydowanie warto wyrównać do nowych standardów, czyli ~70 zzs lub 600px na desktopie - i 78 zzs dla mobile. Fraza kluczowa maksymalnie 3 razy.

65. Dłuższe meta description

Nie zapomnij o meta description - i tu były zmiany, które warto nadgonić: na dekstopie to teraz nawet 320 zzs, co daje niekiedy 4-6 linijek tekstu! Na mobile to 172 zzs, więc jest moc.

66. Hosting też ma znaczenie

Posiadanie domeny hostowanej prywatnie nie wpłynie na wyniki Twojej strony, ale gdy korzystasz ze współdzielonego hostingu, Twoja strona może się słabiej indeksować. Indeks wyszukiwarek bazuje na adresach IP i gdy tych adresów pojawia się wiele, wyszukiwarki dostają zbyt dużo sygnałów. Słowem: oszczędność nie zawsze popłaca.

67. PPC to świetny poligon testowy

Chcesz przetestować swój sajt? Jego UX, łatwość konwersji i usability? Jeśli chcesz pojawić się na pierwszej stronie wyników wyszukiwania, uruchom płatną kampanię na słowa kluczowe związane i niezwiązane z Twoją marką, na które chcesz się pozycjonować. Wypróbuj je i eksperymentuj z nimi, żeby ustalić, które frazy kluczowe działają na Twoją korzyść, sprawdź jak to wszystko gra i czy użytkownik sobie radzi z serwisem - a następnie zaimplementuj najlepsze frazy w SEO dla wyników organicznych, wcześniej upewniając się że wyeliminowałeś wszystkie ewentualne błędy.

68. Zapomnij o ścisłym dopasowaniu

Nie musisz używać słów kluczowych w dopasowaniu ścisłym. Google potrafi powiązać słowa zbliżone tematycznie dzięki wyszukiwaniu semantycznemu.

69. Gęstość słów kluczowych jest passee

Jeśli próbujesz stworzyć strukturę segmentów słów kluczowych bazując na ich gęstości, daj se spokój. Gęstość słów kluczowych już od dłuższego czasu nie ma żadnego znaczenia.

70. Grupuj frazy kluczowe

Nie optymalizuj podstron pod jedną frazę kluczową - łącz je w grupy, synonimizuj, odmieniaj. Jeśli linkujesz wewnętrznie, nie musisz używać w linkach swoich słów kluczowych. Ale na

pewno okaże się pomocne, jeśli treści otaczające link będą związane z głównymi słowami kluczowymi.

71. Call to action

Na każdej podstronie tak ze dwa razy - above the fold i below the fold. Spersonalizuj call to action na podstawie odnośników. Możesz też użyć do tego lokalizacji i słów kluczowych z zapytań.

72. Śledź każdy ruch użytkownika

Sprawdź HotJar czy inne narzędzie do generowania heat mapy i śledzenia kliknięć. Podstawy znajdziesz także w Analyticsie i przeglądarce Chrome. Możesz też zaimplementować na swoich stronach AMP śledzenie przewijania, które dostępne jest w Google Tag Manager.

73. Cacheowanie jest ważne

Gdy pracujesz z influencerami lub umieszczasz swoje treści na innych stronach internetowych, sprawdź kiedy ostatnio były one cache'owane za pomocą komendy „cache: URL”. Jeśli od ostatniego cache'u minęło więcej niż miesiąc – umieść swój content w innym miejscu.

74. Głosowe zapytania lokalne

Zapytania głosowe z uwzględnieniem lokalizacji będą coraz popularniejsze. Rozważ umieszczenie takich wyrażeń, jak np. „blisko mnie” lub "w okolicy", w treści i strategii reklamowej. Buduj treści w tonie konwersacyjnym, żeby pojawiać się w wynikach na zapytania głosowe.

75. Share, like, follow

Zakładki społecznościowe nadal mają znaczenie, ale rozwijają się przede wszystkim w kierunku społeczności. To, jak angażujesz się w sieci społecznościowe jest jednoznaczne z tym, jak być może zaangażują się w Twoją markę inni użytkownicy. Ułatw im to poprzez szybki dostęp do najważniejszych "social signals" bezpośrednio w Twojej witrynie.

