

Audyt SEO

sklep-budowlany.pl



Spis treści

1	WSTĘP	3
2	ZALECENIA OGÓLNE	5
2.1	OPTIMALIZACJA NAGŁÓWKÓW NA WSZYSTKICH PODSTRONACH	5
2.2	KONFIGURACJA PARAMETRÓW W GOOGLE WEBMASTER TOOLS	6
2.3	USUNIĘCIE PARAMETRÓW URL PRZY POLECANYCH PRODUKTACH LUB ZASTOSOWANIE KANONICZNYCH URL-I	7
2.4	MODYFIKACJA ODNOŚNIKÓW W BREADCRUMBS	8
2.5	ZWIĘKSZENIE PRĘDKOŚCI ŁADOWANIA STRONY	9
3	STRONA GŁÓWNA	10
3.1	ZMIANA TITLE ORAZ DESCRIPTION	10
3.2	DOPASOWANIE TREŚCI NA STRONIE GŁÓWNEJ	10
4	KATEGORIE I SUBKATEGORIE PRODUKTÓW	11
4.1	DODANIE TREŚCI DO PODSTRON	11
4.2	ZMIANA META TAGÓW	13
4.3	DODANIE META TAGÓW DO PODSTRON SUBKATEGORII O DUŻYM ZAGŁĘBIENIU	21
4.4	OPTIMALIZACJA NAGŁÓWKÓW	25
4.5	WYŚWIETLANIE DODATKOWYCH INFORMACJI W RAMACH LISTY PRODUKTÓW	33
4.6	WSKAZANIE TREŚCI PODZIELONYCH NA STRONY	36
4.7	ZMIANA OZNACZENIA DANYCH STRUKTURALNYCH	38
5	STRONY PRODUKTÓW	41
5.1	MODYFIKACJA NAGŁÓWKÓW	41
5.2	UMIĘSZCZENIE NAJWAŻNIEJSZEJ TREŚCI WYŻEJ W KODZIE STRONY	45
5.3	ZMIANA META TAGÓW DESCRIPTION	52
5.4	ELIMINACJA ZDUPLIKOWANYCH META TAGÓW DESCRIPTION	57
5.5	OZNACZENIE PODSUMOWANIA OCEN PRZY POMOCY SCHEMA.ORG/AGGREGATERATING	59
5.6	WŁAŚCIWE OZNACZENIE OCEN PRZY POMOCY SCHEMA.ORG/RATING	60
6	ZAAWANSOWANE FILTRY	61
6.1	ZAŁOŻENIA	61
6.2	GENEROWANIE UNIKALNYCH TITLE ORAZ DESCRIPTION	61
6.3	MODYFIKACJA LINKOWANIA WEWNĘTRZNEGO	62
6.4	PRZEKIEROWANIE NIEAKTUALNYCH KATEGORII I SUBKATEGORII	62
6.5	DODANIE ELEMENTU BREADCRUMBS	63
7	PRIORYTETY WDRAŻANIA ZALECEŃ	64
8	ZAKOŃCZENIE	65
9	WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW	66

1 Wstęp

Odpowiednia optymalizacja strony ma istotny wpływ na wysoką pozycję poszczególnych stron docelowych w wyszukiwarkach internetowych. Wprowadzenie proponowanych zmian w serwisie jest kluczowe, gdyż umożliwi zdobycie wysokich pozycji w wynikach wyszukiwania na pozycjonowane frazy oraz przyspieszy ten proces.

Strona pozycjonowana będzie na następujące frazy i strony docelowe:

Fraza kluczowa	Strona docelowa
fraza kluczowa nr 1	sklep-budowlany.pl/Baterie-i-armatura/Baterie-umywalkowe-stojace/
fraza kluczowa nr 2	sklep-budowlany.pl/Baterie-i-armatura/Baterie-prysznicowe/
fraza kluczowa nr 3	sklep-budowlany.pl/Brodziki/Brodziki-prostokatne/
fraza kluczowa nr 4	sklep-budowlany.pl/Drzwi/Drzwi-zewnetrzne/
fraza kluczowa nr 5	sklep-budowlany.pl/Farby/Farby-strukturalne/
fraza kluczowa nr 6	sklep-budowlany.pl/Farby/Farby-zewnetrzne/
fraza kluczowa nr 7	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Frezarki/
fraza kluczowa nr 8	sklep-budowlany.pl/Maszyny-ogrodowe/Glebogryzarki/
fraza kluczowa nr 9	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Gwozdziarki/
fraza kluczowa nr 10	sklep-budowlany.pl/Kabiny-prysznicowe-i-scianki/
fraza kluczowa nr 11	sklep-budowlany.pl/Kabiny-prysznicowe-i-scianki/Kabiny-prysznicowe/
fraza kluczowa nr 12	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Klucze-udarowe-pneumatyczne/
fraza kluczowa nr 13	sklep-budowlany.pl/WC/Kompakty-WC/
fraza kluczowa nr 14	sklep-budowlany.pl/Maszyny-ogrodowe/Kosy-spalinowe/
fraza kluczowa nr 15	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-zewnetrzne/Lampy-ogrodowe-stojace/
fraza kluczowa nr 16	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-wewnetrzne/Lampy-stolowe/
fraza kluczowa nr 17	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-wewnetrzne/Lampy-biurkowe/
fraza kluczowa nr 18	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-wewnetrzne/Lampy-sufitowe/
fraza kluczowa nr 19	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-zewnetrzne/Lampy-z-czujnikiem-ruchu/
fraza kluczowa nr 20	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Mloty-udarowe/
fraza kluczowa nr 21	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Myjki-do-okien/
fraza kluczowa nr 22	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Odkurzacze-parowe/
fraza kluczowa nr 23	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Odkurzacze-przemyslowe/
fraza kluczowa nr 24	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-techniczne/Oprawy-awaryjne/
fraza kluczowa nr 25	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-zewnetrzne/Oprawy-najazdowe/
fraza kluczowa nr 26	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-wewnetrzne/Oswietlenie-dzieciece/
fraza kluczowa nr 27	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-techniczne/
fraza kluczowa nr 28	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-wewnetrzne/
fraza kluczowa nr 29	sklep-budowlany.pl/Oswietlenie-zewnetrzne/
fraza kluczowa nr 30	sklep-budowlany.pl/Podlogi/Panele-podlogowe/
fraza kluczowa nr 31	sklep-budowlany.pl/Zestawy-prysznicowe-i-panele/
fraza kluczowa nr 32	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Pilarki/
fraza kluczowa nr 33	sklep-budowlany.pl/Plytki/Plytki-scienne/
fraza kluczowa nr 34	sklep-budowlany.pl/Technika-grzewcza/Podgrzewacze-wody/
fraza kluczowa nr 35	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Polerki/

fraza kluczowa nr 36	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Przecinarki-do-metalu/
fraza kluczowa nr 37	sklep-budowlany.pl/Instalacje-sanitarne/Rury-miedziane/
fraza kluczowa nr 38	sklep-budowlany.pl/Meble-lazienkowe/Szafki-lazienkowe-wiszace/
fraza kluczowa nr 39	sklep-budowlany.pl/Meble-lazienkowe/Szafki-lazienkowe-wiszace/
fraza kluczowa nr 40	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Szlifierki/
fraza kluczowa nr 41	sklep-budowlany.pl/Tapety-i-fototapety/Tapety?params=f4:2vae&cid=14856
fraza kluczowa nr 42	sklep-budowlany.pl/Tasmy-LED/
fraza kluczowa nr 43	sklep-budowlany.pl/Umywalki/Umywalki-podwojne/
fraza kluczowa nr 44	sklep-budowlany.pl/Wanny/Wanny-narozne/
fraza kluczowa nr 45	sklep-budowlany.pl/Wanny/Wanny-wolnostojace/
fraza kluczowa nr 46	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Wiertarki-udarowe/
fraza kluczowa nr 47	sklep-budowlany.pl/Elektronarzedzia/Wkretarki-sieciowe/
fraza kluczowa nr 48	sklep-budowlany.pl/Narzedzia-reczne/Zestawy-kluczy-nasadowych/
fraza kluczowa nr 49	sklep-budowlany.pl/Prysznice/Zestawy-prysznicowe/
fraza kluczowa nr 50	sklep-budowlany.pl/Zlewozmywaki?params=f5:3hwf&cid=15738
fraza kluczowa nr 51	sklep-budowlany.pl/Zrodla-swiatla/Zarowki-dekoracyjne/
fraza kluczowa nr 52	sklep-budowlany.pl/Zrodla-swiatla/Zarowki-LED/

