

O optymalizacji

SEO

stron internetowych



RACY MIND

O PUBLIKACJI

E-book powstał w celu zwrócenia uwagi twórcom stron oraz osobom zarządzającym serwisami internetowymi na problem optymalizacji SEO. Z moich obserwacji wynika, że niewielu klientów ma świadomość co to jest SEO i jak efektywnie się tym zająć. Bez tej podstawowej wiedzy nie są w stanie w pełni ocenić efektów pracy firmy, która podjęła się stworzenia strony internetowej.

W publikacji tej nie znajdziesz wskazówek jakie słowa kluczowe dobrać ani jak tworzyć pod ich kątem treść. Nie znajdziesz także informacji jak pozycjonować stronę w Google. Dlaczego? Z prostego powodu, moja firma nie zajmuje się pozycjonowaniem. Nie posiadam kompetencji, by nauczać tego innych. W takim razie do czego mi się przyda ten e-book? Pokaże ci jak zoptymalizować stronę pod wyszukiwarki. **Optymalizacja SEO jest pierwszą, najważniejszą rzeczą jaką musimy zrobić, jeżeli chcemy osiągnąć wysokie pozycje w wynikach Google.**

Część pierwsza zawiera praktyczne informacje jak zoptymalizować kod. Dedykowana jest osobom zajmującym się tworzeniem stron www. Mimo dużej ilości technicznej wiedzy zalecam, by także osoby niezajmujące się tworzeniem stron internetowych przejrzały tę część. Dzięki temu dowiedzą się na co zwracać uwagę przy zleceniu stworzenia serwisu www.

Część druga dedykowana jest osobom, które zarządzają stronami. Informacje zawarte w tej części pomogą ci tworzyć treść przyjazną dla wyszukiwarek - optymalizacja SEO to ciągły proces, który wcale się nie kończy wraz z uruchomieniem serwisu.

Autor: Łukasz Socha

Oprawa graficzna: Ewa Brzozowska

Data publikacji: Lipiec 2014

Kontakt:

Racy Mind

tel. 790 555 613

biuro@racymind.pl

www.racymind.pl

Publikacja materiału w innych miejscach tylko za wiedzą i zgodą autora.



RACY MIND



SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ 1. OPTIMALIZACJA SEO KODU STRONY	4
Duplikowanie treści	5
Canonical	6
Stronicowanie	6
Optymalizacja kodu HTML i CSS	7
Cache'owanie po stronie przeglądarki	8
Nagłówek HTTP Vary	8
Kompresja gzip	9
Kompresja kodu CSS i JavaScript	10
CZĘŚĆ 2. EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE STRONĄ	11
Tytuł i opis strony w wynikach wyszukiwania	12
Tytuł strony	12
Opis strony	13
Dodawanie obrazków a SEO	15
Mapa strony dla Google	17
Generowanie mapy strony w WordPressie	17
Generowanie mapy strony w innych systemach CMS	18
Dodawanie mapy w Google Webmasterzy	19
Indeksowanie stron	20
Zarządzanie indeksowaniem za pomocą kodu HTML	20
Zarządzanie indeksowaniem w WordPressie	21
Jakie strony indeksować, a jakie nie?	22
Linki dofollow i nofollow	23
Anchor tekst w linkach	26
Przekierowania 301, czyli jak nie stracić pozycji w Google	27
Opis rozszerzony czyli Rich Snippets	28
PRZYDATNE MIEJSCA W SIECI	31

Część 1

OPTYMALIZACJA SEO KODU STRONY

Tworząc stronę internetową web developerzy powinni zwracać dużą uwagę na optymalizację SEO. Stworzenie strony jest dla klienta dopiero początkiem drogi do określonego celu. Naszym zadaniem jest pomóc mu w tym tworząc dobrej jakości kod.

DUPLIKOWANIE TREŚCI

Jedną z podstawowych rzeczy o jaką musisz zadbać jest **unikanie duplikowania treści** na różnych podstronach. Żeby doprowadzić do takiej sytuacji wcale nie trzeba umyślnie umieścić takiego samego tekstu na różnych podstronach.

Jeżeli w żaden sposób nie zabezpieczysz strony przed takim zjawiskiem, strona główna będzie dostępna aż z czterech adresów:

- » `http://www.domena.pl`
- » `http://domena.pl`
- » `http://domena.pl/index.php`
- » `http://www.domena.pl/index.php`

Google potraktuje je jako cztery, różne podstrony z identyczną treścią. Możesz temu zaradzić kilkoma linijkami kodu w pliku *htaccess*

Przekierowanie z „www” na „bez www”

```
RewriteCond %{HTTP_HOST}/s${HTTPS} ^www\.(.*)//((s)on|s.*)$ [NC]
RewriteRule ^ http%3://%1%{REQUEST_URI} [L,R=301]
```

Przekierowanie z „bez www” na „www”

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^www\. [NC]
RewriteRule ^(.*)$ http://www.%{HTTP_HOST}/$1 [R=301,L]
```

Przekierowanie z index.php lub index.html na główny adres

```
RewriteCond %{THE_REQUEST} ^.*\/index\.(php|html|htm)
RewriteRule ^(.*)index\.(php|html|htm)$ /$1 [R=301,L]Canonical
```

Canonical

Powyższy kod nie eliminuje wszystkich przypadków duplikacji treści. W sklepach internetowych zazwyczaj istnieje możliwość posortowania produktów (np. według ceny, nazwy). W takiej sytuacji adres może wyglądać tak:

- » <http://www.domena.pl/nazwa-kategorii>
- » <http://domena.pl/nazwa-kategorii?sort=price&order=asc>

Dla Google są to dwie, oddzielne podstrony z identyczną treścią (produkty są tylko w innej kolejności). W takiej sytuacji powinno się „poinformować” Google o źródle oryginalnej treści za pomocą **canonical**. Dla strony <http://domena.pl/nazwa-kategorii?sort=price&order=asc> kod będzie wyglądał tak:

```
<link rel="canonical" href="http://domena.pl/nazwa-kategorii" />
```

Znacznik ten umieszcza się w sekcji head. Warto pamiętać, że *canonical* jest dla wyszukiwarki tylko **wskazówką**, a nie dyrektywą (jak na przykład meta tag robots). Oznacza to, że wyszukiwarka na ogół będzie stosować się do sugestii z *rel="canonical"*, ale nie musi tego robić zawsze.

Stronicowanie - prev i next

Jeżeli na stronie występuje stronicowanie (paginacja), a więc wyświetlana jest lista elementów na wielu podstronach zaleca się „poinformować” wyszukiwarkę o powiązaniu danej podstrony z innymi. Dla strony http://domena.pl/nazwa-kategorii_strona-2 znaczniki będą wyglądać następująco:

```
<link rel="prev" href="http://domena.pl/nazwa-kategorii" />  
<link rel="next" href="http://domena.pl/nazwa-kategorii_strona-3" />
```

One także powinny być umieszczone w sekcji *head*.

OPTIMALIZACJA KODU HTML I CSS

Jednym z najważniejszych zadań web developera jest napisanie poprawnego kodu. Kod pisany zgodnie z wytycznymi organizacji W3C wpływa korzystnie na pozycję w wynikach wyszukiwania. Niestety nie ma konkretnego przepisu jak pisać idealny kod, ale istnieje kilka ogólnych zasad:

- » Stosować znaczniki HTML zgodnie z przeznaczeniem - np. nawigacja powinna być zbudowana na listach, natomiast tekst powinien być wewnątrz znacznika akapitu.
- » Dodawać zawsze znaczniki z tytułem i opisem strony.
- » Wykorzystywać nagłówki w odpowiedni sposób. Najważniejsza fraza powinna się znaleźć w *h1*, kolejne w *h2*, *h3* itd.
- » Opisywać obrazki za pomocą atrybutu *alt*. Opis nie może być zlepkiem kilku słów kluczowych, tylko wyjaśniać w naturalnym języku zawartość grafiki.
- » Stosować pogrubienia i podkreślenia (znaczniki: *b*, *strong*, *u*) w naturalny sposób. Google, podobnie jak nasz wzrok, zwraca uwagę na ważność fragmentu tekstu.
- » Poszczególne strony nie powinny zawierać zbyt wiele linków.
- » Zwracać uwagę na nagłówki HTTP. Jeżeli podstrona zawiera treść błędu 404, powinna zwracać status 404.
- » Ograniczyć ilość zapytań HTTP do minimum.
- » Optymalizować kod JS i CSS - można na przykład usunąć z kodu zbędne, białe znaki.
- » Stosować odpowiednie formaty zapisu grafik. Jeżeli obrazek nie musi posiadać przezroczystego tła zapisz go jako gif, jpg albo png bez kanału przezroczystości.
- » Niektóre skrypty JS mogą być wczytywane asynchronicznie. Dzięki temu strona szybciej się ładuje. Jeżeli chcesz ładować plik asynchronicznie dodaj do znacznika *script* atrybut *async*.
- » Korzystać z mechanizmu cache'owania w pliku *htaccess*.
- » Korzystać z kompresji gzip.
- » Tworzyć mapę strony dla Google.
- » Nie indeksować zbędnych podstron.
- » Testować [stronę narzędziami od Google](#) i stosować się do zaleceń.

Cache'owanie po stronie przeglądarki

Poza różnymi sposobami cache'owania strony po stronie PHP istnieje możliwość wykorzystania tego mechanizmu po stronie przeglądarki, za pomocą reguł w pliku *htaccess*:

```
#cache css, javascript and text files for one week
<FilesMatch „.(css|txt)$”>
Header set Cache-Control „max-age=604800”
</FilesMatch>

#cache flash and images for one month
<FilesMatch „.(flv|swf|ico|gif|jpg|jpeg|png)$”>
Header set Cache-Control „max-age=2592000”
</FilesMatch>

#disable cache for script files
<FilesMatch „\.(pl|php|cgi|spl|scgi|fcgi)$”>
Header unset Cache-Control
</FilesMatch>
</IfModule>
```

Za pomocą *FilesMatch* podaje się nazwę pliku (z wykorzystaniem wyrażeń regularnych). Z kolei w *max-age* ustawia się czas (w milisekundach) przechowywania pliku w pamięci przeglądarki.

Nagłówek HTTP Vary

Jeżeli tworzysz stronę responsywną warto zwrócić uwagę na nagłówek **HTTP Vary**.

Nagłówek HTTP Vary ma dwie ważne i przydatne funkcje:

- » Informuje serwery pamięci podręcznej, że przy podejmowaniu decyzji o przestaniu strony z pamięci podręcznej trzeba wziąć pod uwagę klienta użytkownika. Bez nagłówka HTTP Vary serwer pamięci podręcznej może użytkownikom komórek błędnie udostępniać wersję strony HTML na komputery lub odwrotnie.
- » Pozwala Googlebotowi szybciej znajdować treści zoptymalizowane pod kątem komórek. Prawidłowy nagłówek HTTP Vary to jeden ze wskaźników, których Google używa podczas indeksowania adresów URL z takimi treściami.

Kompresja gzip

Apache dostarcza moduł *mod_deflate*, za pomocą którego można skompresować pliki po stronie serwera - korzystając z **gzip**. Dzięki temu rozwiązaniu zyskuje się **mniejszy transfer**, jednak kosztem **wiekszego zużycia procesora**. Przy większych stronach nadmierne obciążenie procesora może być problematyczne, a więc musisz oszacować, co w danym projekcie będzie korzystniejsze.

Włączanie *mod_deflate*

Jeżeli moduł jest już zainstalowany na serwerze wystarczy dodać w pliku *htaccess* poniższe reguły:

```
<IfModule mod_deflate.c>

AddOutputFilterByType DEFLATE text/plain

AddOutputFilterByType DEFLATE text/html

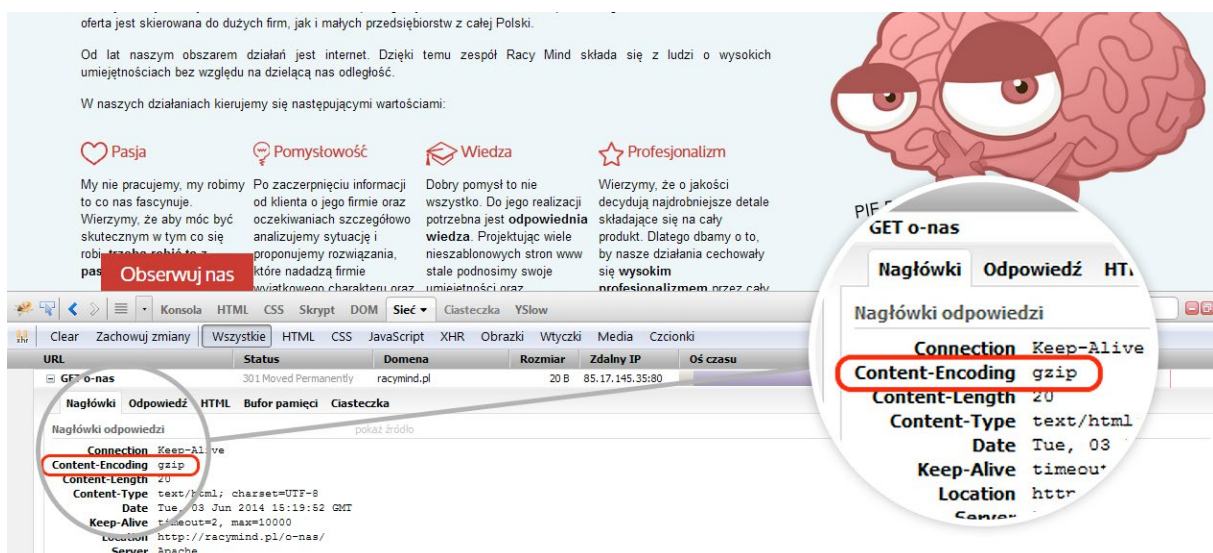
AddOutputFilterByType DEFLATE text/css

AddOutputFilterByType DEFLATE text/javascript application/x-javascript

</IfModule>
```

Czy strona korzysta z kompresji gzip?

Możesz łatwo sprawdzić, czy strona korzysta z kompresji gzip wykorzystując Firebuga. Wystarczy podejrzeć nagłówki HTTP.



The screenshot shows a web browser displaying the Racy Mind website. The website content includes a header with the text "oferta jest skierowana do dużych firm, jak i małych przedsiębiorstw z całej Polski." and a list of services: "Pasja", "Pomysłowość", "Wiedza", and "Profesjonalizm". The Firebug network panel is open, showing the "GET o-nas" request. The "Content-Encoding" header is highlighted with a red box, showing "gzip". The "Content-Type" header is also visible, showing "text/html".

Kompresja kodu CSS i JavaScript

Pisząc odpowiednio reguły CSS możesz zaoszczędzić nawet kilka KB, a więc warto poświęcić chwilę czasu na analizę struktury strony. Poza tym możesz usunąć zbędne, białe znaki z kodu (dzięki temu prostemu zabiegowi można **zmniejszyć plik nawet o kilkadziesiąt procent!**). W internecie znajdziesz wiele optymalizatorów kodu. O to kilka z nich:

- » <http://www.csscompressor.com/>
- » <http://devilo.us/>
- » <http://www.cleancss.com/> (tylko do CSS 2.1)

Podobnie sprawa wygląda z kodem JavaScript:

- » <http://javascriptcompressor.com/>
- » <http://jscompress.com/>
- » <http://refresh-sf.com/yui/>
- » <http://www.xtreeme.com/javascript-optimizer/>

Część 2

EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE STRONĄ

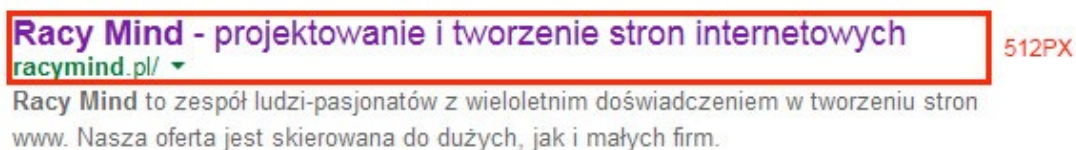
Optymalizacja kodu strony to dopiero początek przygody z SEO. Pewne zabiegi optymalizujące niezbędne są także przy tworzeniu treści.

TYTUŁ I OPIS STRONY W WYNIKACH WYSZUKIWANIA

Wypełniając serwis wszelaką treścią konieczne jest zadbanie o dwie, istotne kwestie - **tytuł** i **opis** strony. Są to najbardziej elementarne rzeczy w optymalizacji SEO.

Tytuł strony

Tytuł strony jest wyświetlany na pasku przeglądarki oraz w wynikach wyszukiwania. Umieszcza się go za pomocą znacznika *title*. Według najnowszych zaleceń Google, szerokość tytułu **nie może przekraczać 512px** na podstronach wyszukiwarki, a więc nie ma już sztywnego limitu ilości znaków (W zajmuje np. więcej miejsca na ekranie niż litera /:)).



Co zamieszczać w tytule?

Tytuł powinien zwięźle, w kilku słowach informować co zawiera dana strona. Dodatkowo można dodać jedno, dwa słowa kluczowe. Ważne jest, by każda podstrona serwisu miała **unikalny** tytuł. Spójrz na tytuły kilku podstron na stronie Racy Mind.

Strona główna:

```
<title>Racy Mind - projektowanie i tworzenie stron internetowych</title>
```

Podstrona *O nas*:

```
<title>O nas | Racy Mind - projektowanie i tworzenie stron internetowych</title>
```

Podstrona *Portfolio*:

```
<title>Portfolio | Racy Mind - projektowanie i tworzenie stron internetowych</title>
```

Główna część tytułu jasno informuje o nazwie firmy oraz czym się ona zajmuje. Fraza *projektowanie i tworzenie stron internetowych* jest wyrażeniem, na które strona jest pozycjonowana. Na każdej podstronie dodaję dodatkowo jej nazwę.

Opis strony

Nie ma jednoznacznej informacji czy opis strony wpływa na pozycję w wynikach, ale jest on bardzo ważny z innego powodu to on ma **zachęcić użytkownika do wejścia na twoją stronę**. Opis zamieszcza się za pomocą poniższego meta tagu:

```
<meta name="description" content="Opis strony" />
```

Opis strony powinien zawierać do 150 znaków. Przy większej licznie tekst może zostać ucięty.

Co zamieszczać w opisie strony?

Nie ma tu niestety idealnej rady. Tekst **powinien** informować jakie treści zawiera podstrona oraz ma za zadanie zachęcić użytkownika do odwiedzenia strony. Opis, podobnie jak tytuł, powinien być unikalny dla każdej podstrony.

Na głównej stronie Racy Mind opis wygląda tak:

```
<meta name="description" content="Racy Mind to zespół ludzi-pasjonatów z wieloletnim doświadczeniem w tworzeniu stron www. Nasza oferta jest skierowana do dużych, jak i małych firm." />
```

Zarządzanie tytułami i opisami podstron w WordPressie

Jeżeli strona zarządzana jest za pomocą WordPress możesz w łatwy sposób stworzyć **unikalny** tytuł i opis dla każdej podstrony serwisu. Polecam wykorzystać wtyczkę **All in One SEO Pack**. Jeżeli jej nie posiadasz, zainstaluj ją.

WordPress 3.9.1 jest już dostępny! Prosimy o wykonanie aktualizacji.

Zainstaluj wtyczki

Szukaj | Wyniki wyszukiwania | Wyślij na server | Polecamy | Popularne | Najnowsze | Ulubione

Słowo kluczowe: All in One SEO Pack Szukaj wtyczek 102 pozycje 1 z 4

Nazwa	Wersja	Ocena	Opis
All in One SEO Pack Szczegóły Zainstalowana	2.1.5	★★★★☆	All in One SEO Pack Optimizes your WordPress blog for SEO (Search Engine Optimization). Upgrade to Pro Version Premium Support XML Sitemap support - submit your sitemap to Google and Bing and improve your SEO Google Analytics support Support for SEO on Custom Post Types Advanced Canonical URLs Fine tune Page Navigational Links Built-in API so other plugins/themes can access and extend function... Autor: Michael Torbert .
WooCommerce - All in One SEO Pack Szczegóły Zainstaluj	1.3.2	★★★★☆	This Plugin extends the All in One SEO Pack Plugin (by Michael Torbert) to display the All in One SEO Pack dialog on the Add/Edit Products screen within WooCommerce. Without this Plugin you cannot add/edit/manage All in One SEO Pack meta details which is why I developed this solution. Some features: Title Description Keywords Title Attributes Menu Title Disable Product For more information v... Autor: Visser Labs .
All in One SEO Pack Importer Szczegóły Zainstaluj	.1.2	★★★★☆	Imports SEO data from Thesis to All in One SEO Pack. This is useful if You are leaving Thesis for a different theme or You prefer the superior SEO of All in One SEO Pack

Po udanej instalacji wtyczka jest gotowa do działania. W edycji dowolnego wpisu lub strony pojawi się w dolnej części wpisu dodatkowy panel **All in One SEO Pack**. Możesz dodać tytuł oraz opis wypełniając poniższe pola formularza.

All in One SEO Pack

[Upgrade to All in One SEO Pack Pro Version](#)

[Help](#)

[Preview Snippet](#)

O nas | Racy Mind - projektowanie i tworzenie stron internetowych

<http://racymind.pl/o-nas/>

Racy Mind to zespół ludzi-pasjonatów z wieloletnim doświadczeniem w tworzeniu stron www. Nasza oferta jest skierowana do dużych, jak i małych firm.

Title

0 characters. Most search engines use a maximum of 60 chars for the title.

Description

Racy Mind to zespół ludzi-pasjonatów z wieloletnim doświadczeniem w tworzeniu stron www. Nasza oferta jest skierowana do dużych, jak i małych firm.

147 characters. Most search engines use a maximum of 160 chars for the description.

DODAWANIE OBRAZKÓW A SEO

Na dzień dzisiejszy żadna wyszukiwarka (nawet Google) nie potrafi odczytać zawartości obrazka. Istnieje jednak sposób na poinformowanie wyszukiwarki o tym, co zawiera grafika. Do tego celu służy atrybut *alt*. Wewnątrz tego atrybutu zaleca się umieszczenie zwięzłego opisu (w kilku słowach) zawartości obrazka.

Jest jeszcze jedna rzecz, na którą warto zwrócić uwagę. Jest nią ... nazwa pliku. Nazwa powinna jasno opisywać co zawiera grafika. Dzięki tej prostej czynności zwiększymy swoje szanse na wysoką pozycję w *Google Grafika*.

Przykład

Jako przykład wykorzystam grafikę z wpisu na naszym blogu - ze zmianami logo Shell na przestrzeni lat.



Prawidłowe zamieszczenie obrazka wygląda następująco:

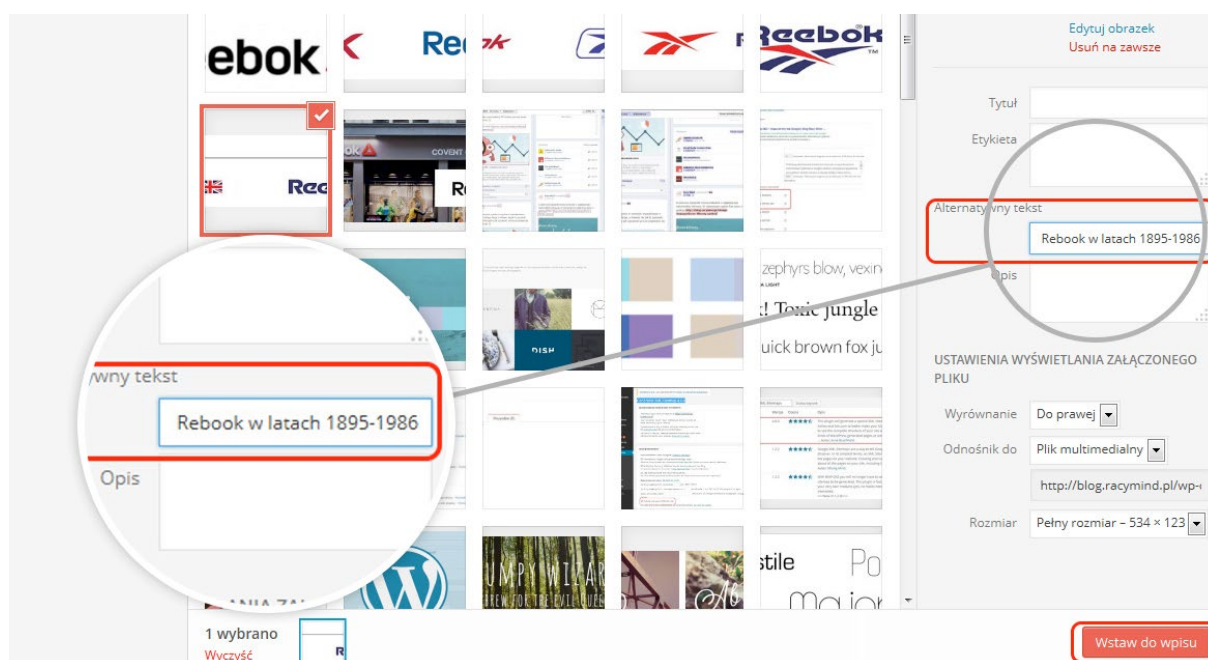
```

```

Już widzisz o co chodzi? Nazwa pliku nie jest zlepkiem przypadkowych liter, ale zawiera informację o czym jest grafika. Dodatkowo w atrybucie alt opisuję obrazek w taki sposób, by nawet bez jego wyświetlenia było wiadomo co na nim znajduje się.

Publikacja grafiki w WordPressie

Jeżeli korzystasz z WordPress możesz opisać obrazek wypełniając odpowiednie pola formularza przy dodawaniu „medium” do wpisu.



MAPA STRONY DLA GOOGLE

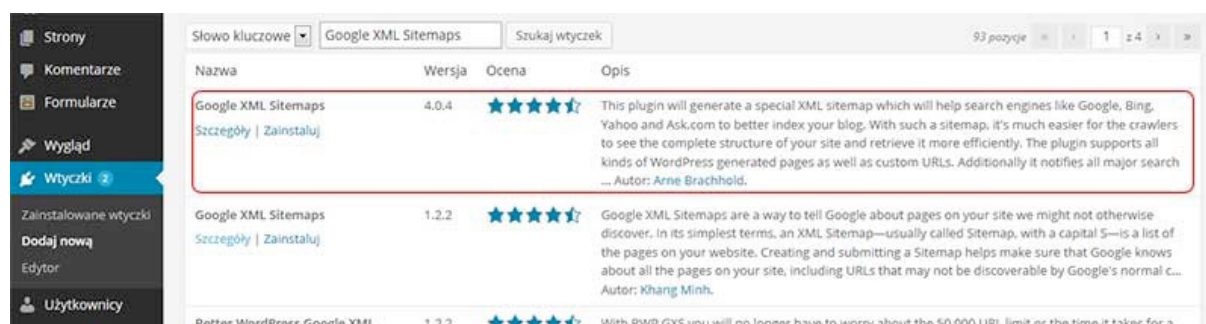
