

LUCIES

Optimalizace webu

průvodce, se kterým pochopíte základy SEO



LUCIES.CZ

02

Co je to optimalizace webu?

CO JE TO SEO A PROČ HO NASTAVOVAT

05

Základní stavební kámen SEO

KLÍČOVÁ SLOVA JAKO ZÁKLAD SEO

10

SEO-friendly obsah

SPRÁVNĚ NAPSANÉ A OPTIMALIZOVANÉ TEXTY

14

Důležitá SEO nastavení

CO NASTAVIT PRO ZÁKLADNÍ SEO

22

Budování zpětných odkazů

JEDNA Z NEJÚČINĚJŠÍCH METOD

24

Zakázané SEO techniky

CO ROZHODNĚ NEDĚLAT

28

Analýza optimalizace webu

OHLÉDNUTÍ ZA OPTIMALIZACÍ

ČÁST 1

Co je to optimalizace?

zjistěte, co je to SEO a proč je důležité mít ho správně nastavené





Jednoduše řečeno je SEO optimalizace pro vyhledávače nebo též optimalizace nalezitelnosti. SEO je zkratka Search Engine Optimization. Optimalizace má za cíl, aby váš web lidé našli jako první při vyhledávání. Toho docílíte tím, že zapracujete na tom, aby byl váš web přívětivější v očích vyhledávačů.

Správně nastavené SEO vám tedy dokáže přilákat více návštěvníků na webu. Aby byla vaše stránky správně optimalizovaná, stačí se držet pár základních pravidel. Vyjasněte si cílové publikum, pro které tvoříte veškerý svůj obsah, přidejte správná klíčová slova, přidávejte blogové příspěvky alespoň několikrát za rok (nejlépe však každý týden) a v neposlední řadě sledujte svůj pokrok.

Co se stane, když přizpůsobíte své webové stránky SEO?

Stane se spoustu dobrých věcí:

- budete mít více návštěv na vašem webu
- více lidí uvidí vaši práci
- získáte více objednávek vašich produktů/služeb
- vyděláte víc peněz

Proč nastavovat SEO?

Optimalizace webu je nedílnou součástí celé tvorby webu i přesto, že už se někdy setkáme s názory, že SEO je zbytečné a zastaralé. Z mého pohledu je stále důležité web správně optimalizovat pro vyhledávače a věnovat se SEO technikám. A to hlavně proto, že:

- 90% online zkušeností začíná vyhledáváním
- oproti placeným reklamám je SEO zdarma
- SEO buduje reputaci značky
- vaše konkurence SEO nastavuje (takže pokud chcete mít konkurenční výhodu, nastavte lepší SEO než konkurence)

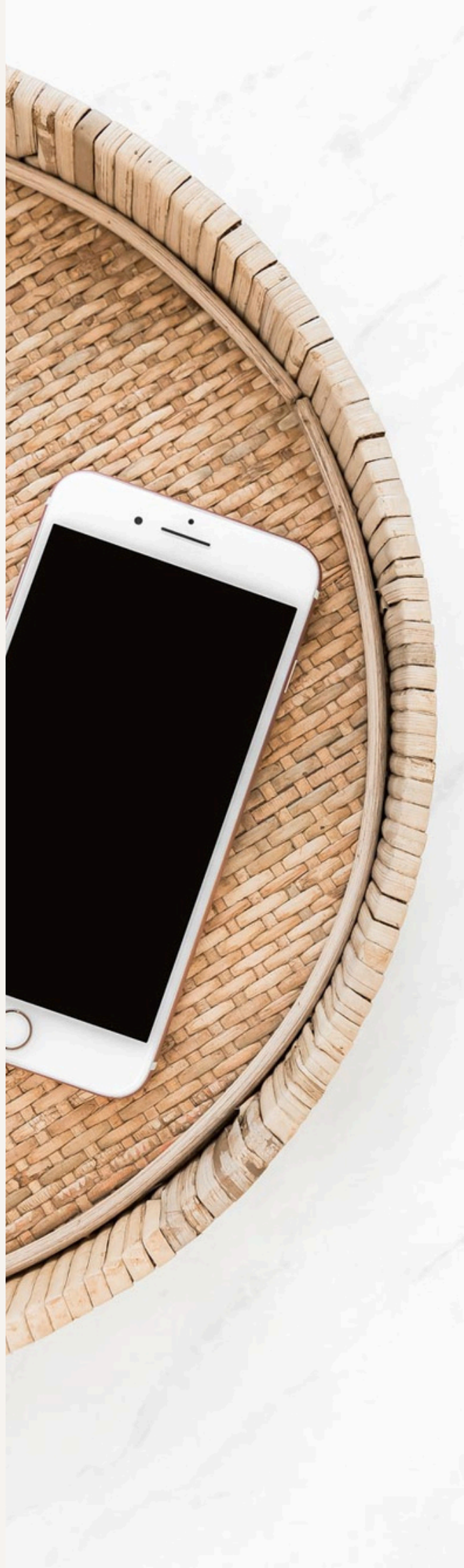
O optimalizaci webu je potřeba začít přemýšlet už před samotnou tvorbou webu. Nejde jen o pár technických nastavení. Součástí SEO je i designová a obsahová část stránek. Největší částí je však technické nastavení, které by ale nemělo smysl nastavovat bez předchozích dvou částí.



