

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
Dla kogo jest ta książka?	9
WYSZUKIWARKI	11
Jak działają wyszukiwarki internetowe?	11
Boty Google	11
W jaki sposób boty Google znajdują strony internetowe?	12
Co wpływa na częstotliwość odwiedzin robotów?	13
Search Quality Team	14
Search Quality Evaluator Guidelines	14
Rynek wyszukiwarek w Polsce i na świecie	15
Korzyści z wysokich pozycji w wyszukiwarkach	16
Co to jest pozycjonowanie i SEO?	17
Czy terminy „pozycjonowanie” i „SEO” oznaczają to samo?	17
DOBÓR FRAZ KLUCZOWYCH	19
Od czego zacząć?	19
Strategia długiego ogona	21
Przykłady długiego ogona dla frazy „wakacje”	22
Przykłady długiego ogona dla frazy „ubrania”	23
Przykłady długiego ogona dla frazy „psy do adopcji”	24
Narzędzia wspomagające dobór słów kluczowych	25
Google Keyword Planner	25
Keyword Tool	29

Google Trends	32
Google Autosuggest	34
AnswerThePublic	35
Soovle	36
Lista fraz kluczowych	36
 CZYNNIKI RANKINGOWE	39
Czynniki związane z treścią	40
Fraza kluczowa w tytule	40
Fraza kluczowa w treści	42
Unikalność treści	42
Długość i jakość treści	43
Zróżnicowanie treści	43
Nowe informacje	44
Fraza kluczowa w nagłówkach	44
Adres URL	45
Aktualizacje treści	46
Optymalizacja grafik	48
E-A-T	50
Fraza kluczowa w krótkim opisie i zajawce	51
Czynniki związane z domeną	53
Wiek domeny	53
Historia domeny	54
Fraza kluczowa w nazwie domeny	56
Rozszerzenie domeny	57
Długość nazwy domeny	58
Dane WHOIS	59
Czynniki związane z całą witryną	61
Temat strony	61
Architektura serwisu	62
Reputacja i opinie	63
Zakładka Kontakt	64
Regulamin i polityka prywatności	65
Widoczność w social mediach	65
Czynniki techniczne	66
Linki wewnętrzne	66

Odległość od strony głównej	67
Złożoność serwisu (liczba podstron)	68
Prędkość wczytywania	69
Czytelność na urządzeniach mobilnych	70
Core Web Vitals	71
Poprawność kodu i przejrzystość strony	73
Mapa witryny (dla wyszukiwarek)	75
Problemy z dostępnością serwisu	76
Ścieżka nawigacji (breadcrumbs)	77
Uszkodzone linki wychodzące	78
Czynniki związane z serwerem	79
Certyfikat SSL	79
Lokalizacja serwera	80
Śąsiedztwo na serwerze	80
Czynniki zewnętrzne — hiperłącza	82
Liczba linków	82
Jakość linkujących stron	84
Inne cechy linków	87
PRZYGOTOWYWANIE WITRYNY	91
Dopasowywanie fraz kluczowych do podstron	91
Strona główna	93
Architektura witryny	96
Menu nawigacyjne	97
Adresy URL	98
Taksonomie	99
Linkowanie wewnętrzne	103
Treść witryny	105
POZYSKIWANIE LINKÓW	107
Budowa i rodzaje linków	107
Rodzaje anchorów	107
Rodzaje atrybutów rel	108
Naturalne linki	110
Przykładowe źródła linków	111

Artykuły i informacje	111
Dyskusje i komentarze	122
Zawartość dodatkowa	133
Ogłoszenia i katalogi	136
Najbliższe otoczenie	139
Dodatkowe sposoby	144
Niekorzystne linki	149
SEO COPYWRITING	151
Najważniejsze zasady	152
Strona główna	154
Blogi i bazy wiedzy	155
Treści dla sklepu internetowego	156
Opisy produktów	156
Opisy kategorii	159
Produkty wycofane ze sprzedaży	161
Zlecanie pisania tekstów	161
Rodzaje tekstów	163
Zasady tworzenia treści do umieszczania w innych serwisach	164
Pomysły na treści	165
Elementy dodatkowe	170
Zdjęcia	171
Infografiki	172
Filmy	172
Wykresy i diagramy	173
Tabelki i listy	173
Elementy interaktywne	173
ZAPLECZE SEO	175
Planowanie i zasady budowy zaplecza	177
Plan budowy zaplecza SEO	179
Linkowanie do stron zaplecзовych	180
Linkowanie ze stron zaplecзовych	180
Pomysły na strony zaplecзовe	181
Narzędzia wspomagające budowę zaplecza	184

Wtyczki do WordPressa	184
Wygasłe domeny	184
Gdzie szukać wygasłych domen?	185
Przechwytywanie domen	187
Na co zwrócić uwagę, kupując wygasłe domeny?	187
Architektura serwisu	188
Podsumowanie	189
 ŚLEDZENIE WYNIKÓW	191
Pozycje w wynikach wyszukiwania	191
Ręczne sprawdzanie pozycji	192
Google Search Console	193
Systemy do monitoringu fraz	193
Ruch na stronie — Google Analytics	199
Zakładanie konta Google Analytics	200
Poruszanie się po panelu Google Analytics	202
 CZĘSTE PROBLEMY I BŁĘDY	205
Kanibalizacja słów kluczowych	205
Zduplikowane treści	207
Publikacja treści z innych serwisów	207
Kradzione treści	208
Zduplikowana treść w ramach serwisu	208
Przebudowa strony internetowej	211
Aktualizacje algorytmów Google	212
 GOOGLE ADS JAKO UZUPEŁNIENIE POZYCJONOWANIA ...	215
Zakładanie konta	215
Wstęp do tworzenia kampanii	216
Kampania w sieci wyszukiwania	218
Ustawienia ogólne	218
Kierowanie i odbiorcy	219
Rozszerzenia reklam	223
Słowa kluczowe i reklamy	224

NARZĘDZIA POZYCJONERA	227
Google Search Console	227
Zakładanie konta i dodawanie strony	227
Panel Google Search Console	229
Ahrefs	239
Site Explorer	240
Keyword Explorer	252
Site Audit	254
Content Explorer	254
Wtyczka Yoast SEO	256
Kreator konfiguracji	257
Wyszukiwarki	258
Ustawienia wpisu	262
Surfer SEO	265
Content Editor	265
Audit	266
Content Planner	269
Keyword Research	270
SERP Analityzer	271
 CHECKLISTY SEO	273
Dobór fraz kluczowych	273
Ocena strony internetowej	274
Domena	274
Witryna	274
Przygotowanie witryny	275
Użytkownicy	275
Optymalizacja podstrony na wybraną frazę kluczową	275
Zaplecze SEO	276
Linki zwrotne	277