

# Audyt SEO

sklep-obuwniczy.pl



## Spis treści

<b>1</b>	<b>WSTĘP .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>STRONA GŁÓWNA.....</b>	<b>5</b>
2.1	NAGŁÓWKI I OPISY .....	5
2.2	META TAG TITLE .....	6
2.3	META DESCRIPTION.....	7
2.4	ATRYBUTY ALT OBRAZKÓW .....	8
<b>3</b>	<b>PODSTRONY PRODUCENTÓW .....</b>	<b>10</b>
3.1	MENU PRODUCENCI .....	10
3.2	STRONA PRODUCENCI .....	12
3.3	BUDOWA PODSTRON SERII BUTÓW .....	13
3.4	NAGŁÓWKI I OPISY KATEGORII PRODUKTÓW .....	15
3.5	META TAG TITLE .....	16
3.6	META TAG KEYWORDS .....	18
3.7	ATRYBUTY ALT OBRAZKÓW .....	20
3.8	POPRAWA LINKOWANIA .....	21
3.9	KOPIE STRON .....	23
<b>4</b>	<b>PODSTRONY RODZAJÓW OBUWIA.....</b>	<b>25</b>
4.1	STRONY OGÓLNYCH RODZAJÓW OBUWIA .....	25
4.2	NAGŁÓWKI I OPISY .....	26
3.5	META TAG TITLE .....	27
3.6	META TAG KEYWORDS .....	29
3.7	ATRYBUTY ALT OBRAZKÓW .....	33
3.9	KOPIE STRON .....	36
<b>5</b>	<b>STRONA PRODUKTU .....</b>	<b>37</b>
4.2	NAGŁÓWKI I OPISY .....	37
3.5	META TAG TITLE .....	39
3.6	META TAG KEYWORDS .....	41
3.7	ATRYBUTY ALT OBRAZKÓW .....	45
3.9	KOPIE STRON .....	48
5.3	BREADCRUMBS .....	51
5.4	POPRAWA LINKOWANIA.....	53
5.5	UKRYTY TEKST OPISOWY.....	54
5.6	KOMENTARZE .....	55
<b>6</b>	<b>BLOG.....</b>	<b>57</b>
6.1	KATEGORIE I MENU .....	57
6.2	STRONA WPISU .....	58
6.3	META TAGI.....	59
6.4	REKOMENDACJE LINKOWANIA .....	60
<b>7</b>	<b>WSKAZÓWKI OGÓLNE.....</b>	<b>62</b>
7.1	OPISY META DESCRIPTION .....	62
7.2	PRZEKIEROWANIE DOMENY .....	63
7.3	BRAK PRODUKTÓW .....	66

<b>8</b>	<b>POPRAWA USABILITY.....</b>	<b>66</b>
8.1	UMIEJSCOWIENIE LOGO .....	66
8.2	UŁOŻENIE PÓL MENU GŁÓWNEGO .....	67
8.3	SORTOWANIE PÓL PODMENU .....	68
8.4	FILTROWANIE WG BŁĘDNYCH KRYTERIÓW .....	69
8.5	FILTROWANIE - POZOSTAŁE ANOMALIE .....	70
<b>9</b>	<b>PRIORYTETY WDROŻENIA ZALECEŃ .....</b>	<b>72</b>
<b>10</b>	<b>LISTA ZAŁĄCZNIKÓW.....</b>	<b>72</b>
<b>11</b>	<b>ZAKOŃCZENIE .....</b>	<b>73</b>

## 1 Wstęp

Odpowiednia optymalizacja strony ma istotny wpływ na wysoką pozycję danych stron docelowych w wyszukiwarkach internetowych. Wprowadzenie proponowanych zmian na stronie zwiększy efektywność zdobywania wysokich pozycji w wyszukiwarkach na pozycjonowane frazy oraz przyspieszy ten proces.