ČÁST 2

Základní stavební kámen SEO

zjistěte vše o klíčových slovech



Při psaní textů, popisků, ale i pojmenovávání fotek budete využívat klíčová slova. Ty jsou základním stavebním kamenem celé optimalizace webu. Lidé používají vyhledávače k hledání odpovědí. Dobře nastavené SEO se správnými klíčovými slovy je tedy důležité, aby právě u vás lidé našli odpověď či řešení na jejich problém.

Pevně věřím, že o klíkových slovech jste už určitě všichni slyšeli, ať už ve Facebookových skupinách, na kurzech nebo při tvorbě vašeho starého webu. Ale co přesně to znamená? Je to jedno slovo? Je to věta? Můžu si vymyslet vlastní klíčové slovo? Mám jich mít na svém webu jedno nebo hodně, co nejvíce zakomponovaných do odstavců?

Vypadá to, že na toto téma je spoustu otázek, které může spoustu z vás odradit od toho si nastavit na webu SEO sami. Ono se to ale pouze zdá, že je to komplikované. Čtěte dále a zjistíte, že klíčová slova zvládnete levou zadní.

Proč jsou klíčová slova důležitá?

Pomáhají objasnit, o čem je váš web - díky nim vyhledávač pochopí, o čem pojednávají jednotlivé stránky a následně je může hodnotit a nabízet ve vyhledávání.

Bez správných klíkových slov by vás lidé nedokázali najít. Proto je volba klíkových slov na vašem webu důležitá.

Jak klíčová slova vypadají?

Jsou to jednotlivá slova nebo krátké či delší fráze, které shrnují obsah jako celek na konkrétní webové stránce.

KRÁTKÁ A STŘEDNĚ DLOUHÁ

Taková klíčová slova jsou méně konkrétní výrazy, které jsou obvykle méně konkurenceschopné a získávají velký objem vyhledávání. Pár příkladů pro představu:

- rodinná fotografka
- terapeut
- interiérový designer
- cvičení jógy



DLOUHÁ KLÍČOVÁ SLOVA (FRÁZE)

Dlouhá klíčová slova neboli fráze jsou podrobnější, obvykle více konkurenceschopné a získávají menší objem vyhledávání. Například:

- fine art svatební fotografka Brno
- interiéry, které léčí
- Showit webdesignerka Praha

Kam se vkládají klíčová slova?

Jak již bylo zmíněno, klíčová slova se vám budou hodit při psaní samotných textů na webu. Strategicky je rozmístíte do textů, nadpisů i podnadpisů. Využijete je i při vyplňování titulků a popisků jednotlivých stránek. Správné pojmenování fotek a alt popisků u fotek je samozřejmě také za pomoci klíčových slov.

