

TOP 9 NARZĘDZI SEO-WCA

OPTYMALIZACJA ON-PAGE I ANALIZA OFF-PAGE

Tekst: Maciej Dobkowicz

CIĄGŁE UPDATE'Y I ULEPSZENIA ALGORYTMÓW SPRAWIAJĄ, ŻE SPECJALIŚCI SEO MAJĄ CORAZ WIĘCEJ WYZWAŃ. SKUTECZNE OPTYMALIZACJA I POZYCJONOWANIE STRON SĄ JUŻ PRAWIE NIEMOŻLIWE BEZ WSPARCIA NARZĘDZI. POZWALAJĄ ONE NA ANALIZĘ SZEROKIEJ GAMY WSKAŹNIKÓW ORAZ REALIZACJĘ WIELU ZADAŃ. BEZ PROBLEMU WYMIENIĆ MOŻNA CO NAJMNIEJ KILKADZIESIĄT SOFTÓW WSPOMAGAJĄCYCH PRACĘ W WIELU ASPEKTACH. W TYM ARTYKULE SKUPIMY SIĘ NA 9 NAJLEPSZYCH – SPRAWDZONYCH I EFEKTYWNYCH.

Optymalizacja on-page

1. Screaming Frog

Program ten służący do audytu SEO, szczególnie przydatny jest w przypadku optymalizacji bardzo dużych serwisów mających dziesiątki tysięcy podstron. W płatnej wersji bez limitów można przy jego użyciu automatycznie przeskanować nawet najbardziej rozbudowaną witrynę (w wersji darmowej obowiązuje limit 500 podstron). Po zakończeniu skanowania uzyskasz bardzo wiele istotnych dla pozycjonowania informacji na temat każdej odnalezionej w serwisie podstrony, w tym m.in.:

- tytuł (title), meta opis (description) i meta keywords, ich długość oraz ewentualne duplikacje,
- zawartość nagłówków H1 i H2, w tym ich powielania,
- kod odpowiedzi serwera i adres ewentualnego przekierowania,
- zawartość meta tagu robots,
- liczbę użytych słów oraz zagłębienie w serwisie,
- adres kanoniczny (link rel canonical).

2. WooRank

Aplikacja online WooRank (www.woorank.com) udostępnia jeszcze więcej informacji niż Screaming Frog, jednak ograniczone są one do jednej, wskazanej podstrony (lub strony głównej). Przeanalizowanie całego serwisu wymagałoby ręcznego wprowadzenia i sprawdzenia osobno po kolei adresów wszystkich podstron witryny. Jeśli jednak serwis nie jest zbyt duży lub chcesz zbadać tylko część

podstron, to WooRank będzie niezwykle przydatny. W porównaniu do Screaming Frog dostępne są tutaj dodatkowo chociażby informacje o zagęszczeniu słów kluczowych, liczbie zaindeksowanych podstron, dostosowaniu do mobile, backlinkach, sygnałach społecznościowych oraz bardzo wiele innych istotnych dla SEO danych.

3. SEOquake

Wśród narzędzi wykorzystywanych przy optymalizowaniu strony pod kątem SEO użyteczne okazują się także dodatki do przeglądarek. Na rynku oferowanych jest wiele darmowych pluginów tego typu, a SEOquake jest jednym z najbardziej znanych i najczęściej wykorzystywanych. Umożliwia on dokładną analizę bardzo wielu różnych parametrów i elementów aktualnie odwiedzanej strony.

Możesz sprawdzić takie wskaźniki jak Alexa rank, SEMrush rank czy liczba zaindeksowanych podstron w Google'u, Bing i Yahoo. Przedstawiane są informacje o najważniejszych elementach kodu strony (np. meta tagi czy nagłówki), a także o nasyceniu słowami kluczowymi. Ponadto do dyspozycji są m.in. dane na temat linków zewnętrznych i wewnętrznych oraz backlinków prowadzących do strony.

4. Google Search Console

Aplikacja Google'a, nazywana jeszcze do maja tego roku „Google Webmaster Tools” (Narzędzia Google dla Webmasterów), jest wręcz obowiązkowym wsparciem, jeśli chcesz prowadzić długofalowe, kompleksowe

działania SEO w wyszukiwarce Google. Niektóre z funkcjonalności GSC (www.google.com/webmasters/tools/home) nie są bowiem dostępne w żadnym innym narzędziu. Dotyczy to np. przesyłanych powiadomień bezpośrednio od Google'a, informujących o różnego typu problemach związanych z witryną.

5. Google PageSpeed Insights

Ta aplikacja online służy do testowania wydajności strony dla wersji na komputery oraz urządzenia przenośne. Pomaga m.in. poprawić czas ładowania, który jest jednym z czynników rankingowych Google. PageSpeed Insights (<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>) analizuje budowę i zasoby strony, przedstawia jej ocenę oraz podaje konkretne wskazówki poprawy określonych elementów, dzięki którym możliwe jest zwiększenie jej szybkości.

