

# Audyt SEO

[strona-korporacyjna.pl](http://strona-korporacyjna.pl)



## Spis treści

<b>1</b>	<b>WSTĘP.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>WSKAZÓWKI POPRAWY BUDOWY WITRYNY .....</b>	<b>4</b>
2.1	STRUKTURY STRONY.....	4
2.2	STRUKTURA ADRESÓW URL.....	6
2.3	WYSTĘPOWANIE TITLE, DESCRIPTION I NAGŁÓWKÓW .....	8
2.4	WYTYCZNE I DYREKTYWY DLA ROBOTÓW WYSZUKIWAREK .....	12
2.5	WIELKOŚĆ ORAZ ATRYBUTY PLIKÓW GRAFICZNYCH.....	13
2.6	UNIKALNOŚĆ I JAKOŚĆ TREŚCI DLA UŻYTKOWNIKA I ROBOTÓW GOOGLE .....	14
2.7	LINKOWANIE WEWNĘTRZNE, BREADCRUMBS .....	21
<b>3</b>	<b>WSKAZÓWKI POPRAWY INDEKSACJI .....</b>	<b>23</b>
3.1	DOSTĘPNOŚĆ DLA ROBOTÓW WYSZUKIWAREK (ROBOTS.TXT).....	23
3.2	DYNAMICZNE GENEROWANIE TREŚCI.....	24
3.3	NAWIGACJA.....	25
3.4	MAPA WITRYNY .....	26
3.5	LINKOWANIE WEWNĘTRZNE.....	27
3.6	DUPLIKACJA PODSTRON .....	28
3.7	PRZEKIEROWANIA 301, 302 .....	30
3.8	KODY BŁĘDÓW .....	31
3.9	TREŚĆ W STOSUNKU DO KODU HTML (POZORNY BŁĄD 404) .....	32
3.10	CZAS ŁADOWANIA SIĘ PODSTRON .....	33
<b>4</b>	<b>ANALIZA PRZESTRZEGANIA WYTYCZNYCH WYSZUKIWAREK (NIEETYCZNE ELEMENTY BUDOWY STRONY) .....</b>	<b>34</b>
<b>5</b>	<b>ZALECENIA DLA SZABLONÓW .....</b>	<b>35</b>
5.1	STRONA GŁÓWNA - STRONA SEKCJI GŁÓWNEJ .....	35
5.2	STRONA GŁÓWNEJ KATEGORII.....	37
5.3	STRONA KATEGORII Z LISTĄ: PODKATEGORII, ARTYKUŁÓW LUB PRODUKTÓW .....	40
5.4	SZABLON STRONY KATEGORII Z LISTĄ DOKUMENTÓW.....	42
5.5	STRONA PRODUKTU .....	45
5.6	STRONA ARTYKUŁU .....	48
5.7	STRONY Z DANymi KONTAKTOWYMI .....	49
5.8	POZOSTAŁE STRONY .....	50
<b>6</b>	<b>PRIORYTETY REKOMENDACJI .....</b>	<b>52</b>
<b>7</b>	<b>PODSUMOWANIE .....</b>	<b>53</b>
<b>8</b>	<b>WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW.....</b>	<b>54</b>

## Wstęp

Dokument przedstawia audyt SEO witryny dostępnej pod adresem: **www.strona-korporacyjna.pl**. Zawiera wskazówki dotyczące poprawy poszczególnych elementów witryny oraz sugestie dotyczące optymalizacji treści stron, a także odwołania do treści dwóch załączników.

**Załącznik 1** zawiera **listę wszystkich podstron witryny** **znalezioną w sposób automatyczny** przy użyciu programu crawlującego. Znajdują się w nim informacje na temat aktualnie występujących na stronach tagów Title (treść, długość), meta tagów Description (treść, długość) i Keywords, a także nagłówków H1 i H2 (treść). Format tabeli pozwala na wygodne sortowanie poszczególnych elementów.