Serwis pozycjonowany jest na następujące frazy i strony docelowe:

Fraza	Strona docelowa
adidas dla dzieci	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-1">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-1</a>
baleriny	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-2">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-2</a>
bikery	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-3">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-3</a>
botki damskie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-4">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-4</a>
buty adidas	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-5">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-5</a>
buty adidas damskie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-6">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-6</a>
buty adidas męskie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-7">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-7</a>
buty asics	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-8">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-8</a>
buty birkenstock	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-9">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-9</a>
buty damskie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-10">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-10</a>
buty dla dzieci	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-11">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-11</a>
buty dziecięce	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-12">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-12</a>
buty emel	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-13">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-13</a>
buty emu	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-14">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-14</a>
buty geox	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-15">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-15</a>
buty gino rossi	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-16">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-16</a>
buty kowbojki	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-17">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-17</a>
buty merrell	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-18">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-18</a>
buty męskie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-19">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-19</a>
buty na obcasie	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-20">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-20</a>
buty napapijri	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-21">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-21</a>
buty nike	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-22">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-22</a>
Buty pepe jeans	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-23">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-23</a>
buty reebok	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-24">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-24</a>
buty skórzane	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-25">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-25</a>
buty sportowe	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-26">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-26</a>
buty the north face	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-27">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-27</a>
buty timberland	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-28">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-28</a>
buty trekkingowe	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-29">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-29</a>
buty zimowe	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-30">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-30</a>
cayole	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-31">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-31</a>
clarks	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-32">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-32</a>
converse	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-33">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-33</a>
crocs	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-34">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-34</a>

<b>crocs dla dzieci</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-35">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-35</a>
<b>czótenka</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-36">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-36</a>
<b>desigual</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-37">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-37</a>
<b>ecco</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-38">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-38</a>
<b>ecco dla dzieci</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-39">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-39</a>
<b>emu</b>	<a href="http://www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-40">www.sklep-obuwniczy.pl/podstrona-40</a>

## Priorytet zmian pod kątem SEO

Sugerujemy wdrożenie kolejno poniższych zmian według ich wagi.

Priorytet	
<b>1</b>	Bardzo ważne
<b>2</b>	Ważne
<b>3</b>	Zalecane

### 3 Podstrony producentów

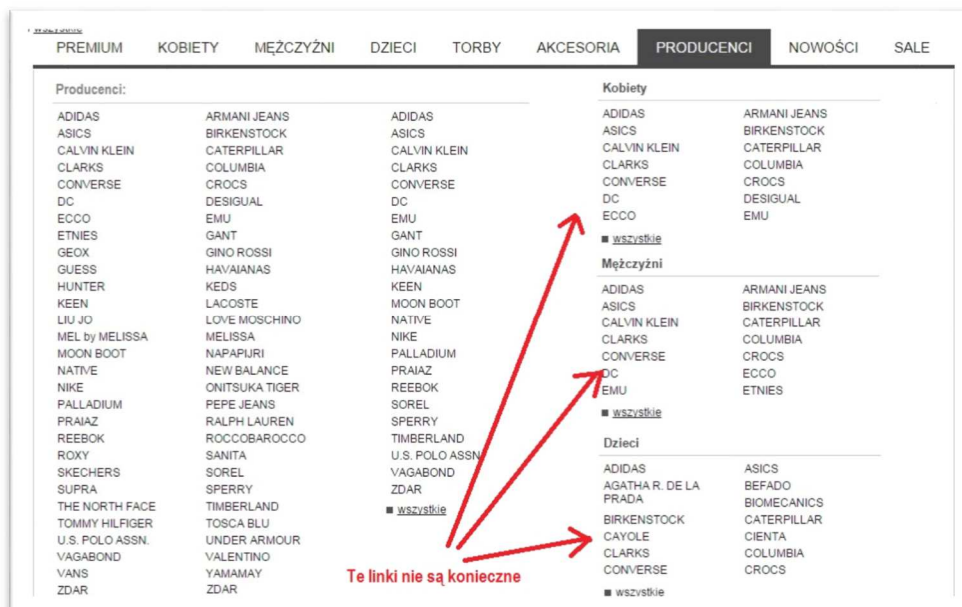
#### 3.1 Menu producenci (Priorytet 1)