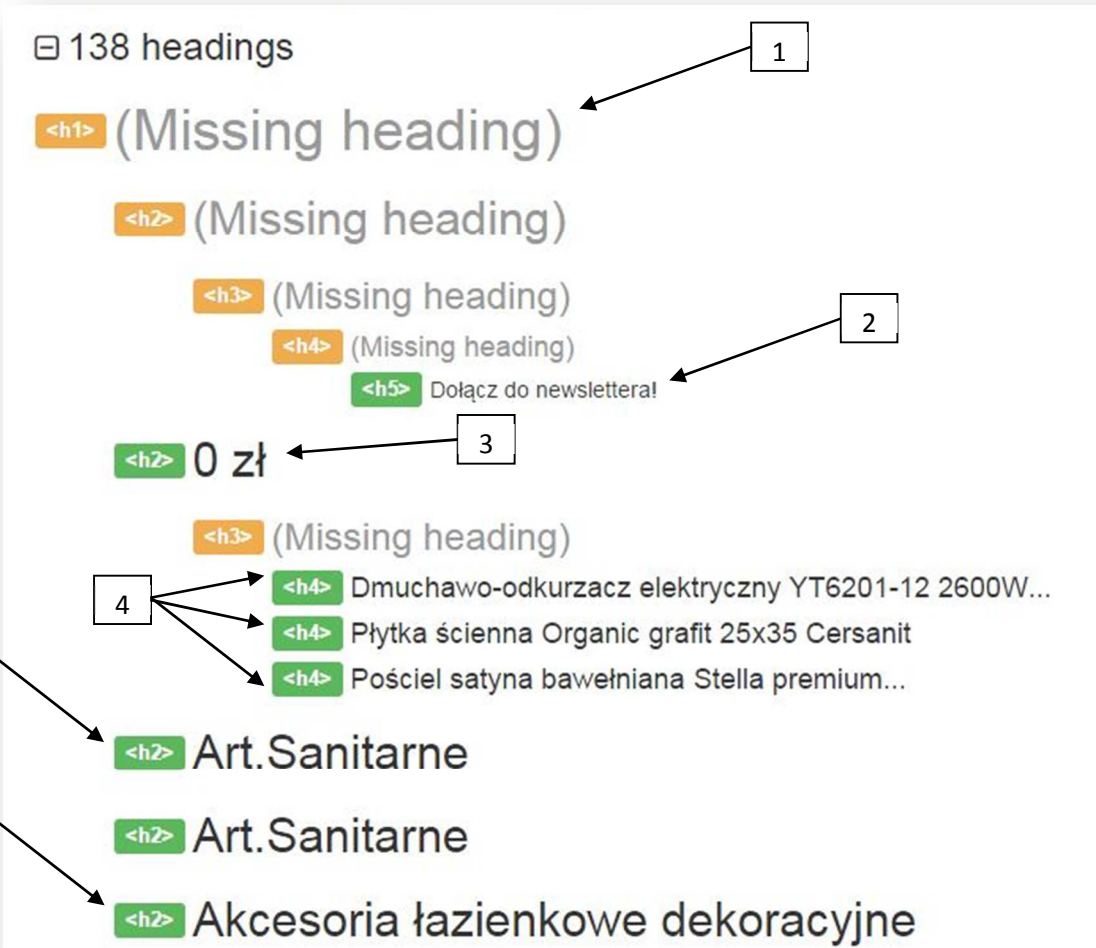
2 Zalecenia ogólne

2.1 Optymalizacja nagłówków na wszystkich podstronach

Zalecamy dopasowanie kolejności i oznaczeń nagłówków w taki sposób, aby spełniały następujące warunki:

- H1 występował tylko raz, jako pierwszy w kodzie strony i zawierał dla danej podstrony kluczowe frazy kluczowe,
- nie występowały puste lub pominięte nagłówki,
- nie obejmowały one linków nawigacyjnych i promocyjnych (np. breadcrumbs, linki do subkategorii, polecane produkty, ostatnio oglądane produkty)

Przykład zmiany struktury nagłówków (na przykładzie strony sklep-budowlany.pl/Art-Sanitarne/) prezentujemy poniżej.