Analýza klíčových slov

Už jste asi pochopili, že klíčová slova budou pro optimalizaci vašeho webu důležitá, tedy i jejich výběr byste neměli podcenit. Při výběru a hledání těch správných klíčových slov jako první zkuste používat hlavu a zdravý rozum. Některá klíčová slova dokážete vymyslet sami z hlavy. Pokud ale potřebujete popostrčit tím správným směrem a zjistit, co lidé nejvíce vyhledávají, pomůže vám s tím vyhledávací lišta Google. Tato metoda je zdarma a je velmi efektivní.

Ti z vás, kdo chtějí mít SEO opravdu na vysoké úrovni si můžou zaplatit nejrůznější programy na hledání klíčových slov nebo samotné SEO specialisty, kteří vám s celým procesem optimalizace pomůžou.



Jak vybrat správná klíčová slova?

Důležité je se zamyslet, skrz jaké výrazy chcete, aby lidé nacházeli vaše webové stránky. Při výběru klíčových slov se pak držte těchto tří zásad:

- vytvořte si ideálního klienta/návštěvníka vašeho webu (pro toho následně tvoříte klíčová slova a obecně celý obsah)
- používejte jednoduchá klíčová slova a fráze, které vystihují a popisují vaše webové stránky
- předpokládejte, že návštěvníci o daném tématu nic nevědí (nepoužívejte cizí a složitá slova, vždy přemýšlejte o tom, jaký je váš ideální klient a jak danému tématu rozumí on)

Sepište si na papír co nejvíce klíčových slov a pak použijte metodu vyřazování až vám zbydou ta nejsilnější klíčová slova. Zbylá slova si uchovejte a pište s nimi postupně blogové články, které krásně podpoří vaši vyhledatelnost a obsáhnete velké množství klíčových slov.



ČÁST 3

SEO-friendly obsah

skvěle optimalizované texty



Veškerý obsah, který máte na webu je důležitý. S použitím klíčových slov a skvělého copywritera budete mít na webu kvalitní texty. Jak, ale vy sami můžete tvořit a podporovat SEO?

Zejména pomocí poutavých a správně napsaných textů na webu a blogových příspěvků. Je velmi důležité texty optimalizovat, aby vás vyhledávače ohodnotili co nejlépe.

Co je to obsah a jak prospívá vašemu SEO?

Ve své nejjednodušší podobě je obsahem, který Google miluje, jakýkoli druh informací v textové podobě na vašem webu. Může to být text na vaší domovské stránce, reference, popis služby a jiné. Nejlepším obsahem, díky kterému získáte rychle hodnocení, jsou blogové příspěvky, které slouží vašim klientům k získání cenných informací.

Je pochopitelné, že pokud nejste pisálek, jste momentálně trochu otrávení. Ale jak se říká, lepší je špatně napsaný obsah než žádný obsah. Tedy nebojte se a začněte psát. Ze začátku vám bude každý text i článek připadat hrozný, ale za půl roku budete psát lépe a za rok už budete skoro profík. Věřte, že správně napsané texty jsou pro SEO to nejlepší, zejména pak příspěvky na blogu.

Pokud jste fotograf, můžete psát o svých oblíbených svatebních místech, květinářstvích, svatebních plánovačích atd.

Pokud jste IT technik, můžete psát odbornější články nebo tipy a triky jak jednoduše na software.

O obsahu byste měli přemýšlet takto:

Položte si otázku „*Na co se moji klienti snaží najít odpovědi? Jak bych jim mohl pomoci?*“ A přesně na to myslete při psaní jakýchkoliv textů.

Co je a co není SEO-friendly obsah?