W górnym menu linki w zakładkach „Kobiety”, „Mężczyźni” i „Dzieci” prowadzą do tych samych stron marek jak w zakładce „Producenci”. Nie ma konieczności dublowania tych linków. Przykładowo:

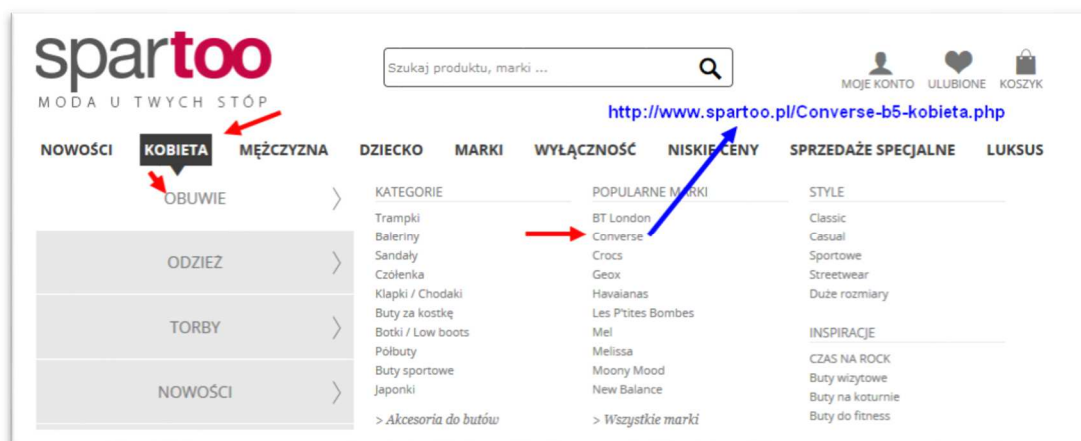
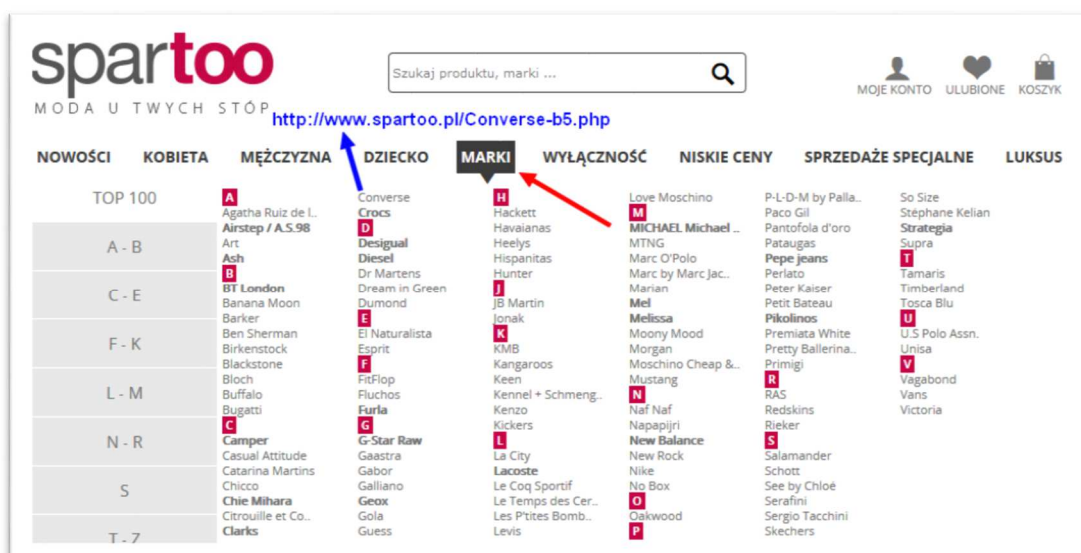