**Załącznik 2** zawiera natomiast **listę stron witryny znalezionych ręcznie** z poziomu paska menu głównego (dostępnych dla użytkownika) z podziałem na określone typy stron, dla których opracowane zostały szablony:

- Strona główna (sekcja Klienci indywidualni) i sekcja Profesjoniści,
- Strony głównych kategorii,
- Strony kategorii z podziałem na: podkategorie, artykuły i produkty,
- Strony z listą dokumentów do pobrania,
- Strony produktów,
- Strony artykułów,
- Strony kontaktowe,
- Pozostałe strony niepasujące do żadnej z ww. kategorii.

Niektóre URL-e opatrzone zostały komentarzami.

## 2.2 Struktura adresów URL

Struktura adresów URL powinna odzwierciedlać strukturę katalogów w witrynie. Ponadto URL-e poszczególnych stron:

- Powinny mieć maksymalnie uproszczoną budowę (m.in. brak zbędnych rozszerzeń),
- Być czytelne i zrozumiałe zarówno dla użytkowników, jak i robotów wyszukiwarek, tj. zawierać słowa nawiązujące do tematyki strony (dla stron w języku polskim – po polsku),
- Nie powinny zawierać niezrozumiałych ciągów znaków, cyfr i liter, utrudniających identyfikację tematyki strony.

### URL strony głównej

Strona główna witryny powinna być wyświetlana pod adresem URL domeny głównej, pozbawionym zbędnych rozszerzeń.

Obecnie strona główna witryny jest przekierowywana na adres [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/) Zalecamy zmianę przekierowania na odwrotne, tj. z [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/index.pl_pl.html) na [www.strona-korporacyjna.pl](http://www.strona-korporacyjna.pl), przy czym musi to być przekierowanie 301.

### Redukcja zbędnych rozszerzeń URL-i

Adresy URL poszczególnych stron powinny zostać maksymalnie uproszczone.

Obecnie dla wszystkich stron witryny generowane są rozszerzenia URL-i w postaci: [index.pl\\_pl.html](#) jak na poniższym przykładzie:

[www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiwania-FirmaABC/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiwania-FirmaABC/index.pl_pl.html)

### Zalecamy usunięcie tych rozszerzeń.

Przykład prawidłowego adresu po usunięciu rozszerzenia:

[www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiwania-FirmaABC](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiwania-FirmaABC)

### „Nieprzyjazne” adresy URL

Treść adresów URL poszczególnych stron witryny powinna umożliwiać zarówno użytkownikom, jak i robotom wyszukiwarek jednoznaczne zidentyfikowanie tematyki strony.

W przypadku większości stron witryny warunek ten jest spełniony. Wyjątek stanowią URL-e czterech stron informacyjnych dostępnych z poziomu stopki strony, w których występują **słowa w języku angielskim** (zamiast polskim) oraz **ciągi znaków** utrudniających określenie treści stron docelowych.

Zalecamy modyfikację wskazanych adresów zgodnie z poniższym zestawieniem:

URL	
<b>Jest</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-114-213850.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-114-213850.pl_pl.html</a>
<b>Powinno być</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/prawa-autorskie">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/prawa-autorskie</a>
<b>Jest</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-115-213851.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-115-213851.pl_pl.html</a>
<b>Powinno być</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/warunki-uzytkowania">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/warunki-uzytkowania</a>
<b>Jest</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-116-213852.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/content-detail-page-116-213852.pl_pl.html</a>
<b>Powinno być</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/ochrona-danych">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/ochrona-danych</a>
<b>Jest</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/impressum/index.pl_pl.html</a>
<b>Powinno być</b>	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/zastrzezenia-prawne">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/zastrzezenia-prawne</a>

### Nieprawidłowa pisownia „polskich” słów w URL-ach

Polskie litery w części URL-i zastąpione są łącznikami ( - ), co sprawia, że mogą utrudniać jednoznaczną identyfikację treści strony zarówno przez wyszukiwarki, jak i użytkowników. Należy zastąpić łączniki literami.