SEO FRIENDLY JE

- obsah, který jde do hloubky v každém tématu
- odpovídá na otázky a nebo řeší problémy
- má spoustu textových informací, které čtenářům budou užitečné
- text je členěný a tím přehledný, používá nadpisy a podnadpisy
- v případě blogových článků má na podporu obrázky či videa

SEO FRIENDLY NENÍ

- v textech se odbíhá od tématu
- text má malé až žádné užitečné informace
- článek, který má pouze fotografie a žádný či krátký text

to ovšem neznamená, že nemůžete mít tento typ obsahu, jen je těžké s tímto typem obsahu zabodovat při vyhledávání

Optimalizace blogových příspěvků

Články, které vyhledávače a následně i lidé budou milovat, by měly mít pár náležitostí. Například:

- použijte více než 1000 slov
- používejte klíčová slova
- přidejte odkaz interní i externí
- rozděľujte text na malé odstavce
- použijte nadpisy a podnadpisy
- použijte optimalizované fotografie
- pokud je to možné, přidejte video

Více způsobů, jak optimalizovat váš obsah:

- přidejte ke všem obrázkům alternativní text
- klíčová slova dejte do záhlaví a podnadpisů
- přidejte SEO titulek a meta popis
- optimalizujte URL daného příspěvku

S tímto vším vám pomůže geniální plugin Yoast SEO, který si nainstalujete na svém WordPress blogu a vytvoříte si tak perfektní SEO u každého článku.



ČÁST 4

Důležitá SEO nastavení

5 nastavení pro dobré SEO



1. Titulky a popisky stránek

Titulek stránky se zobrazuje spolu s popiskem ve výsledcích vyhledávání. Lidé je uvidí ještě před vstupem na váš web. Je tedy důležité, aby byly poutavé a zároveň, aby obsahovaly vaše klíčová slova.

Při vyplňování SEO titulků i popisků byste měli být konzistentní a na každé stránce použít jednotný formát. Samozřejmě je využití klíčových slov.

TITULKY STRÁNEK

Titulek by se dal rozdělit na tři části - primární klíčové slovo - to je zásadní pro pochopení celé stránky, následuje sekundární klíčové slovo - to je doplňující, a na posledním místě stojí vaše brandové jméno.

Příklady titulků:

01 *Fotografická o mně stránka:*

O mně | Svatební fotografa Praha | Jana Nová Photo

02 *Interiérová designerka stránka služeb:*

Designerské služby | Interierový design | AB art interier

03 *Stránka boudoir fotografky o focení:*

Boudoir focení | intimní portréty Praha | Lucie S.

Do titulků nevkládejte pouze klíčová slova - titulek musí znít přirozeně. Pište je atraktivní - chcete, aby na něj lidé klikli a dostali se tak na vaše stránky a stali se vašimi zákazníky. Titulky mějte krátké a jednoduché (do 60 znaků). Také nemějte titulek stejný na dvou stránkách - ať je vždy originální.

POPISKY STRÁNEK

Každý popis by měl být originální, lákavý a kvalitní. Maximální délka textu by měla být do 160 znaků. Počet znaků si můžete ověřit na pocetznaku.cz.

Příklady popisků:

01 *Fotografická o mně stránka:*

Jana Nová je svatební fotografka působící zejména v Praze. Nafotila již 800 svateb na nejružnějších svatebních místech. Jemný fotografický styl s důrazem na emoce.

02 *Interiérová designerka stránka služeb:*

AB art interiér nabízí služby profi interiérových designerů - konzultace interiérů, interiérový rychlodesign, návrh interiérů i samotná realizace interiérů.

03 *Stránka boudoir fotografky o focení:*

Boudoir focení a intimní portréty Praha. Zažijte jedinečnou zkušenost, díky které se budete cítit krásná a sexy. Intimní focení v prádle nebo bez něj.



Ani do popisků stránek nekládejte pouze klíčová slova, musí znít přirozeně a zároveň atraktivně. Opět musí být originální a neopakovat se na jiné stránce.

U obou nastavení platí to, že pokud titulek a popisek nemáte vyplněný nebo jsou irelevantní, Google je vytvoří za vás. Někdy můžete mít popisek i titulek perfektní ale Google vybere při vyhledávání něco úplně jiného. S tím si vůbec nelamte hlavu a přijměte to jako fakt. Důležité je, mít vše poctivě vyplněné, aby vás Google nepenalizoval a vaše stránky doporučoval a zařazoval co nejvíce do vyhledávání.

