

# Pozycjonowanie strony

Anna Gogolińska

# Optymalizacja strony

- Pod pojęciem „optymalizacji” kryje się wiele znaczeń.
- Jednym z nich jest optymalizacja do potrzeb wyszukiwarek internetowych czyli **pozycjonowanie** strony.
- Od angielskiego *Search Engine Optimization* – **SEO**.

# Wyszukiwarki

- Jeśli ktoś zna adres strony może wpisać jej nazwę w pasku adresu przeglądarki - ale musi znać stronę.
- Często użytkownik nie zna dokładnego adresu (albo nie zna go wcale) i korzysta z wyszukiwarki, np. google.pl.

# Działanie wyszukiwarki

- W skład wyszukiwarki wchodzi roboty, które przeszukują zasoby sieci, zbierają informacje o stronach i indeksują je - dodają informacje do baz danych wyszukiwarki.
- Gdy użytkownik wpisze szukane słowa w wyszukiwarce otrzymuje listę wyników - wyniki są w określonej kolejności.
  - Kolejność wyników zależy od algorytmu, który ocenia strony w bazie i ustala na ile „pasują do” zapytania i są wiarygodne.
  - Obecnie algorytm używany w Google stosuje ponad 200 kryteriów od których zależy wynik oceny strony.

# Pozycjonowanie

- Polega na takim przygotowaniu strony, aby pojawiła się jak najwyżej w wynikach wyszukiwarki, w odpowiedzi na zadane zapytania.
  - Z klientem ustala się na jakie zapytania strona ma się dobrze pozycjonować.
  - Polega na dopasowaniu do kryteriów algorytmów.
  - Duża gałąź biznesu związanego ze stronami.
- W skład pozycjonowania wyróżnia się dwa główne działania: **on-site SEO** i **off-site SEO**.

# On-site SEO

- Działania prowadzone na stronie.
- Głównym elementem jest praca ze **słowami kluczowymi**.
  - Słowa kluczowe dobrze ustalić na początku tworzenia strony. Lub później z klientem.
  - Chodzi o cel naszej strony, najważniejszą treść, przesłanie, np. Poradnik tworzenia stron www, Meble biurowe FabrykaMebli.
  - Powinny one wiązać się z tym co użytkownik będzie wpisywał w wyszukiwarce.

# Słowa kluczowe

- Słowa kluczowe powinny wpasowywać się same w treść strony (jeśli tak nie jest - są źle dobrane).
- Słowa kluczowe należy umieścić:
  - W tytule strony.
  - W znacznikach meta: keywords oraz description (w opisie należy napisać opis strony ale w tekście oczywiście słowa te powinny się znaleźć).
  - Nagłówkach strony (H1, H2, H3, itd.). Oczywiście nie w każdym takie same - np. nagłówki niższego poziomu mogą być dłuższe i bardziej opisowe, szczegółowe.
  - Opisach alt dla obrazków (naturalny opis!)
  - Treści stron.
  - Nazwach stron (linki), mogą też się znaleźć w nazwie domeny.

# Inne działania on-site SEO

- Inne czynniki brane pod uwagę przez algorytm związane z działaniami na stronie:
  - Opisy *title* dla linków.
  - Poprawność linków wewnątrz strony (linki działają oraz nie ma stron niedostępnych, dużo linków).
  - Poprawność kodu strony.
  - Dobrze określona struktura strony.
  - Poprawność językowa.
  - Obecność wersji na różne urządzenia.
  - Wiele innych...

# Działania off-site SEO

- Działania poza stroną. Dotyczą one głównie umieszczania linków do naszej strony na innych stronach.
- Jeśli „wartościowe” strony mają linki do naszej strony znacznie poprawia to pozycjonowanie (ale nie należy przeceniać wpływu tych linków).
- Jak to zrobić, np.:
  - Zgłosić pozycjonowaną stronę np. do panoramy firm.
  - Poprosić np. lokalne media do umieszczenia linku do pozycjonowanej stronie w odpowiednim dziale swojej strony.
  - Pisać komentarze w których zawarty będzie link do strony, posty na forum itd. Oczywiście na stronach o podobnej tematyce.

# Inne czynniki

- Na pozycję strony mają też wpływ czynniki, na który osoby pozycjonujące nie mają za bardzo wpływu. Są to np.
  - Czas istnienia strony - „młode” domeny mają słabszą pozycję.
  - Pozycja domeny najwyższego i drugiego poziomu (np. pl, com, torun itd.)
  - Częstość aktualizacji treści na stronie.
  - Długość adresu URL.
  - Czas ładowania się strony.

# Linki

- Informacje o pozycjonowaniu po polsku:  
<https://webwavecms.com/pozycjonowanie-stron-internetowych#7>
- Kryteria google:  
<https://backlinko.com/google-ranking-factors>