Przykład błędnego URL-a:

[www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/odnawialne-zrod-a-energii/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/odnawialne-zrod-a-energii/index.pl_pl.html)

Prawidłowy URL:

[www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/odnawialne-zrodla-energii/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/odnawialne-zrodla-energii/index.pl_pl.html)

**W załączniku 2 URL-e o błędnej pisowni oznaczono pomarańczowym tłem.**

## 2.4 Wytyczne i dyrektywy dla robotów wyszukiwarek

### Linki wychodzące z witryny

Wszystkim **linkom zewnętrznym** wychodzącym z witryny należy nadać **atrybut rel="nofollow"**.

### Treść podzielona na strony

Na stronach zawierających treści podzielone na strony (np. z listą dokumentów do pobrania lub listą produktów w grupie produktów) należy użyć w kodzie HTML **atrybutów rel="next" i rel="prev"**, które stanowią dla robotów Google informację, że strony te mają być traktowane jako sekwencja logiczna.

Szczegóły nt. wykorzystania atrybutów „rel” i „next” znajdują się pod poniższym linkiem:

<https://support.google.com/webmasters/answer/1663744?hl=pl>

Zmiany należy wdrożyć na wszystkich stronach z podzieloną treścią, w tym m.in.:

- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy/wszystkie-produkty/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy/wszystkie-produkty/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy/wszystkie-produkty/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy/wszystkie-produkty/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/cennik-produktow/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/cennik-produktow/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/instrukcje-obs-ugi/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/instrukcje-obs-ugi/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/certyfikaty-ce/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/certyfikaty-ce/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/foldery-produktowe/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/foldery-produktowe/index.pl_pl.html)
- [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/index.pl_pl.html)

Pozostałe wytyczne i dyrektywy dla wyszukiwarek w obrębie witryny wykonane są poprawnie i nie wymagają zmian.

### 3.9 Treść w stosunku do kodu HTML (pozorny błąd 404)

Poniższa tabela zawiera dane dotyczące stosunku treści stron do kodu HTML na poszczególnych podstronach stanowiących szablony:

Typ strony	Adres URL szablonu	Stosunek tekstu do kodu HTML
<b>Strona sekcji:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strona główna (Klienci indywidualni)</b></li> <li>• <b>Profesjoniści</b></li> </ul>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/index.pl_pl.html	8,39%
<b>Strona kategorii głównej dostępnej z paska menu</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/innowacje/index.pl_pl.html	8,62%
<b>Strona kategorii z podziałem na: podkategorie, produkty, artykuły</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiązania-FirmaABC/index.pl_pl.html	9,40%
<b>Strona kategorii z listą dokumentów do pobrania</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/dokumentacja/index.pl_pl.html	7,49%
<b>Strona produktu</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy/atmotec-plus-vuw-645.pl_pl.html	12,44%
<b>Strona artykułu</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/rozwiązania-FirmaABC/do-modernizacji/index.pl_pl.html	14,77%
<b>Strona z danymi kontaktowymi</b>	www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/kontakt/dane-kontaktowe/index.pl_pl.html	6,45%

Optymalny stosunek treści strony w stosunku do jej kodu HTML wynosi powyżej 15%

Jeżeli współczynnik ten jest niższy od 15% treść strony powinna zostać rozbudowana.

## 4 Analiza przestrzegania wytycznych wyszukiwarek (nieetyczne elementy budowy strony)

Do nieetycznych elementów budowy stron należą:

- Generowane automatycznie treści pozbawione logicznego sensu, synonimizowane etc.
- Umieszczanie w witrynie treści skopiowanych z innych stron w Internecie, powielanie treści w obrębie witryny,
- Cloaking – pokazywanie użytkownikom innej treści lub innych URL-i niż robotom wyszukiwarki
- Zbyt duże zagęszczenie fraz kluczowych na stronie (np. upychanie ich po przecinku)
- Celowe ukrywanie treści (tekst, linki),
- Niejawne przekierowania lub strony doorway,
- Tworzenie stron o złośliwym działaniu, na przykład wyłudzających informacje czy instalujących wirusy, trojany lub inne szkodliwe oprogramowanie.