2. Textové značky

Textové značky se nastavují pro každé textové pole a jsou důležité proto, že dají vědět Googlu, co jsou nadpisy, podnadpisy a odstavce. Každé textové pole by mělo mít svou značku. Značky vždy vytvářejí hierarchii textů a určují důležitost nadpisů - H1, H2, H3, p, nav a div.

Co která textová značka znamená a kde ji použít?

H1 - používáme pro titulky. Je to nejvýznamnější nadpis celé stránky. Každá stránka může mít pouze jednu H1. Titulek H1 má sice největší váhu a nejradši bychom daly tuto značku všem nadpisům, ale H1 bez H2 a H3 (tedy nadpisů a podnadpisů) je špatně stejně jako více H1 na stránce.

H2 - tuto značku dáváme nadpisům, které jsou v hierarchii pod H1.

H3 - podnadpisy, takové které jsou v hierarchii pod H2.

P - textová značka pro všechny textové odstavce (paragrafy). Každý nadpis a podnadpis by měl být podpořen paragrafem. Na to také vždy myslete. Samotný nadpis není sám o sobě ničím, ale se správným textem tvoří perfektní dvojku.

Samozřejmě nezapomínejte na to, že web tvoříte pro lidi, nikoliv pro roboty z vyhledávačů a pokud nějaký nadpis nebude mít text, nic se neděje. Vždy se držte nějaké rozumné míry mít vše perfektně nastavené pro vyhledávače. Pokud to jde nastavit a vše je přirozené, tak perfektní, ale nesnažte se vše nastavit za cenu nečitelných a nesrozumitelných textů.

NAV - značku nav jako navigace dáváme všem navigačním textům - CTA tlačítka a hlavně prvky v menu.

DIV - dáváme textovým prvkům, které nemají žádný důležitý význam, ale jsou spíše designové (čísla, popisky apod.).

3. Pořadí prvků v canvasech

Prvek je textové pole a tvar, fotka, galerie a tak podobně - nejdůležitější jsou pro pořadí textové prvky, které zajímají vyhledávače.

Pořadí je důležité, aby váš web byl správně přečtený vyhledávači - aby titulek byl první a následoval podporující paragraf. Takové nastavení nebývá automatické a musíte ho ručně nastavit.

Textové značky a pořadí prvků na každé stránce si můžete zkontrolovat na úžasné stránce [browseo.net](https://www.browseo.net).

4. Optimalizace fotek

Správně optimalizované fotky mají za výsledek rychlé načítání webu. Velikost celého webu by neměla být větší než 5 MB.

Rychlé načítání webu je důležité i pro návštěvníky, nejen pro vyhledávače. Statistiky ukázaly, že pokud se fotky nenačtou do 4 sekund návštěvník web opustí. Správně optimalizované fotky samozřejmě musejí být i na blogu.



Jak optimalizovat?

- první důležitou věcí je, že fotky musejí být správně pojmenované - samozřejmě pomocí klíčových slov například: jste svatební fotografka a na web vkládáte fotky ze svatby třeba z Pražského hradu, pojmenování bude například: svatebni_fotografie-prazsky_hrad-Jana_Novakova
- u fotek dodržujte maximální velikost - 3500 px na širší straně doporučuji však klasické fotky na web zmenšit na 1500 px na širší straně, velikost max do 250 kb a 70 DPI
- zmenšené a optimalizované fotky by neměly ztratit kvalitu
- co se týká videí, je potřeba je zmenšit na co nejmenší velikost - ne však za cenu ztracené kvality
- vyplňte každé fotce alt popis

Co jsou to Alt popisky u fotek?

Alt popisky přispívají k tomu, aby byly vaše fotky vyhledatelné. Fotky bez vyplněných alt popisků jsou pro vyhledávače neviditelné. Popisky dodávají fotkám SEO hodnotu a zároveň pomáhají pochopit, jak souvisí s okolním textem.