Najważniejszą barierą osiągnięcia wysokich pozycji dla fraz kluczowych związanych z markami butów (obok braku unikalnych treści dla podstron producentów, o czym mowa w dalszej części) **jest niepoprawne linkowanie wewnętrzne podstron producentów butów**. W czego efekcie większa waga nadawana jest podstronom marki zawężonej do kategorii kobieta, mężczyzna, dziecko. Z tego powodu zdarza się błędne indeksowanie przez Google podstron na zapytania o samą markę. Np. dla zapytania „ecco” zaindeksowana została podstrona marki Ecco zawężona do butów dziecięcych ([www.sklep-obuwniczy.pl/ecco-dla-dzieci](http://www.sklep-obuwniczy.pl/ecco-dla-dzieci)), choć logika nakazuje prezentację podstrony zbiorczej dla marki Ecco ([www.sklep-obuwniczy.pl/ecco](http://www.sklep-obuwniczy.pl/ecco)). Aby wskazać Google poprawne podstrony dla tego typu zapytań konieczna jest zmiana linków w zakładce „Producenci” tak aby znajdowały się tam linki do ogólnych podstron producentów typu: [www.sklep-obuwniczy.pl/ecco](http://www.sklep-obuwniczy.pl/ecco).

Rekomendujemy następującą budowę (prawa strona menu rozwijanego nie jest konieczna, zaproponowana została dla poprawienia wyglądu):



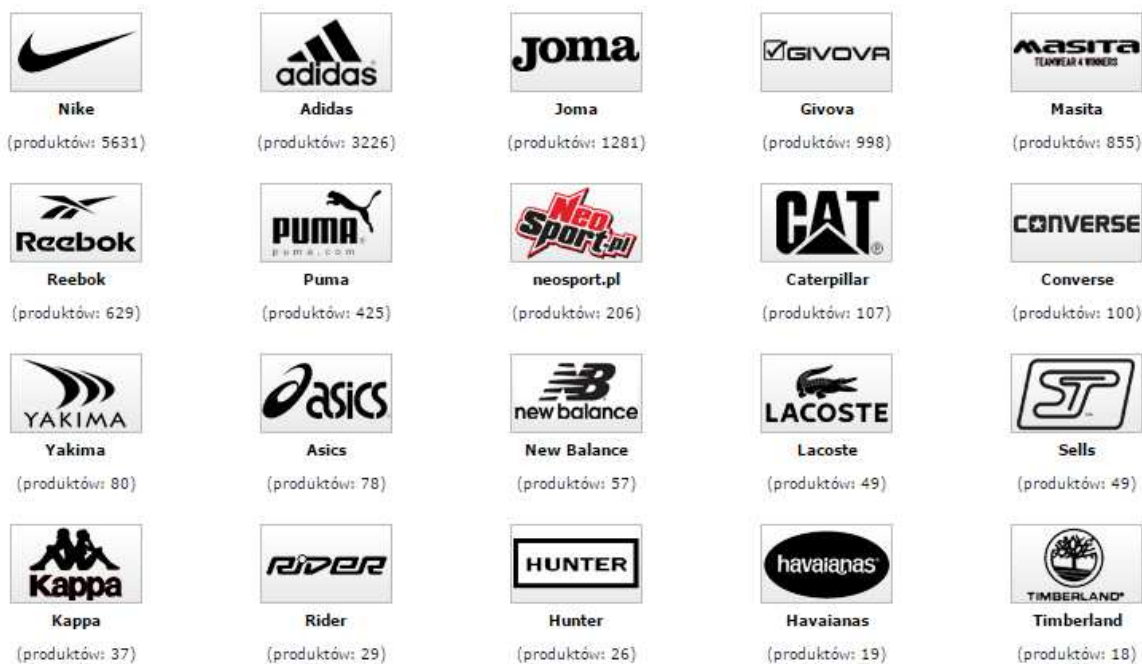
Rozwiązanie takie zastosowane jest m.in. w sklepie [www.spartoo.pl](http://www.spartoo.pl) wraz z dodatkową filtracją alfabetyczną w celu poprawy użyteczności.