Podstawą jakichkolwiek działań jest obecność w wyszukiwarkach internetowych (głównie w Google). Możesz przyspieszyć pojawianie się podstron serwisu w Google dodając **mapę strony**.

Mapa strony dla Google jest dokumentem xml zawierającym adresy do wszystkich podstron serwisu wraz z datą ostatniej aktualizacji. Jeżeli jesteś ciekaw jak wygląda taka mapa możesz podejrzeć [mapę naszego bloga](#).

Generowanie mapy strony w WordPressie

Mając teoretyczną wiedzę na temat map możemy przejść do jej wygenerowania. Na początek pokażę **jak to zrobić w WordPressie**.

We wszystkich, swoich serwisach korzystam z wtyczki **Google XML Sitemaps**. Tobie też polecam jej instalację.



Domyślnym formatem mapy strony jest *html*, a my potrzebujemy pliku *xml*. Na szczęście możemy to w łatwy sposób zmienić w ustawieniach wtyczki. **Odznaczyć** zaznaczone poniżej pole i zapisz zmiany.

WordPress 3.9.1 jest już dostępny! [Prosimy o wykonanie aktualizacji.](#)

Generator XML-Sitemap 4.0.4

Search engines haven't been notified yet

The URL to your sitemap index file is: <http://racymind.eu/sitemap.xml>

Search engines haven't been notified yet. Write a post to let them know about your sitemap.

If you encounter any problems with your sitemap you can use the [debug function](#) to get more information.

Version 4 of the XML Sitemap Generator introduces a new, more efficient format for your sitemap. [Dowiedz się więcej](#)

Opcje podstawowe

Powiadomienia o aktualizacjach: [Dowiedz się więcej](#)

- ☒ Powiadomij Google o aktualizacjach twojego bloga
Rejestracja nie jest wymagana, ale możesz sprawdzić [Google Webmaster Tools](#) aby kont...
- ☒ Notify Bing (formerly MSN Live Search) about updates of your Blog
No registration required, but you can join the [Bing Webmaster Tools](#) to check crawling statistics.
- ☒ Add sitemap URL to the virtual robots.txt file.
The virtual robots.txt generated by WordPress is used. A real robots.txt file must NOT exist in the blog directory!

Zaawansowane opcje: [Dowiedz się więcej](#)

Spróbuj zwiększyć limit pamięci do: (np. "4M", "16M")

Spróbuj zwiększyć limit czasu wykonywania do: (w sekundach, np. "60" lub "0" dla nieograniczonego)

Załącz arkusz stylu XSLT: (Absolutna lub relatywna ścieżka to twojego pliku .xsl) ☒ Use default

- ☒ Include sitemap in HTML format
- ☐ Allow anonymous statistics (no personal information) [Dowiedz się więcej](#)

Pozostałe opcje możesz zostawić bez zmian. Wygenerowana mapa dostępna jest pod adresem <http://adres-twojej-strony.pl/sitemap.xml>

Generowanie mapy strony w innych systemach CMS

Jeżeli korzystasz z innego CMS niż WordPress możesz wykorzystać jeden z poniższych dodatków:

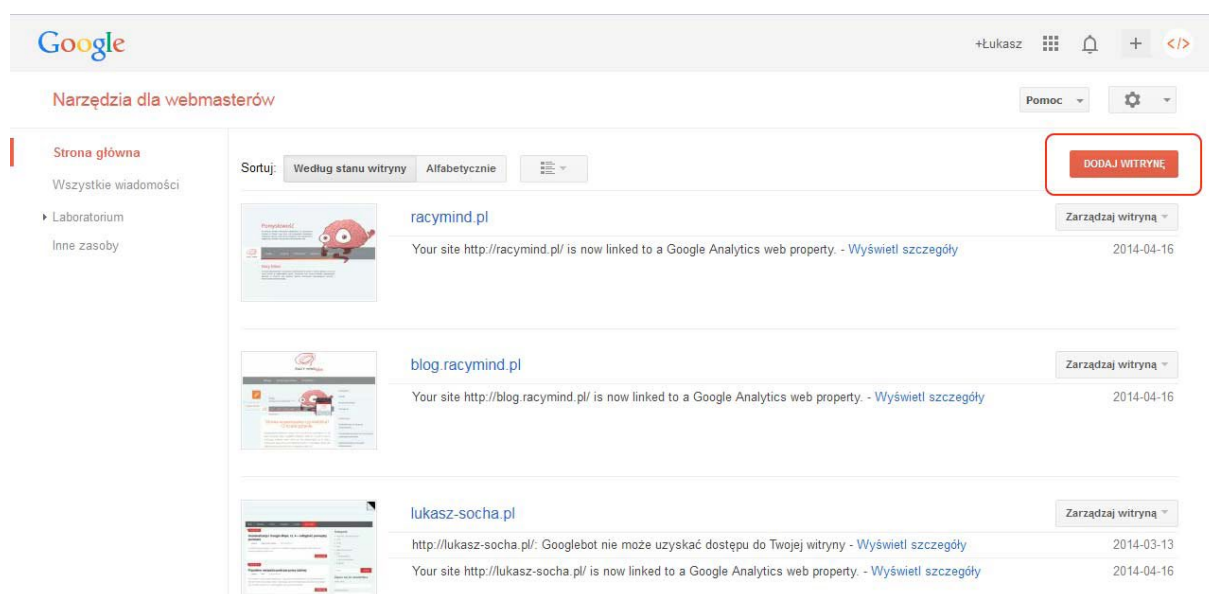
- » Drupal - [XML sitemap](#)
- » Joomla! - [Xmap](#)
- » Typo3 - [Google siteamp](#)

Jeżeli nie korzystasz z żadnego z wymienionych systemów, użyj [generatora online](#), który stworzy plik

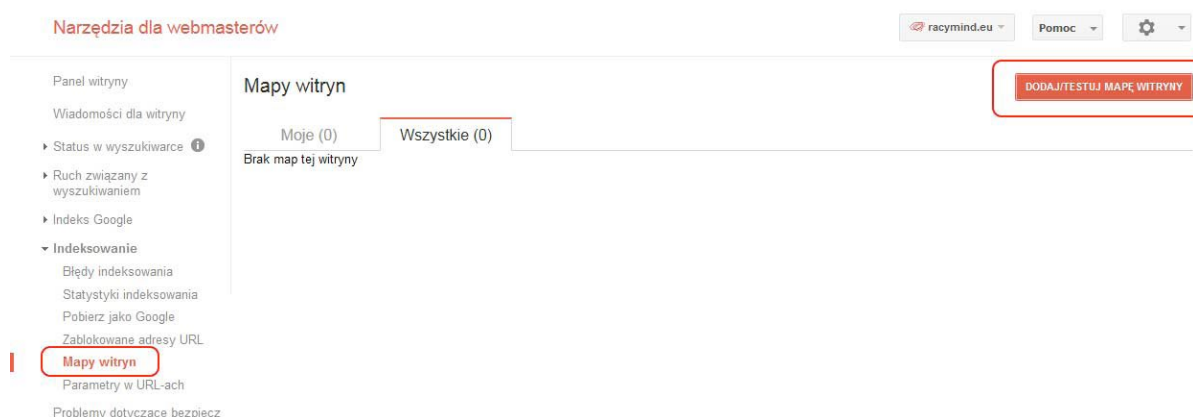
z mapą do wgrania na serwer FTP. Wadą tego rozwiązania jest konieczność ręcznej aktualizacji pliku z mapą. W takiej sytuacji warto zastanowić się, czy nie lepiej zwrócić się do programisty z prośbą o stworzenie generatora, który będzie aktualizował linki na bieżąco :)

Dodawanie mapy w Google Webmasterzy

Ok, masz już wygenerowaną mapę. Musisz ją jeszcze dodać do narzędzia *Google Webmasterzy*. Przejdź na stronę [Google Webmasterzy](#) i zaloguj się (wymagane jest posiadanie konta Gmail). Jeżeli nigdy nie korzystałeś z tego narzędzia dodaj stronę do panelu.



Po dodaniu i zweryfikowaniu strony ostatnią czynnością jest dodanie linku do mapy.



I gotowe :) Dzięki temu twoje nowe podstrony zostaną **szybciej** dodane do wyników wyszukiwania.

INDEKSOWANIE STRON

Google w swoich działaniach dąży, by wyniki wyszukiwania zawierały wartościowe treści dla użytkowników. Robi to „nagradzając” odpowiednio strony z treścią o wysokiej jakości. Właściciele serwisów www powinni zadbać, by strony niezbyt istotne dla użytkownika nie trafiały do wyszukiwarki, np. regulamin, strona logowania, polityka cookies itp.

Zarządzanie indeksowaniem za pomocą kodu HTML

Jeżeli znasz podstawy składni HTML możesz w łatwy sposób „poinformować” Google jakie akcje ma wykonać na odwiedzanej podstronie. W tym celu musisz dodać w sekcji *head* meta tag:

```
<meta name="robots" content="WARTOSC" />
```

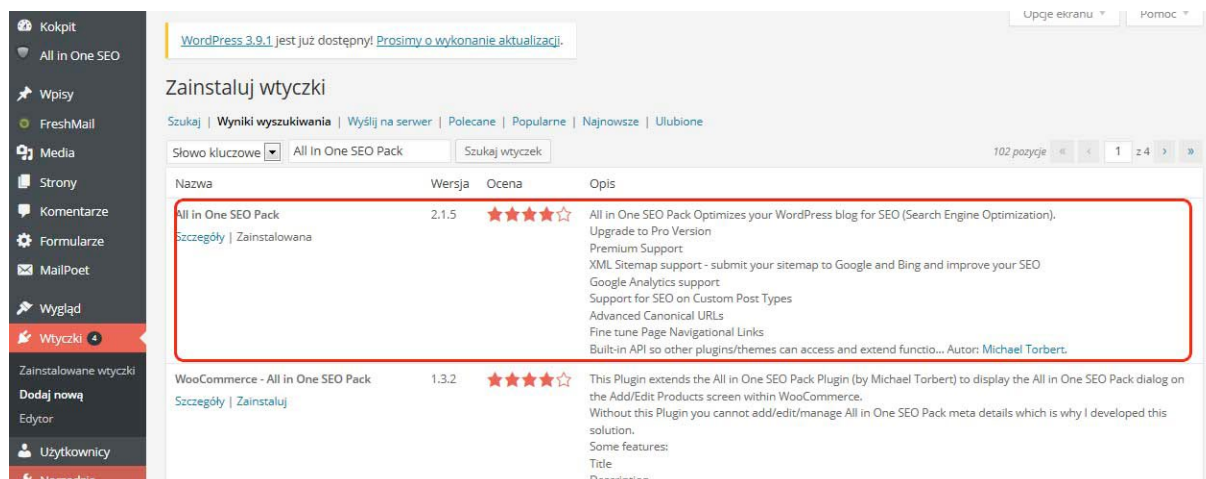
W miejsce WARTOSC możesz wstawić jeden z poniższych argumentów:

- » all - wszystko zostanie zaindeksowane,
- » index, follow - wszystko zostanie zaindeksowane (to samo co all),
- » index - strona zostanie zaindeksowana,
- » follow - zostaną zaindeksowane linki, w celu późniejszego odwiedzenia przez roboty (zostaje przekazana linkom moc pozycjonująca),
- » index, nofollow - strona zostanie zaindeksowana, lecz linki na niej nie,
- » noindex, follow - zaindeksowane zostaną tylko linki,
- » noindex - strona nie zostanie zaindeksowana,
- » nofollow - nie zostaną zaindeksowane linki (nie zostaje linkom przekazana moc pozycjonująca),
- » noindex, nofollow - roboty nie będą indeksować nic,
- » none - roboty nie będą indeksować nic (to samo co noindex, nofollow).

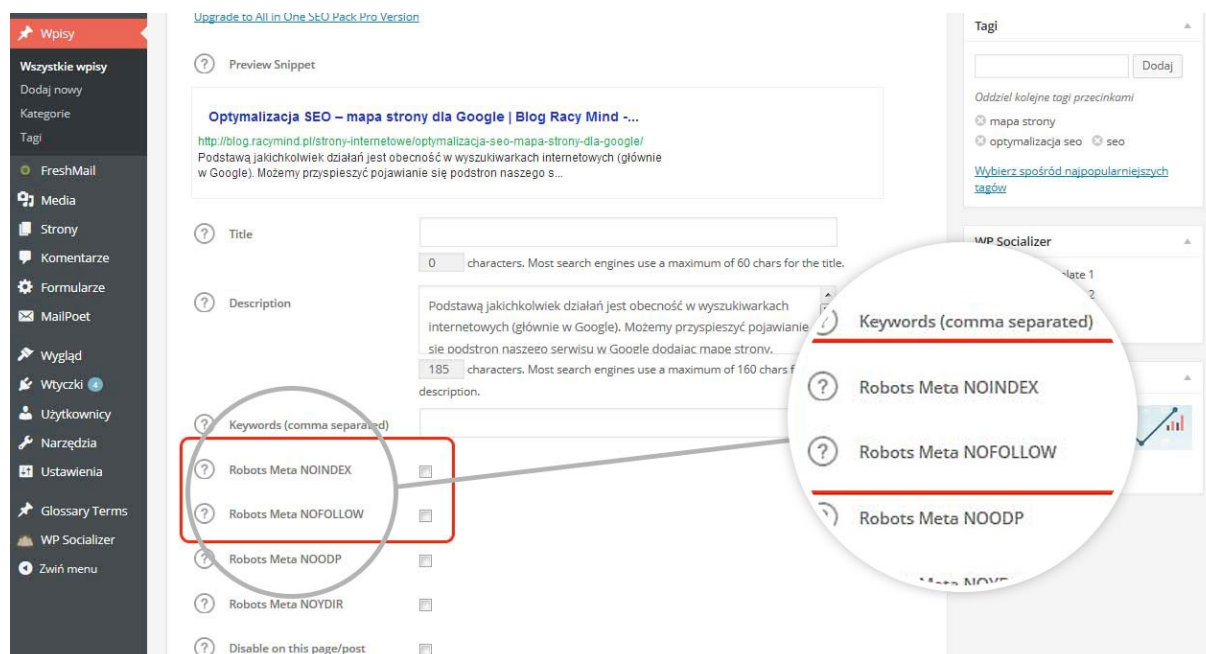
Jeżeli strona nie posiada meta tagu *robots* Google traktuje ją jakby wpisana była wartość *all*.

Zarządzanie indeksowaniem w WordPressie

Jeżeli strona zarządzana jest za pomocą WordPress nie ma konieczności dodawania meta tagu w kodzie HTML. Możesz wykorzystać do tego wtyczkę **All in One SEO Pack**. Jeżeli jej nie posiadasz, zainstaluj ją.



Po udanej instalacji wtyczka jest gotowa do działania. W edycji dowolnego wpisu lub strony pojawi się w dolnej części wpisu dodatkowy panel **All in One SEO Pack**. Możesz manipulować indeksowaniem zaznaczając odpowiednio poniższe pola formularza.



Jakie strony indeksować, a jakie nie?

Warto przypisywać wartości *index, follow* wszystkim podstronom, które zawierają **przydatną i unikalną** treść. Przykładami takich treści są: wpisy blogowe, artykuły, prezentacja oferty, opis firmy, dane kontaktowe, lista produktów, produkt.

Dla stron typu: regulamin, polityka cookies, strona logowania, rejestracja, krótkie komunikaty, komunikat błędu itp. przypisuję *noindex, follow*. Strony takie nie zawierają zazwyczaj interesującej treści. Poza tym teksty tego typu podstron są bardzo podobne na wielu podstronach, a więc nie są one atrakcyjne dla Google.

Możesz sprawdzić jak wygląda indeksowanie na twoich stronach za pomocą narzędzia http://www.checkingtools.com/meta_tags_check.

LINKI DOFOLLOW I NOFOLLOW

Zdecydowana większość użytkowników internetu nie ma pojęcia co to są **linki dofollow i nofollow** oraz do czego one służą. Dla przeciętnego internauty informacje te są zbędne, ale jeżeli jesteś twórcą, a nie tylko odbiorcą treści powinienesz zdobyć tę wiedzę :).

Technicznie rzecz ujmując *dofollow* i *nofollow* są atrybutami linków. Informują w jaki sposób Google ma potraktować dany link.

Linki dofollow przekazują „moc” pozycjonującą do linkowanej strony. Linki takie wpływają korzystnie na pozycję w wynikach wskazanej domeny. **Linki nofollow** z kolei nie przekazują tej mocy.

Nadmierna ilość linków *dofollow* na naszej stronie może niekorzystnie wpłynąć na pozycję w Google. Dlatego trzeba je dodawać „z głową”.

Kiedy stosować *nofollow*?

Linki *nofollow* stosuję dla treści nieistotnej dla SEO, np. dla stron demo pokazujących efekt działania kodu. Ponadto zaleca się stosować je dla podstron typu: logowanie, regulamin, polityka prywatności, polityka cookies.

Warto też zastosować *nofollow* w miejscach, w których nie ma pewności co do jakości linkowanych stron, czyli np.: na forach, w systemach komentarzy, reklamy. Nigdy nie wiadomo jaką treść doda użytkownik. Poza tym powinno to ukrócić spamowanie - takie linki nie będą mieć dużych korzyści dla potencjalnego spamera.

A kiedy używać *dofollow*?

Na pewno w nawigacji wewnętrznej serwisu. Wszystkie istotne podstrony powinny być linkowane za pomocą *dofollow*.

Dodatkowo stosuję osobiście *dofollow* dla linków o ciekawej i interesującej treści. Jako internauci powinniśmy w ten sposób „nagradzać” wysoką jakość.

Jak dodawać linki dofollow i nofollow

Dla linków dofollow kod będzie wyglądał następująco:

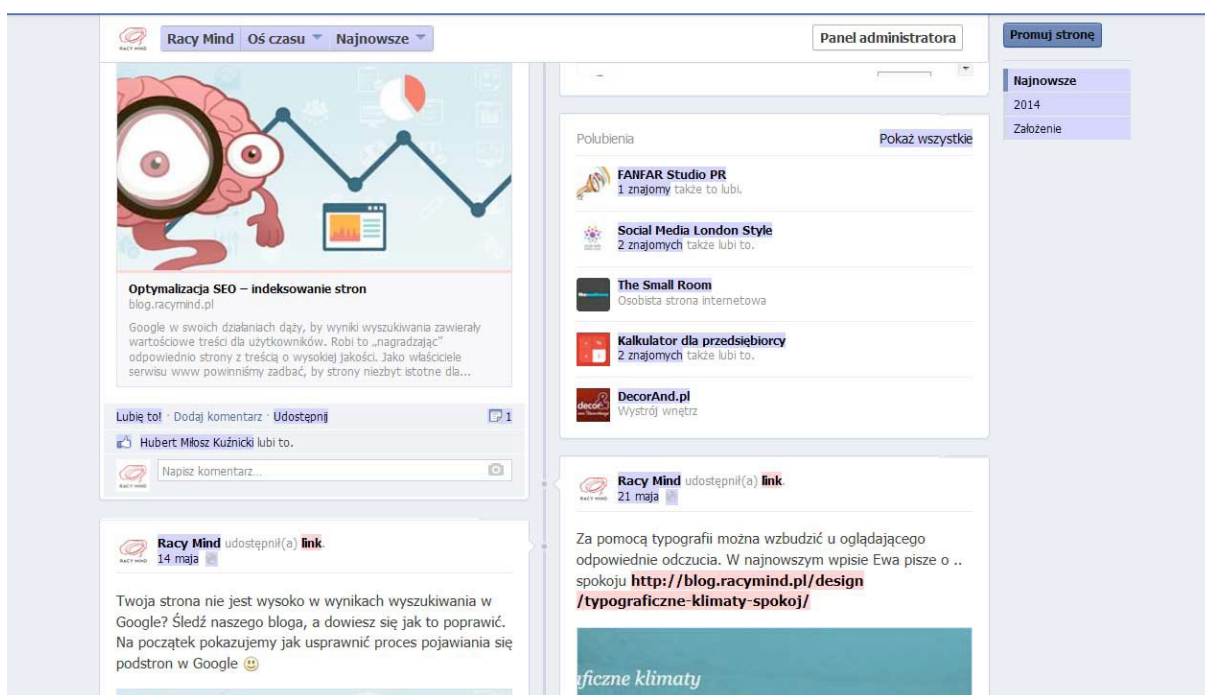