Alt popisky by měly popisovat, co je na obrázku nebo s čím obrázek souvisí. Při vyplňování alt popisků je povoleno vkládat klíčová slova.

5. Název domény a jednotlivých stránek

Název domény a jednotlivých stránek společně tvoří URL adresu a její název je také důležitý z hlediska vyhledatelnosti. Společně pomáhají vyhledávačům a lidem pochopit, o čem daná stránka je.

NÁZEV DOMÉNY

Vybrat název domény vždy záleží na konkrétních okolnostech - zda jde o web nebo internetový obchod, zda jde o malou firmu nebo velký podnik nebo zda bude firma propagovat značku, nebo jen prodávat konkrétní zboží.

Důležité je se zamyslet, co bude následovat za tečkou (cz, com, net..) nebo zda mít doménu s pomlčkou či bez pomlčky. V názvu domén nepoužívat více jak dvě slova a žádné předložky či spojky (v, a) - to pak vede ke skloňování (a to také nedělat).

Držte se jednoduchých tvarů slov, stručnosti a střídmosti. Nezapomínejte, že i doménu vytváříte pro lidi - přemýšlejte, jak by vás asi lidé vyhledávali.

NÁZVY STRÁNEK

Samotný název stránky vždy najdete za lomítkem u vaší domény. I zde je důležité využívat klíčová slova a napsat je jasně a výstižně. V případě vašeho portfolia nedávejte do názvu stránky jména klientů a zbytečná slova, která nenesou význam. Slug (koncovku URL) stránek mějte jednoduchý, čitelný a pochopitelný



ČÁST 5

Budování zpětných odkazů

velmi účinná metoda pro lepší SEO

Co je to zpětný odkaz?

Zpětný odkaz je takový odkaz, který vede na vaše internetové stránky. Odkazy mohou být interní (v rámci vašeho webu) a nebo externí (odkazy vedoucí z jiných webů) - nás v případě optimalizace webu zajímají hlavně ty externí.

Budování zpětných odkazů je velmi dobře hodnocená technika od vyhledávačů - dodáváte vašemu webu relevantnost a opravdovost.

Kvalita nad kvantitou

Google a ostatní vyhledávače jsou mnohem chytřejší než my a poznají, zda odkaz je relevantní nebo ne. Důležitou roli také hraje stránka, ze které je odkazováno - její autorita a celkové její hodnocení.

Odkaz v textu má mnohem větší váhu než odkaz například v komentářích.

MOŽNOSTI

- katalogy - firmy.cz nebo Google Maps
- blogové články pro někoho
- označení v referencích
- spolupráce na projektech

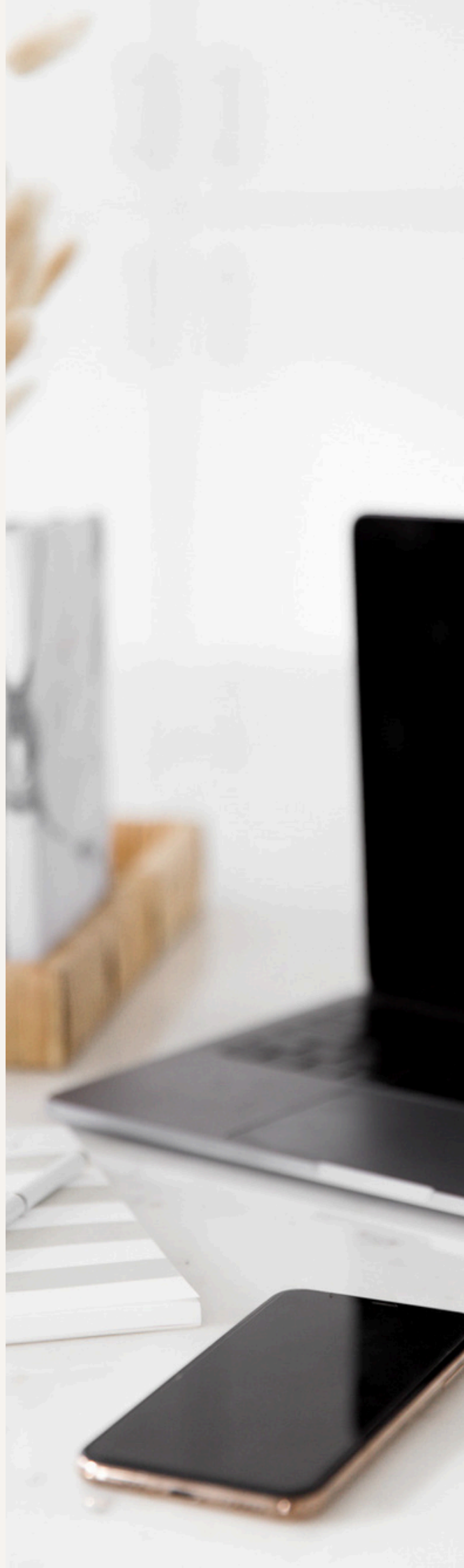
Doporučuji vše budovat organicky a nikomu neplatit za váš odkaz na jeho stránkách.