W witrynie występują:

- Powielenie treści w obrębie witryny spowodowane duplikacją podstron,
- tagi Title złożone z wypisanych po przecinku słów kluczowych (pełna lista w Załączniku 1).

Kwestia powielonych treści została szerzej omówiona w rozdziale *Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania. Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania.* oraz *Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania. Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania.* Poza tym, w witrynie nie występują żadne nieetyczne elementy budowy stron, więc nie jest ona narażona na nałożenie tzw. działań ręcznych Google.



## 5 Zalecenia dla szablonów

### 5.1 Strona główna - strona sekcji głównej

Opisany szablon jest wspólny dla stron dwóch sekcji głównych:

- Klienci indywidualni: [www.strona-korporacyjna.pl](http://www.strona-korporacyjna.pl) (obecnie: [www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/index.pl_pl.html))
- Profesjonaliści: [www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/index.pl\\_pl.html](http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/index.pl_pl.html)

Poniższe sugestie dotyczą sekcji **Klienci indywidualni**, jednak analogiczne powinny zostać wprowadzone w sekcji **Profesjonaliści**.

#### Title i Description

Zalecamy zmianę meta tagów title oraz description na następujące:

Element	Zalecana treść
<b>title</b>	<b>Klienci indywidualni:</b> <i>Systemy ogrzewania dla klientów indywidualnych   FirmaABC</i> <b>Profesjonaliści:</b> <i>Strefa profesjonalistów   FirmaABC</i>
<b>description</b>	Zwięzły opis strony na max. 160 znaków ze spacjami, niepowielający treści Title ani samej strony. Powinien zawierać frazy kluczowe, jeżeli strona jest pozycjonowana.


#### Zmiany w treści strony

Aktualnie na stronie występują następujące błędy:

- Brak nagłówka H1
- Brak treści
- Puste atrybuty „alt” obrazków

Profesjoniści
Dlaczego FirmaABC

Porady i wiedza
Produkty i systemy
Innowacje
Serwis i wsparcie
Kontakt
Aktualności



**Dlaczego pompa ciepła aroTHERM?**

Bo to prosty sposób na ogrzewanie i chłodzenie.

Dowiedz się więcej

Dlaczego ecoCOMPACT, auroC...

Regulator calorMATIC 470

ErP - Nowe dyrektywy EU

Wspaniałe uczucie robić własne rzeczy.

**Porady**

**Potrzebuję systemu ogrzewania dla mojego nowego domu**

Informacje i pomoc dla właścicieli budynków. ▶

**Chciałbym zmodernizować mój system ogrzewania**

Informacje i porady dla osób chcących zmodernizować system ogrzewania. ▶

**Lista instalatorów i serwisantów**

Znajdź naszych instalatorów w swojej okolicy. ▶

**Produkty**

**Produkty i systemy**

Szeroka oferta marki ... obejmuje nowoczesne urządzenia grzewcze będące połączeniem innowacyjnych technologii, wysokiego komfortu użytkowania, kompleksowych zastosowań oraz ekologicznych rozwiązań. Zapoznaj się z naszą ofertą.

- ▶ Wszystkie produkty
- ▶ Według źródła energii
- ▶ Według zastosowania

**Dokumentacja**

Oto pełna dokumentacja wszystkich obecnie dostępnych produktów

- ▶ Instrukcje obsługi
- ▶ Cennik produktów
- ▶ Certyfikaty CE
- ▶ Prospekty produktowe
- ▶ Poradnik instalatora

**Pomoc i serwis**

**Wsparcie techniczne**

W tym miejscu odnajdziesz wszystkie niezbędne informacje związane z produktami oferowanymi przez ... Poruszyliśmy najistotniejsze kwestie związane z pierwszym uruchomieniem, gwarancją i przeglądami technicznymi. ▶

**Infolinia**

Służymy pomocą i radą również po dokonaniu zakupu.