76. Wyszukiwanie wizualne? Pinterest.

Detaliści i marki e-commerce powinny włączyć wyszukiwanie wizualne do swojej strategii marketingowej. Pinterest jest liderem w [wyszukiwaniu wizualnym](#). Daje on możliwość uwydatnienia fragmentu obrazu a następnie stworzenia zapytania adekwatnego do fragmentu, dzięki któremu będzie ono mogło zostać wyszukane. Google Lens i inne aplikacje również wkraczają do tej gry. Powoli.

77. Chatbot is a good bot

Dzięki sztucznej inteligencji obserwujemy wzrost liczby chatbotów. Chatboty umożliwiają markom interakcję z ich konsumentami w bardziej ludzki sposób. H&M jest przykładem marki, która dobrze wykorzystuje chatboty.

78. Nowa domena - krótka domena

Jeśli wybierasz nazwę dla domeny – postaraj się nie przekroczyć 15 znaków. Krótsze domeny są łatwiejsze do zapamiętania.

79. Pisz własne opisy produktowe

Jeśli prowadzisz sklep internetowy, nie używaj opisów produktów dostarczanych przez ich producenta. Poświęć czas na przeredagowanie opisów tak, aby zaangażować użytkownika i wyszukiwarki... oraz mieć coś oryginalnego, w przeciwieństwie do pozostałych 78 resellerów, którzy dostali od hurtowni ten sam stock produktowy.

80. Kara ręczna, czyli filtr

Dziś to już nie tylko pokłosie inwestycji w SWL. Powodów może być więcej - w tym także atak hakerski czy nieuczciwa konkurencja. Jeśli zauważyłeś nagły spadek ruchu na Twojej stronie, może być to spowodowane karą od Google. Sprawdź w Google Search Console, czy nie dostałeś powiadomienia o nałożeniu kary ręcznej.

81. Spadki to nie zawsze Twoja wina

Z Google się nie wylatuje (no, poza banem). W Google zamieniasz się miejscami z bliższymi lub dalszymi sąsiadami. Nagły spadek w ruchu na stronie może też być skutkiem utraty słów kluczowych. Sprawdź, czy Twoja konkurencja nie zaczęła pozycjonować się na podobne frazy kluczowe co Ty, publikując nowe treści. To, że Twoja domena spadła z 3 na 8 pozycje nie zawsze znaczy że Ty coś źle zrobiłeś/nie zrobiłeś wcale - to może zwyczajnie oznaczać, że ktoś zrobił coś lepiej lub zwyczajnie zainwestował więcej.

82. Progressive Web App (PWA)

Przetestuj Progressive Web App (PWA) w kontekście nowego indeksu mobile-first. PWA dostarczy stronę mobilną, jeśli użytkownik wejdzie na nią ze swojego smartfona. Duże marki, takie jak The Weather Channel już to testują, a Ty nie chcesz zapewne pozostać w tyle. PWA są korzystne dla marek, które generują przychody dzięki reklamom. To doskonała alternatywa dla AMP.

83. Długi ogon - lepsza konwersja

Nic odkrywczego, ale tak często o tym zapominamy (no dobra, nie my - to klienci). Jak myślisz, z której frazy Twój klient - stomatolog będzie miał lepszą konwersję: "dentysta" czy "dentysta Warszawa Praga Północ"?

84. Guest blogging

Posty gościnne nie są najlepszym sposobem na budowanie profilu linkowego, ale są dobre do tworzenia treści i zaangażowania. Warto czasem wpuścić kogoś do siebie.

85. Local Inventory Ads

Możesz zachęcić użytkowników do przeglądania Twojego lokalnego sklepu za pośrednictwem Google, jeśli skorzystasz z jego programu Local Inventory Ads.

86. Konkurencja między Twoimi stronami

Jeśli posiadasz wiele stron konkurujących ze sobą o podobne słowa kluczowe, rozważ połączenie ich treści w jedną, długą, bogatą formę. Dbanie, linkowanie i promowanie np. 4 serwisów może zakończyć się tym, że żaden z nich nie będzie zadbane w 100%. Czasem warto zrobić coś raz a porządnie.