ČÁST 6

Zakázané SEO techniky

tipy, co rozhodně nedělat



Věděli jste, že můžete své stránky přeoptimalizovat? I u tvorby SEO byste se měli držet určitých pravidel a nedělat zakázané techniky. Vyhledávače většinu věcí už mají prokouknutou a budou vás za to penalizovat v hodnocení a určitě se nebudete zobrazovat na prvních příčkách. Některé z těchto technik jsou například: spamování pomocí klíčových slov, přeoptimalizace ALT popisků u obrázků, skrytý nebo neviditelný text a nadměrné používání H1 nadpisů, ale hlavně duplicitní obsah a klamavé zpětné odkazy.

SPAMOVÁNÍ POMOCÍ KLÍČOVÝCH SLOV

Klíčová slova jsou základním stavebním kamenem pro optimalizaci vašeho webu. Před samotnou tvorbou webu si uděláte analýzu klíčových slov a následně je používáte při tvorbě textového obsahu. Promítnou se vám v nadpisech, podnadpisech, textech, popiscích, v názvech fotek apod. Rozhodně, ale nepoužívejte klíčová slova všude a ve velké míře v domění, že to pomůže vašemu webu ve vyhledávání. Není to tak, že čím více klíčových slov, tím lépe vás návštěvník najde například na Googlu. Dříve to tak fungovalo, ale vyhledávače tuto techniku odhalili a zjistili, že takové weby, které obsahují až moc klíčových slov, nejsou pro návštěvníky užitečné a začali je penalizovat. Používejte tedy klíčová slova přirozeně a v normální míře.

PŘEOPTIMALIZACE ALT POPISKŮ OBRÁZKŮ

I u ALT popisků u fotek nepoužívejte klíčová slova beze smyslu. Vždy popište, co na dané fotce či obrázku je a co návštěvník vidí. Pokud použijete u každé fotky na webu pouze klíčová slova v domění, že tím zlepšíte svou vyhledatelnost, opět vás Google může penalizovat. Je tedy lepší psát popisky pro lidi nikoliv pro lepší hodnocení. ALT popisky u fotek by mimo jiné měly sloužit zrakově postiženým pochopit, co na fotkách je. Toho se zkuste držet.

SKRYTÝ NEBO NEVIDITELNÝ TEXT

Chybí vám někde nadpis, ve kterém je použité klíčové slovo? Rozhodně ho nevytvářejte jako skrytý nebo neviditelný text. Vyhledávače tyto triky už znají a dokáží je rozpoznat. V lepším hodnocení vám to rozhodně nepomůže. Dokáží rozeznat, že je text stejné barvy jako pozadí, má nastavenou průhlednost nebo nastavení velikosti písma na co nejmenší.