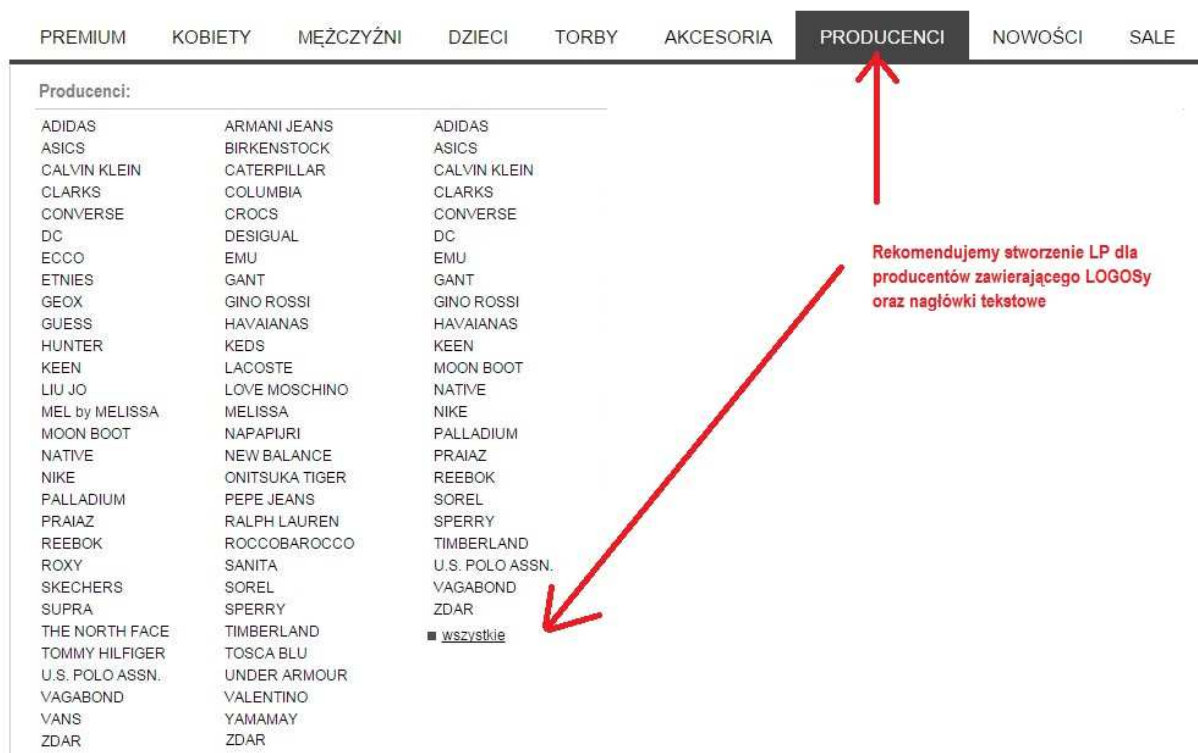
### 3.2 Strona producenci

Aktualnie nie istnieje strona kategorii Producenci. Proponujemy stworzenie jej w celu poprawienia linkowania wewnętrznego. Aktualnie wszystkie marki producentów zmieszczą się w menu Producenci, jednak należy zadbać o przyszłość, kiedy liczba marek zostanie rozbudowana.