☎ 0 801 214 114

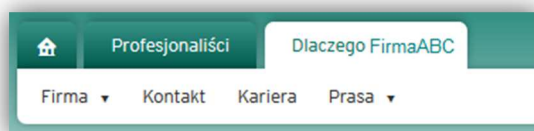
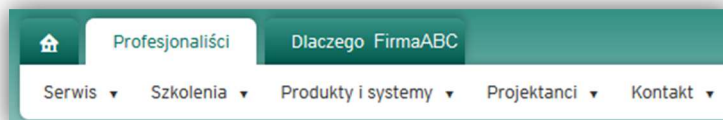
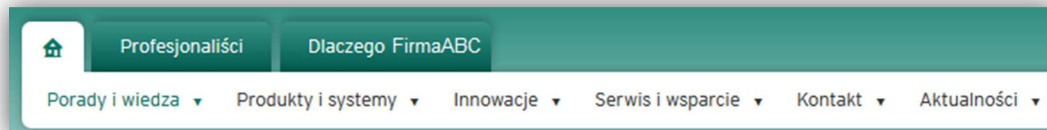
▶ Kontakt

L.p. Zalecenia	
1	Dodanie nagłówka H1 o treści np. <b>Ogrzewanie domu – oferta dla klientów indywidualnych</b>
2	Dodanie unikalnej treści o długości <b>min. 2000 znaków ze spacjami</b> . Tekst powinien odnosić się do działalności firmy i zawierać frazy kluczowe, na które pozycjonowana jest strona – każda z fraz powinna wystąpić przynajmniej w 3-krotnym powtórzeniu.
3	Wszystkie obrazki na stronie powinny mieć zaimplementowany atrybut alt – obrazek wskazany strzałką np. może mieć alt o treści alt="system ogrzewania domu".

Dzięki powyższym zabiegom zwiększy się ogólna widoczność domeny w Internecie, a użytkownicy będą mogli poznać ofertę strony.

## 5.2 Strona głównej kategorii

Szablon ten jest wspólny dla stron głównych kategorii sekcji „Klienci indywidualni”, „Profesjoniści” oraz „Dlaczego FirmaABC?” dostępnych z paska głównego menu każdej sekcji:



Kliknięcie w link kategorii powinno przenosić użytkownika na jej stronę. Obecnie powoduje to tylko rozwinięcie listy podkategorii, a strony są dostępne po kliknięciu PPM i wybraniu opcji „Otwórz w nowym oknie”. Należy umożliwić użytkownikowi przejście z menu głównego na stronę każdej z kategorii.

Warto mieć na uwadze, że po opublikowaniu witryny w sieci, indeksowane w Google będą nie tylko strony dostępne z menu, ale też wszystkie pozostałe strony witryny, nawet jeśli nie prowadzą do nich linki wewnętrzne. Wpisując w wyszukiwarce zapytanie, użytkownik może trafić na każdą z tych stron, dlatego ważne jest, aby były one zoptymalizowane oraz zawierały informację o tym, w którym miejscu witryny użytkownik aktualnie się znajduje.

Nieprawidłowości występujące na każdej ze stron kategorii zostały opisane poniżej.

Błędy zidentyfikowane w sekcji „Klienci indywidualni”:

Kategoria	Podlinkowany URL	Opis problemu
Porady i wiedza	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/porady-i-wiedza/index.pl_pl.html</a>	Brak nagłówka H1, brak treści, brak obrazków z atrybutem alt, brak listy podkategorii do wyboru
Produkty i systemy	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy/turbotec-plus-vu-15040.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy/turbotec-plus-vu-15040.pl_pl.html</a>	Brak właściwej strony docelowej. Należy utworzyć stronę kategorii o adresie: <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/produkty-i-systemy</a>
Innowacje	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/innowacje/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/innowacje/index.pl_pl.html</a>	H2 powiela treść H1, obecny tylko jeden akapit, brak obrazka z atrybutem alt, brak listy podkategorii do wyboru