NADMĚRNÉ POUŽÍVÁNÍ H1 NADPISŮ

Je jasné, že nadpis se značkou H1 je nejdůležitější a tudíž by vždy měl reflektovat, co daná stránka nabízí se současným použitím klíčových slov. Pokud se domníváte, že když na každý nadpis na stránce použijete značku H1, bude stránka lépe vyhledatelná, mýlíte se. I toto je věc, za kterou vás bude vyhledávač penalizovat. Na každé stránce mějte vždy jen jeden nadpis H1 a udržujte hierarchii prvků. Nadpis podpořte podnadpisy a ty zase texty. Podnadpisy a texty jsou stejně důležité jako hlavní nadpis. Navzájem se potřebují, vyhledávače pak lépe pochopí, o čem stránka je a budou ji moct lépe doporučit ve vyhledávání.

Mimo přeoptimalizaci se můžete dopustit ještě zakázaných technik SEO. Ty jsou například: Tvorba duplicitního obsahu a klamavé zpětné odkazy.

DUPLICITNÍ OBSAH

Nikdy texty neduplikujte. Každý text by měl být absolutní originál. Samozřejmě kromě citací. Jinak je to vyhledávači zakázané a hrozí vám za to penalizace. Tvořte všechny texty originální a kvalitní – přizvěte si případně dobrého copywritera, který vám s tím pomůže.

KLAMAVÉ ZPĚTNÉ ODKAZY

Zpětné odkazy jsou, jak už víte, jedny ze skvělých technik, jak budovat dobré SEO a získat u vyhledávačů důvěryhodnost a tedy i lepší hodnocení. Už to vám musí napovědět, že zahrávat si a vymýšlet klamavé zpětné odkazy určitě není dobrý nápad. Tvořte jakékoliv odkazy organicky, neplaťte nikomu za to, že si dá na svůj web váš odkaz a vy na jeho. Pokud odkazy nejsou konzistentní s obsahem webu, vyhledávače to poznají.

Doufám, že tyto zakázané techniky jsou pro vás užitečné a nebudete je dělat. Snažte se vždy vše tvořit s čistým svědomím a věřte, že vás za to vyhledávače správně ocení a budete vyskakovat na vyšších příčkách ve vyhledávání.



ČÁST 7

Analýza optimalizace webu

doporučení na analytické programy



Stejně jako se v byznyse ohlížíte za úspěchy v minulém roce, je důležité se ohlédnout na výsledky vaší optimalizace webu. V tom vám mohou pomoci například nejrůznější analytické programy.

Pokud hledáte nejpoužívanější a kompatibilní programy s Google, tak jsou to Google Analytics a Google Search Console. Oba vám pomůžou ve vyhodnocování vašeho webu. Sledovat tam můžete například: návštěvnost webu, vyhledatelnost na základě klíčových slov, kdo na vaše stránky chodí (věk, pohlaví, místo apod.), zkontrolovat si můžete i výkon vašeho webu a nebo vyřešit indexaci stránek (zařazení do vyhledávání).

Google Analytics

Díky propojení GA s vaším webem, můžete každý den sledovat, jaká je návštěvnost na vašem webu, jak vás lidé vyhledávají, jaké stránky se nejčastěji zobrazují a kolik času návštěvníci na vašich stránkách v průměru stráví.

To vše vám může poskytnout nějakou zpětnou vazbu na to, jak je váš web dohledatelný a případně z dat měnit způsob prezentace nebo nastavení SEO.

Google Search Console

Tento nástroj se vám bude hodit zejména pokud se vaše stránky nechtějí zobrazit ve vyhledávání. Pravděpodobně je problém s indexací a díky GSC to pár kliknutími vyřešíte.

V GSC můžete stránky zaindexovat nebo naopak odstranit z vyhledávání. Vložit zde můžete i soubory Sitemaps, aby Google vašim stránkám lépe porozuměl. Tyto věci se samozřejmě vytvoří i časem automaticky, ale vy to díky GSC můžete uspíšit. Uspíšíte i projevení jakýchkoliv změn na webu ve vyhledávání a otestujete i výkon vašeho webu. Důležitou a zajímavou částí jsou klíčová slova, podle kterých vás lidé vyhledávají.