Przykład takiego rozwiązania znajdziemy pod adresem <http://neosport.pl/producers.php>, choć brakuje na tej podstronie bloku tekstu z nagłówkiem:



Nowa strona Producentów powinna zostać podlinkowana w menu wg. poniższych wskazówek:





## 4 Podstrony rodzajów obuwia

### 4.2 Nagłówki i opisy kategorii produktów (Priorytet 1)

Nieoptymalizowane nagłówki oraz brak opisów to kluczowe elementy wpływający na brak możliwości osiągnięcia wysokich pozycji dla fraz związanych z kategoriami obuwia dla butów damskich, męskich i dziecięcych. Podobnie jak na stronach kategorii producentów, należy umieścić nagłówki H1 oraz unikalne teksty opisowe na stronach kategorii **produktów** takich jak np. [www.sklep-obuwniczy.pl/baleriny](http://www.sklep-obuwniczy.pl/baleriny).



Nagłówki H1 najlepiej zamieszczać wg schematu: [rodzaj obuwia/produktu] [dział]. Przykładowo: Baleriny damskie, Mokasyny męskie, Kalosze dla dzieci itp.

Analogicznie jak w przykładzie należy zmienić wszystkie strony kategorii produktów we wszystkich działach, poniżej nagłówka H1 umieszczając unikalny opis kategorii.

Nagłówki H1 i opisy kategorii **produktów** umieszczone są przykładowo w sklepie [www.zalando.pl](http://www.zalando.pl):

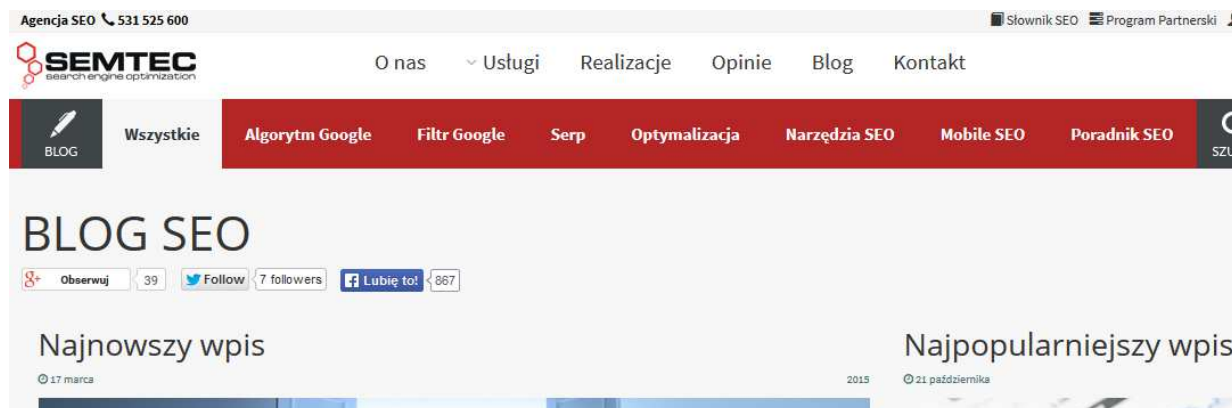


## 5 Blog

### 5.1 Kategorie i menu

Należy stworzyć kilka/kilkanaście kategorii wpisów i przyporządkować wszystkie wpisy na blogu do odpowiednich kategorii. Podstrony kategorii wpisów powinny znajdować się pod oddzielnymi adresami url (zamiast tak jak obecnie być przeładowywane przez Java Script). Przykładowo mogą to być adresy takie jak [www.sklep-obuwniczy.pl/blog/promocje](http://www.sklep-obuwniczy.pl/blog/promocje), [www.sklep-obuwniczy.pl/blog/obuwie](http://www.sklep-obuwniczy.pl/blog/obuwie), [www.sklep-obuwniczy.pl/blog/nowości](http://www.sklep-obuwniczy.pl/blog/nowości)

W górnym menu należy także umieścić linki do kategorii wpisów. Poniżej przykład z bloga Semtec:



### 5.2 Strona wpisu

Na stronach wpisów zalecane jest umieszczenie listy tagów i przypisanie dla każdego wpisu kilku tagów. Mogą to być np. nazwy marek, kategorii obuwia itp. Warto umieścić także linki do wpisów powiązanych tematycznie. Poniżej przykład z bloga SEMTEC:

Tagi:



#### Powiązane wpisy



### 5.3 Meta tagi

Należy zmienić tytuł (meta tag title) strony głównej bloga z „Wiadomości” przykładowo na: „Blog Sklep Obuwniczy – obuwie, moda, nowości”

Na wszystkich podstronach blogach należy zmienić dołączany w meta title człon „| new” lub „| video” na „| Blog Sklep Obuwniczy”.

Podobnie jak w sklepie należy zadbać o unikalne opisy meta description na wszystkich podstronach bloga.

#### **5.4 Rekomendacje linkowania**

Należy zmienić adres strony, na której znajduje się blog z [www.sklep-obuwniczy.pl/news.php](http://www.sklep-obuwniczy.pl/news.php) na [www.sklep-obuwniczy.pl/blog](http://www.sklep-obuwniczy.pl/blog)

Jest to rozwiązanie bardziej rekomendowane niż stworzenie osobnej subdomeny dla bloga.

W przypadku sklepu internetowego umieszczonego na serwerze dostawcy oprogramowania najprawdopodobniej niemożliwe będzie utworzenie bloga opartego na CMS Wordpress działającego na podstronie /blog. Takie rozwiązanie jest możliwe na subdomenie, ale wymaga to dodatkowych prac web developerskich.

## 6 Wskazówki ogólne

### 6.1 Opisy meta description

W tym metatagu na wszystkich podstronach powinien znajdować się 1-3 zdaniowy opis danej podstrony. Zalecane jest aby zawrzeć w nim frazy kluczowe przypisane do danej podstrony (można stosować odmiany gramatyczne oraz rozdzielać poszczególne słowa danej frazy), a długość opisu powinna wynosić ok. 150-200 znaków (maksymalnie 250).

Należy zadbać o **unikalne** teksty opisów meta description **dla każdej podstrony**. W przypadku sklepu internetowego posiadającego tysiące podstron praktycznie niezbędne jest w tym celu skorzystanie z szablonów. Ważne jest, aby użytych było możliwie jak najwięcej różnych szablonów oraz aby **nie umieszczać** w nich skopiowanej zawartości tytułów stron np. „Dzieci | Wybrane marki | ADIDAS |” oraz aby składały się one z pełnych zdań.

W miarę możliwości warto jednak przygotować unikalne meta opisy dla jak największej liczby podstron – przynajmniej dla ogólnych stron producentów (/firm-pol-) oraz najważniejszych kategorii produktów (mokasyny, szpilki, klapki itd.)

### 6.2 Przekierowanie domeny

Ponieważ w serwisie wdrożone jest bezpieczne połączenie https, zalecane jest, o ile to możliwe, ustawienie przekierowania 301 wszystkich adresów w domenie na <https://www>.

Wg komunikatów Google połączenie https daje obecnie bardzo niewielką (właściwie niezauważalną) poprawę rankingu witryny, jednak nie wykluczono jej zwiększenia w przyszłości.

### 6.3 Brak produktów

W przypadku gdy w ofercie nie ma tymczasowo lub definitywnie określonego produktu, lub nie ma aktualnie żadnego produktu w danej kategorii, to strona taka w dalszym ciągu powinna wyświetlać się pod tym samym adresem, zamiast przekierowania na <http://www.sklep-obuwniczy.pl/noproduct.php?reason=product> oraz wyświetlania komunikatu:

Szukany produkt nie został znaleziony. Skorzystaj z [wyszukiwarki](#).

Warto dodać, że nie zawsze występuje przytoczona wyżej sytuacja. Dla niektórych produktów poprawnie wyświetlona jest karta produktu.