The screenshot displays the heading structure of a page, with annotations 1 through 6 pointing to specific elements:

- 1** points to the top-level heading: `<h1> (Missing heading)`
- 2** points to a sub-heading: `<h5> Dołącz do newslettera!`
- 3** points to a price heading: `<h2> 0 zł`
- 4** points to a list of product headings: `<h4> Dmuchawo-odkurzacz elektryczny YT6201-12 2600W...`, `<h4> Płytki ścienna Organic grafit 25x35 Cersanit`, and `<h4> Pościel satyna bawełniana Stella premium...`
- 5** points to a category heading: `<h2> Art.Sanitarne`
- 6** points to another category heading: `<h2> Akcesoria łazienkowe dekoracyjne`

Część struktury nagłówków strony kategorii "Artykuły sanitarne"

Zalecamy podjęcie następujących działań:

Lp.	Element	Zalecane działania
1	H1	<i>Dodanie nagłówka H1 o treści „Artykuły sanitarne”</i>
2	H5	<i>Usunięcie oznaczenia rzędu nagłówka H5 z treści „Dołącz do newslettera”</i>
3	H2	<i>Usunięcie oznaczenia rzędu nagłówka H2 z treści „0 zł”</i>
4	H4	<i>Usunięcie oznaczenia rzędu nagłówka H4 z polecanych oraz ostatnio oglądanych produktów</i>
5	H2	<i>Usunięcie oznaczenia rzędu nagłówka H2 z breadcrumb-ów</i>
6	H2	<i>Usunięcie oznaczenia rzędu nagłówka H2 z linków do subkategorii</i>

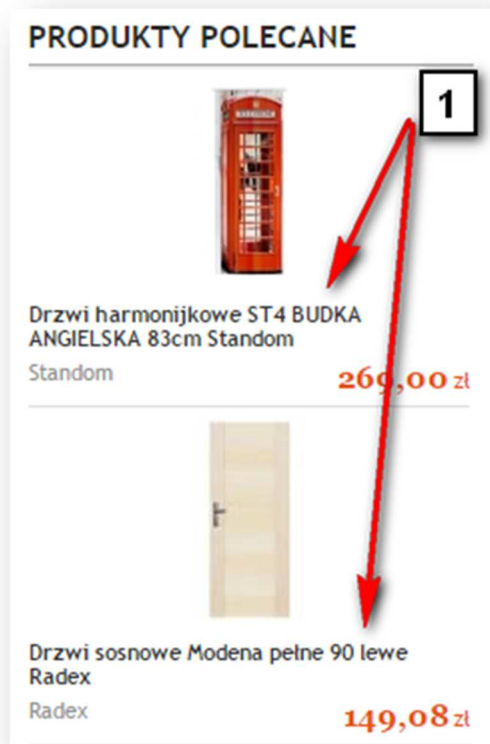
2.2 Konfiguracja parametrów w Google Webmaster Tools

Zalecamy zmianę [konfiguracji poszczególnych parametrów w URL-ach](#), która to obecnie uniemożliwia indeksowanie wielu adresów. Poniżej wypisane parametry powinny zostać skonfigurowane następująco:

Parametr	Działanie	Indeksowanie
params	zawęża	Googlebot podejmie decyzję
prod	zawęża	Googlebot podejmie decyzję
cid	-	Googlebot podejmie decyzję

2.3 Usunięcie parametrów URL przy polecanych produktach lub zastosowanie kanonicznych URL-i

Adresy URL prowadzące do produktów polecanych zawierają niepotrzebne z punktu widzenia działań SEO parametry.



Przykład linku z dodatkowym parametrem

W wyniku tego powstają adresy URL podstron produktów zawierające dodatkowe parametry utrudniające robotom wyszukiwarek poruszanie się po stronie, niekorzystnie ingerujące w przekazywanie między nimi mocy, a także powodujące występowanie duplikatów stron w wynikach wyszukiwania i w ramach domeny. Aby uniknąć tej sytuacji **należy wskazać robotom właściwy URL stosując w sekcji <head> podstrony zapis rel="canonical"** lub zaprzestać stosowania tego typu parametrów.

Przykładowo w kodzie strony produktu sklep-budowlany.pl/System-nascienny-1800mm-Radex?qrtc_slt=slt_category&qrtc_tp=tp_user_category&qrt_typ=usr&qrtc_pos=44 powinien znaleźć się następujący zapis:

- `<link rel="canonical" href="sklep-budowlany.pl/System-nascienny-1800mm-Radex/>`

Więcej informacji na temat kanonicznych URL-i znaleźć można w [wytycznych Google dla webmasterów](#).