87. Kanibalizacja słów kluczowych

To popularne i pracogenne zjawisko - lepiej unikaj go od samego początku, planując strukturę i tworząc treści. Zaoszczędzisz w ten sposób sporo czasu i pracy przy odkręcaniu tego.

88. Bing Webmaster Tools

Pewnie wiele tego nie będzie, ale może jakiś zabłąkany użytkownik, który wklepie coś do okna przeglądarki na świeżo zainstalowanym Windowsie zechce kliknąć w Twój link? Zrób to niezbędne minimum i dodaj swoją witrynę do <https://www.bing.com/toolbox/webmaster>

89. Sprawdzaj błędy indeksowania

Błędy 404 to często utrata cennego linkowania oraz marnotrawstwo crawl budget. Sprawdzaj regularnie Search Console czy ich nie przybywa.

90. Odpytaj nagłówki http i zrób przekierowania

Sprawdź wszystkie najpopularniejsze wariacje i upewnij się, że nie masz tam odpowiedzi 404. Polecam <https://httpstatus.io/>

91. Stosuj dane strukturalne

Mikroformaty i mikrodane zgodne ze Schema.org to absolutny must have - wybierz te, które pasują do Twojej witryny i po implementacji sprawdź koniecznie testerem Googleowym.

92. Nie kupuj social signals

Niech Cię nie zwiedzie dobra promo cena na Allnegro - lajki z Indii i Pakistanu to syf.

93. Ukryj jałowe treści noindex, nofollow

Regulamin, polityka prywatności, polityka cookies, strona logowania, koszyk itd itp - po co Google ma tracić na to prąd?

94. Javascript do footera

Co się da, jeśli się da - przenieś skrypty JS z sekcji head do sekcji footer. Sprawdź jednak, czy nie wyrzacza to witryny ;)

95. Pamięć podręczna przeglądarki

Wykorzystuj ją. Przyspiesza ładowanie witryny - pomaga tym samym użytkownikom a i daje pozytywny sygnał wyszukiwarce.

96. Określ wersję językową

Wiem, to banalne - ale zdziwiłbyś się ile witryn bez href langu trafia do nas do optymalizacji. Pamiętaj aby ustawić to także w GSC.

97. Bądź na Twitterze

Pamiętaj, że w myśl umowy podpisanej między Big G a ćwierkaczem, 300 milionów użytkowników generuje tweety, które **są indeksowane w SERP**. Nie wspominając już o linku z serwisu, który w zamierzchłych czasach czasach page Ranku, jako jeden z niewielu, posiadał wartość 10! ;)

98. Najlepsza opinia? 4,8/5!

Tak, tak, "naukowcy z Ameryki odkryli..." ;) Coś w ten deseń - jak jest za nisko: dupa. Jak za idealnie: też kręcą nosem. Także jedna niższa ocena to wcale nic złego.

99. Zabezpiecz się przed atakami

Aktualizuj CMS, zmieniaj co jakiś czas hasła (i daj się ponieść) no i generalnie uważaj co robisz - dźwignięcie się po ataku hakerskim bywa czasami trudne, jeśli przegapisz odpowiedni moment.

100. Pisz, publikuj, linkuj

To dziś główny klucz do sukcesu - twórz treści na blog, na media społecznościowe, content marketingowo i jak tylko się da. Przestrzegaj zasad copywritingu SEO i zawsze sprawdzaj gdzie publikujesz treści.

101. Nie linkuj z Forbes'a

Podobno nie działa (says Google) :) No chyba że jesteś idealistą i chodzi Ci o coś więcej niż sam link - to wiadomo, go for it ;)

102. Nie walcz z algorytmem - współpracuj z nim

Tu podzielę czytelników na dwie grupy, ale cóż - ja reprezentuję tę hippisowską część branży: żyjemy sobie z algorytmem w symbiozie niczym borowik szlachetny i dąb ;) Nie walczymy ze sobą, staramy się zrozumieć i tolerować. No - przynajmniej ja :D

[KONIEC]