Serwis i wsparcie	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/serwis-i-wsparcie/index.pl_pl.html</a>	Brak H1, brak treści, brak obrazka z atrybutem alt, brak listy podkategorii do wyboru
Kontakt	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/kontakt/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/kontakt/index.pl_pl.html</a>	Brak H1, na stronie znajduje się tylko formularz kontaktowy w języku angielskim
Aktualności	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/aktualnosci/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/aktualnosci/index.pl_pl.html</a>	Pusta strona, H2 powiela H1, brak treści, brak obrazków z atrybutem alt, brak listy podkategorii do wyboru

W sekcji „Profesjonaliści”:

Kategoria	Podlinkowany URL	Opis problemu
Serwis	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/serwis/dyrektywa-erp/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/serwis/dyrektywa-erp/index.pl_pl.html</a>	Brak właściwej strony docelowej. Należy utworzyć stronę kategorii dostępną pod adresem: <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/serwis">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/serwis</a>
Szkolenia	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/szkolenia/rodzaje-szkolen/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/szkolenia/rodzaje-szkolen/index.pl_pl.html</a>	Brak właściwej strony docelowej. Należy utworzyć stronę kategorii dostępną pod adresem: <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/szkolenia">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/szkolenia</a>
Produkty i systemy	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy/vih-ql-75-b-14912.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy/vih-ql-75-b-14912.pl_pl.html</a>	Brak właściwej strony docelowej. Należy utworzyć stronę kategorii dostępną pod adresem: <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/produkty-i-systemy</a>
Projektanci	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/projektanci/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/projektanci/index.pl_pl.html</a>	H2 powiela H1, brak treści, brak obrazków z atrybutami alt, brak listy podkategorii do wyboru
Kontakt	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/kontakt/pomoc-w-kompletacji/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/kontakt/pomoc-w-kompletacji/index.pl_pl.html</a>	Brak właściwej strony docelowej. Należy utworzyć stronę kategorii dostępną pod adresem: <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/kontakt">www.strona-korporacyjna.pl/profesjonalisci/kontakt</a>

Ponadto w sekcji Profesjonaliści po przejściu na stronę dowolnej kategorii pasek menu przeskakuje z powrotem na pasek sekcji Klienci indywidualni, zamiast pozostawić menu sekcji Profesjonaliści.

W sekcji „Dlaczego FirmaABC?”:

Kategoria	Podlinkowany URL	Błąd
Firma	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/firma/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/firma/index.pl_pl.html</a>	H2 powiela H1, brak treści, brak obrazka z atrybutem alt
Kontakt	<a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/kontakt/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/kontakt/index.pl_pl.html</a>	H2 powiela H1, treść powielona ze stroną <a href="http://www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/kontakt/dane-kontaktowe/index.pl_pl.html">www.strona-korporacyjna.pl/klienci-indywidualni/kontakt/dane-kontaktowe/index.pl_pl.html</a>

Kariera	www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/kariera/index.pl_pl.html	Title, Description, H1 i H2 się wzajemnie powielają; mało treści, obrazek bez atrybutu alt
Prasa	www.strona-korporacyjna.pl/dlaczego-FirmaABC/prasa/index.pl_pl.html	Pusta strona, brak treści, H2 powiela H1

Wskazówki, jak zoptymalizować strony kategorii znajdują się w dwóch kolejnych podrozdziałach.

### Title i Description

Zalecamy wdrożenie następujących szablonów **meta tagów title oraz description**:

Element	Zalecany szablon
<b>title</b>	<p><b>[Nazwa kategorii]   FirmaABC</b></p> <p>Np. <i>Kariera   FirmaABC</i></p> <p><i>Szkolenia   FirmaABC</i></p> <p>Jeżeli strona kategorii jest pozycjonowana na określone frazy, powinny one znaleźć się w pierwszej części tytułu, zgodnie z szablonem:</p> <p><b>[Fraza/y kluczowa/e]   FirmaABC</b></p> <p>Należy jednak unikać wypisywania fraz po przecinku, ponieważ może to zostać uznane za nieetyczne praktyki SEO i ukarane.</p>
<b>description</b>	Zwięzły opis strony na max. 160 znaków ze spacjami, niepowielający treści Title ani samej strony. Powinien zawierać frazy kluczowe.