3 Strona główna

3.1 Zmiana title oraz description

W chwili obecnej strona główna widoczna jest w wynikach wyszukiwania przede wszystkim na frazy brandowe, czyli te wyszukiwane w połączeniu z marką. W celu zmiany tej sytuacji proponujemy **zmianę title oraz description** na umożliwiające zidentyfikowanie Sklep-budowlany.pl jako sklepu internetowego z branży budowlanej i wykończeniowej. Zalecamy wykorzystanie następujących meta tagów:

Element	Proponowana treść
title	<i>Sklep, market budowlany z narzędziami i materiałami wykończeniowymi – Sklep-budowlany.pl</i>
description	<i>Sklep-budowlany.pl to internetowy market budowlany oferujący narzędzia oraz materiały do wykończenia i wyposażenia wnętrz. Sprawdź nasze niskie ceny!</i>

3.2 Dopasowanie treści na stronie głównej

Zalecamy **dodanie na stronie głównej nagłówka H1** oraz kilkudzaniowej treści zawierającej zastosowane w title oraz description frazy kluczowe. Tymi słowami kluczowymi są:

- market budowlany
- sklep budowlany
- materiały budowlane
- materiały wykończeniowe
- narzędzia budowlane

Na przykład, nagłówek H1 na stronie głównej może brzmieć następująco:

- *Sklep-budowlany.pl – internetowy market budowlany z przydatnymi narzędziami budowlanymi oraz materiałami wykończeniowymi*

4 Kategorie i subkategorie produktów

4.7 Zmiana oznaczenia danych strukturalnych

4.7.1 Założenia

Proponujemy zrezygnowanie z oznaczenia danych produktu przy pomocy schema.org/AggregateRating na podstronach kategorii oraz subkategorii. Wyszukiwarka Google w chwili obecnej nie wyświetla tego typu informacji dotyczących produktu ulokowanych na stronach zbiorczych takich jak np. listingi produktów.

W zamian za to proponujemy oznaczenie przy pomocy biblioteki schema.org/AggregateRating informacji o ocenie całego serwisu. Ocenę taką znaleźć można na przykład w serwisach [Opineo](https://www.opineo.pl) lub [Ceneo](https://www.ceneo.pl). Zalecamy, aby ocena ta była pobierana z jednego z tych serwisów i była wyświetlana na każdej podstronie kategorii lub subkategorii.

Dodanie informacji o ocenie strony oraz odpowiednie oznaczenie tych danych pozwoli na wyświetlanie opisów w wynikach wyszukiwania wzbogaconych o „gwiazdki” wraz z oceną i liczbą opinii, zachęcając użytkownika do wejścia na stronę, tj. wpływając pozytywnie na współczynnik klikalności (CTR).

Jako przykład serwisu, który zastosował tego typu działanie, może posłużyć domena [twojekwiaty.pl](https://www.twojekwiaty.pl).



Przykład wyświetlania oceny witryny przy podstronie kategorii produktów w wynikach wyszukiwania

4.7.2 Propozycja wdrożenia

Zalecamy umieścić na podstronach kategorii i subkategorii produktów boks/widżet z oceną sklepu (np. w bocznym pasku pod produktami polecanymi) pobraną z jednego z omawianych serwisów (np. z serwisu [Opineo.pl](https://www.opineo.pl) - średnia ocena wynosi 9,2 i została wystawiona na podstawie ponad 4000 opinii). Informacja ta może zostać przedstawiona zarówno w formie graficznej jak i tekstowej. Istotne jest, aby oceny te zostały właściwie oznaczone i znajdowały się w kodzie strony.

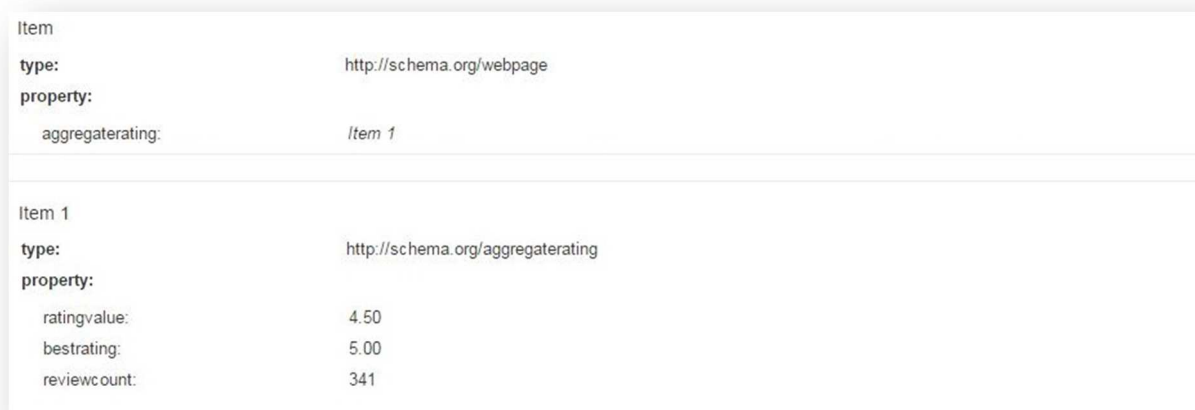
W celu realizacji tego zalecenia można postępować według poniższych kroków.