```
<a href="http://blog.racymind.pl">Blog Racy Mind</a>
```

a dla nofollow wygląda tak:

```
<a href="http://blog.racymind.pl" rel="nofollow">Blog Racy Mind</a>
```

Jak sprawdzić czy linki są *dofollow*, czy *nofollow*?

Do sprawdzenia można wykorzystać wtyczkę do przeglądarki internetowej. Dla Firefox będzie to **NoDoFollow**.



Na niebiesko zaznaczone są linki *dofollow*, a na czerwono *nofollow*.

Jeżeli korzystasz z Google Chrome możesz zainstalować wtyczkę **Nofollow simple**. W tym wypadku linki *nofollow* mają czerwone obramowanie.



ANCHOR TEKST W LINKACH

Inną istotną kwestią w linkach jest **anchor**, czyli klikalny tekst. Spójrzmy na przykład:

```
<a href="http://blog.racymind.pl">Kliknij tutaj</a>
```

```
<a href="http://blog.racymind.pl">Blog Racy Mind</a>
```

Jak myślisz, który link jest lepszy? Pod względem SEO zdecydowanie ten drugi. Im więcej linków będzie zawierać *Blog Racy Mind*, tym wyższa będzie pozycja strony w wynikach dla tego hasła. Zaleca się, by anchor zawierał zrozumiały tekst dla użytkownika. Sztuczne nasycenie słów kluczowych może tylko zaszkodzić, a nie pomóc w budowaniu wysokiej pozycji w Google.

PRZEKIEROWANIA 301, CZYLI JAK NIE STRACIĆ POZYCJI W GOOGLE

Podczas modernizacji strony (np. przebudowując strukturę serwisu albo zmieniając system CMS) zdarzają się sytuacje, w których musimy zmienić adres internetowy dla podstrony. Co w takiej sytuacji zrobić, by nie stracić pozycji w Google? Odpowiedź jest prosta - wykorzystać przekierowanie 301. Przekazuje ono „moc pozycjonowania” ze starego adresu na nowy.

Przekierowanie można wykonać na 2 sposoby. Za pomocą pliku *htaccess*:

```
# przekierowanie wewnętrzne

Redirect 301 /stary-adres http://nowy-adres.pl

# przekierowanie zewnętrzne

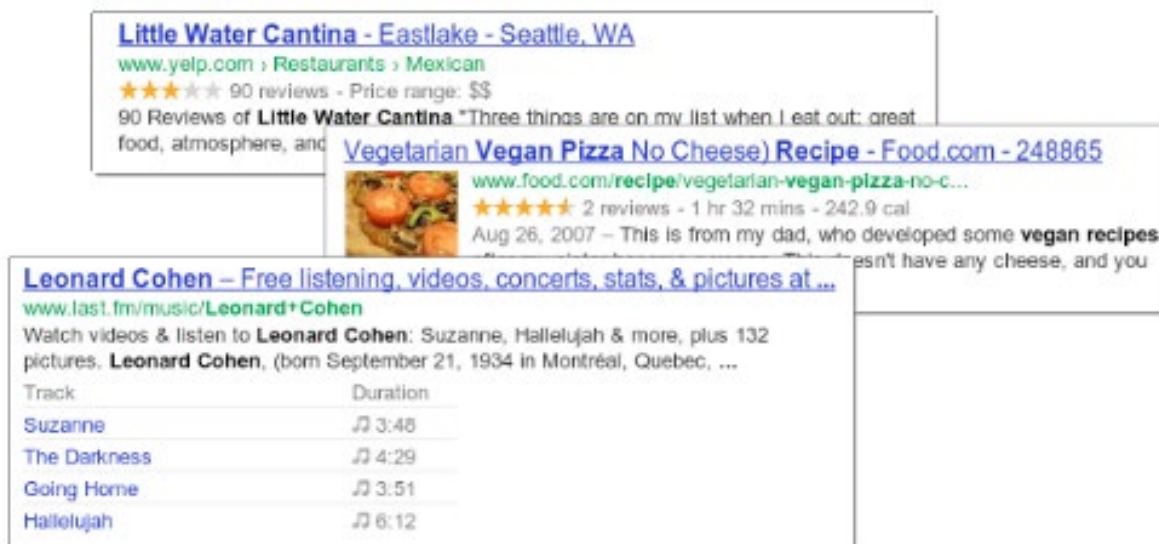
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www.stara-domena.pl
RewriteRule ^(.*)$ http://www.nowa-domena.pl/$1 [R=301,L]
```

lub za pomocą kodu PHP:

```
header („HTTP/1.1 301 Moved Permanently");
header („Location: http://nowy-adres.pl/");
```

OPIS ROZSZERZONY, CZYLI RICH SNIPPETS

Na koniec jeszcze kilka zdań o opisach rozszerzonych, czyli **Rich Snippets**. Są to po prostu dodatkowe informacje (zdjęcia, oceny, autor itp.) wyświetlane w wynikach wyszukiwarki Google.



Rich Snippets można wykorzystać dla kilku typów treści:

- » Opinie
- » Ludzie
- » Produkty
- » Firmy i organizacje
- » Przepisy
- » Zdarzenia
- » Filmy

Po co mi to?

Z prostego powodu, opisy rozszerzone przyciągają uwagę i zachęcają użytkownika do wejścia na stronę. Już na etapie wyszukiwania stron internauta wie, co może znaleźć na danej stronie. Statystyki pokazują, że Rich Snippets korzystnie wpływa na wskaźnik CTR.

Jak dodać opisy rozszerzone na stronie?

Opisy rozszerzone można utworzyć za pomocą jednego z trzech formatów:

- » [mikrodane](#) (zalecany)
- » [mikroformaty](#)
- » [RDF](#)

Korzystając z mikrodanych opis osoby może wyglądać na przykład tak:

```
<div itemscope itemtype="http://data-vocabulary.org/Person">  
  
Nazywam się <span itemprop="name">Jan Kowalski</span> ale znajomi mówią  
na mnie <span itemprop="nickname">Kowal</span>. Moja strona znajduje się  
pod adresem <a href="http://www.example.com" itemprop="url">www.example.  
com</a>.  
  
Pracuję jako <span itemprop="title">programista</span> w firmie <span  
itemprop="affiliation">Racy Mind</span>.  
  
</div>
```

Szczegółowe informacje na temat mikrodanych znajdziesz na stronie schema.org.

Opisy rozszerzone w WordPressie

Jeżeli korzystasz z WordPress możesz wykorzystać oczywiście wtyczkę - np. **Schema Creator by Raven**. Po udanej instalacji, w edytorze pojawi się dodatkowy przycisk „Add schema”. Po jego kliknięciu pojawi się poniższy formularz.

duplikowani
edną z pods
tronach. że
tu na różny
żeli w ład
pna aż z <

http://dome
http://www.
http://dome
http://www.
google potra
słów: 570

ne pola

P.O. Box

City

State / Region

Postal Code

Country

Email Address

Telephone

ANULUJ INSERT

Opublikuj

Stan: Opubl

Dostępność

Wersja: 11

Opublikowa

[Edytuj](#)

Przenieś do kos

Kategorie

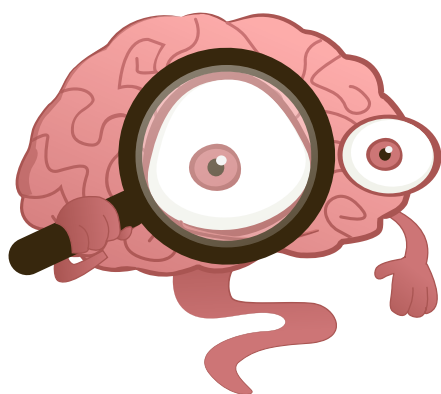
Wszystkie kate

Po dodaniu wszystkich treści możesz sprawdzić jak będzie wyglądać strona w wyszukiwarce za [pomocą narzędzia od Google](#).

PRZYDATNE MIEJSCA W SIECI

Wiedza zebrana w tej publikacji oczywiście nie wyczerpuje w pełni tematyki optymalizacji SEO. Dziedzina ta jest bardzo obszerna i częste zmiany algorytmu przez Google wymuszają ciągłą aktualizację wiedzy. Zachęcam cię do regularnego odwiedzania poniższych miejsc w sieci. Dzięki temu nie przegapisz żadnych, istotnych zmian :).

- » [Google's Search Engine Optimization Starter Guide](#)
- » [Planeta SEO](#)
- » [Lexy's SEO Blog](#)
- » [Zgred Blog](#)
- » [Blog Racy Mind](#)





RACY MIND

www.racymind.pl