### Zmiany w treści stron

Dla każdej strony kategorii zalecamy wdrożenie następujących zmian:

L.p.	Zalecenia
1	Jeżeli właściwa strona docelowa nie istnieje – utworzenie takiej strony.
2	Dodanie właściwej ścieżki breadcrumbs, zgodnie z poniższymi szablonami: <b>KLIENCI INDYWIDUALNI &gt; [Nazwa kategorii]</b> <b>PROFESJONALIŚCI &gt; [Nazwa kategorii]</b> <b>DLACZEGO FIRMAABC? &gt; [Nazwa kategorii]</b>
3	Dodanie nagłówka H1 zwięźle opisującego treść strony.
4	Usunięcie lub modyfikacja nagłówka H2 powielającego treść nagłówka H1.
5	Dodanie unikalnej treści o długości <b>min. 2000 znaków ze spacjami</b> . Tekst powinien odnosić się do przedmiotu danej kategorii i zawierać przypisane do niej frazy kluczowe, na które pozycjonowana jest strona – każda z fraz powinna wystąpić przynajmniej w 3-krotnym powtórzeniu. Tekst powinien być przejrzysto podzielony na akapity.
6	Dodanie obrazka lub zdjęcia z zaimplementowanym atrybutem alt, zgodnym ze wskazówkami opisanymi w rozdziale <b>2.5</b> .
7	Dodanie listy/menu podkategorii w lewym pasku bocznym podobnie jak ma to już miejsce na stronach podkategorii.

## 7 Priorytety rekomendacji

Poniżej przedstawiamy priorytety rekomendacji sugerowanych zmian optymalizacyjnych, zgodnie z 4-stopniową skalą:

Priorytet	Opis
1	Krytyczne
2	Bardzo ważne
3	Istotne
4	warte wdrożenia

LP	Rozdział	Priorytet rekomendacji
1	Wstęp	-
2	Wskazówki poprawy budowy strony	-
2.1	Hierarchia katalogów (struktury strony)	2
2.2	Struktura adresów URL	2
2.3	Występowanie title, description i nagłówków	-
	Tagi Title	1
	Metatagi Description	4
	Nagłówki	2
	Metatagi Keywords	3
2.4	Wytyczne i dyrektywy dla robotów wyszukiwarek	-
	Linki wychodzące z witryny	3
	Treść podzielona na strony	2
2.5	Wielkość oraz atrybuty plików graficznych	3
2.6	Unikalność i jakość treści dla użytkownika i robotów Google	2
	Duplikaty stron	1
	Powielenie treści na stronach o bliźniaczej tematyce	1
	Nieoptymalna struktura treści w kategorii <i>Produkty i systemy</i>	2
2.7	Linkowanie wewnętrzne, breadcrumbs	-
	Linkowanie wewnętrzne	2
	Breadcrumbs	2
3	Wskazówki poprawy indeksacji	-
3.1	Dostępność dla robotów wyszukiwarek (robots.txt)	4
3.2	Dynamiczne generowanie treści	-
3.3	Nawigacja	2
3.4	Mapa witryny	2
3.5	Linkowanie wewnętrzne	-
3.6	Duplikacja podstron	1
3.7	Przekierowania 301, 302	-
3.8	Kody błędów	-
3.9	Treść w stosunku do kodu HTML (pozorny błąd 404)	3

<b>3.10</b>	Czas ładowania się podstron	-
<b>4</b>	Analiza przestrzegania wytycznych wyszukiwarek (nieetyczne elementy budowy strony)	-
<b>5</b>	Zalecenia dla szablonów	-
<b>5.1</b>	Strona główna - strona sekcji głównej	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.2</b>	Strona głównej kategorii	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści stron	2
<b>5.3</b>	Strona kategorii z listą: podkategorii, artykułów lub produktów	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.4</b>	Szablon strony kategorii z listą dokumentów	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.5</b>	Strona produktu	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.6</b>	Strona artykułu	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.7</b>	Strony z danymi kontaktowymi	-
	Title i Description	1
	Zmiany w treści strony	2
<b>5.8</b>	Pozostałe strony	2