1. Usunięcie oznaczenia `aggaterating` będącym częścią `schema.org/product` na podstronach kategorii i subkategorii.



Lp.	Sugestia
1	Usunięcie oznaczenia aggregaterating z podstrony, np. dla sklep-budowlany.pl/Drzwi_Drzwi-wewnetrzne/

2. Dodanie na podstronach kategorii i subkategorii biblioteki `schema.org/webpage` wraz z elementem `aggregaterating`.



Przykładowe oznaczenie danych przy pomocy `schema.org/webpage` wraz z elementem `aggregaterating`

3. Uzupełnienie elementu **aggregaterating** o informacje pobierane bezpośrednio z serwisu Opineo/Ceneo lub samodzielne wpisanie oceny, maksymalnej jej wartości i liczby recenzji. W drugim przypadku należy aktualizować te wartości co jakiś czas (np. raz w tygodniu lub miesiącu).



Przykład wdrożenia widżetu z oceną pobieraną z serwisu `Trusted Shops`

Po wprowadzeniu zmian możliwe będzie wyświetlanie w wynikach wyszukiwania fragmentów rozszerzonych zawierających ocenę wraz z liczbą dodanych recenzji.

Przykład kodu HTML wykorzystanego do oznaczenia ocen przy pomocy schema.org/AggregateRating znaleźć można [tutaj](#). W celu testowania tego wdrożenia polecamy stosować [narzędzie Google Structured Data Testing Tool](#).

7 Priorytety wdrożenia zaleceń

Sugerujemy wdrożenie powyższych zmian kolejno według ich istotności. Cyfra „1” oznacza zalecenia, które należy zrealizować w pierwszej kolejności.

Rozdział	Tytuł rozdziału	Priorytet
1	WSTĘP	
2	ZALECENIA OGÓLNE	
2.1	Optymalizacja nagłówków na wszystkich podstronach	1
2.2	Konfiguracja parametrów w Google Webmaster Tools	1
2.3	Usunięcie parametrów URL przy polecanych produktach lub zastosowanie kanonicznych URL-i	2
2.4	Modyfikacja odnośników w breadcrumbs	2
2.5	Zwiększenie prędkości ładowania strony	3
3	STRONA GŁÓWNA	
3.1	Zmiana title oraz description	2
3.2	Dopasowanie treści na stronie głównej	2
4	KATEGORIE I SUBKATEGORIE PRODUKTÓW	
4.1	Dodanie treści do podstron	1
4.2	Zmiana meta tagów	1
4.3	Dodanie meta tagów do podstron subkategorii o dużym zagłębieniu	1
4.4	Optymalizacja nagłówków	1
4.5	Wyświetlanie dodatkowych informacji w ramach listy produktów	2
4.6	Wskazanie treści podzielonych na strony	3
4.7	Zmiana oznaczenia danych strukturalnych	3
5	STRONY PRODUKTÓW	
5.1	Modyfikacja nagłówków	1
5.2	Umieszczenie najważniejszej treści wyżej w kodzie strony	2
5.3	Zmiana meta tagów description	2
5.4	Eliminacja zduplikowanych meta tagów description	3
5.5	Właściwe oznaczenie podsumowania ocen przy pomocy schema.org/AggregateRating	3
5.6	Właściwe oznaczenie ocen przy pomocy schema.org/Rating	3
6	ZAAWANSOWANE FILTRY	
6.2	Generowanie unikalnych title oraz description	1
6.3	Modyfikacja linkowania wewnętrznego	1
6.4	Przekierowanie nieaktualnych kategorii i subkategorii	2
6.5	Dodanie elementu breadcrumbs	3