Analiza off-page

6. Ahrefs

To zdecydowanie jedno z najpopularniejszych narzędzi służących analizie off-page, a więc głównie badaniu linków prowadzących do serwisu. Jest to rozbudowana aplikacja działająca w trybie online (www.ahrefs.com), przedstawiająca niemal wszystkie najważniejsze informacje na temat linków przychodzących i wychodzących. Można w niej sprawdzić zarówno konkretną podstronę czy stronę główną, jak również całą domenę główną i subdomeny. Dzięki Ahrefs uzyskasz informacje dotyczące struktury backlinków m.in. takie jak:

- łączna liczba linków przychodzących oraz linkujących domen,
- liczba unikalnych adresów IP, z których pochodzą backlinki,
- liczba linkujących domen specjalnych – rządowych i edukacyjnych (.gov i .edu),
- procentowy udział poszczególnych typów linków: dofollow, nofollow, przekierowania, tekstowe, obrazkowe, formularze,
- procentowy udział poszczególnych rodzajów linkujących domen wg ich rozszerzeń, przykładowo: .com, .net, .org, .pl, .info, .eu,
- adresy zewnętrznych stron zamieszczających „zepsute” linki – prowadzące do niedziałających/nieistniejących podstron serwisu,
- liczba pozyskanych oraz utraconych linków dochodzących i linkujących domen na przestrzeni od listopada 2012 r.,
- dokładne adresy wszystkich backlinków wraz ze szczegółowymi informacjami na ich temat takimi jak rodzaj linku, data jego odnalezienia/usunięcia, sygnały społecznościowe i wiele innych,
- pełna lista wszystkich słów kluczowych odnośników (anchor tekstów) odnalezionych linków przychodzących, wraz z adresami ich występowania.

Ahrefs prezentuje również wiele pomocnych wykresów pozwalających łatwiej kontrolować przebieg procesu pozyskiwania odnośników.

Oferuje ponadto darmową wtyczkę do popularnych przeglądarek umożliwiającą natychmiastowy dostęp do kluczowych informacji związanych z linkami.

7. Majestic (dawniej MajesticSEO)

Majestic (pl.majestic.com) zalicza się obok Ahrefs do grupy najbardziej rozbudowanych i najczęściej wykorzystywanych przez specjalistów SEO. Ponieważ żadna aplikacja tego typu nie jest dokładna w 100% i nie pokazuje wszystkich backlinków, korzystanie z dwóch różnych narzędzi może przyczynić się do skuteczniejszej kontroli nad pojawiającymi się linkami przychodzącymi. Przewagą nad Ahrefs jest m.in. dostęp do wskaźników Citation Flow i Trust Flow (opracowanych właśnie przez Majestic) oraz informacje o linkach z ostatnich 5 lat.

Majestic, podobnie jak Ahrefs, umożliwia korzystanie z pluginu do Chrome’a i Firefoxa, mającego wiele darmowych opcji.

8. SEMSTORM

Obszar analizy off-page obejmuje nie tylko proces link building, lecz także widoczność serwisu oraz jego konkurencji w wynikach wyszukiwania. W tym zakresie do najlepszych narzędzi bez wątpienia należy SEMSTORM (pl.semstorm.com). Ma on sporą przewagę nad podobnym Searchmetrics, a mianowicie o wiele większą bazę monitorowanych polskich fraz kluczowych – ponad 16 milionów. Wśród wielu bardzo przydatnych funkcjonalności SEMSTORM są m.in.:

- sprawdzanie na jakie słowa kluczowe serwis widoczny jest w top10 i top50 wyników wyszukiwania, wraz z dokładną pozycją, miesięczną liczbą wyszukiwań i szacowanym ruchem z danej frazy,
- zaawansowane możliwości filtrowania fraz, przykładowo wg konkretnych pozycji lub ich przedziałów, popularności mierzonej średnią liczbą operacji wyszukiwania, fraz utraconych bądź notujących wzrosty lub spadki pozycji czy też zawierających lub niezawierających określonego słowa (np. frazy „non-brand”),
- analiza widoczności konkurencyjnych witryn wraz z porównaniem pozycji dla wspólnych słów kluczowych oraz sprawdzeniem fraz widocznych tylko dla konkurentów,
- dzienny monitoring pozycji wskazanych serwisów w rezultatach wyszukiwania dla wybranych słów kluczowych,
- badanie ogólnego poziomu widoczności witryny w top10 i top50 wyników Google’a oraz szacowanego ruchu na przestrzeni od września 2013 r.

9. Google AdWords: Keyword Planner

Planer słów kluczowych działający w ramach usługi AdWords (adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home) umożliwia sprawdzenie miesięcznej liczby wyszukiwań konkretnych fraz wpisywanych w Google’a. Ponadto oferuje on wyszukiwanie propozycji nowych słów kluczowych. Keyword Planner jest więc przydatny zarówno w czasie planowania kampanii SEO, jak również po jej rozpoczęciu. Pozwala ocenić, czy wstępnie wybrane frazy mogą generować dużą liczbę odwiedzin oraz odnaleźć inne słowa kluczowe, które także mogą okazać się dochodowe. Warto dodać, że narzędzie to nie prezentuje nigdy pełnej listy trafnych propozycji. Wówczas z pomocą przychodzi baza fraz dostępna w SEMSTORM.

Na rynku oferowanych jest oczywiście znacznie więcej narzędzi, zarówno będących konkurencją dla tutaj opisanych, jak i służących do całkowicie innych czynności związanych z optymalizacją lub pozycjonowaniem strony. Ich wykorzystanie zależne jest jednak głównie od indywidualnych preferencji i aktualnych potrzeb, a ponadto nie sposób dokładnie opisać wszystkich w jednym zestawieniu.

Niektóre z omówionych powyżej narzędzi SEO są całkowicie darmowe, a niektóre dostępne są w różnych płatnych wariantach. Wybór odpowiedniego pakietu warto dostosować do zakresu realizowanych usług SEO oraz liczby pozycjonowanych serwisów tak, aby nie narażać się na niepotrzebne koszty. Niezależnie od wybranej opcji każde z przedstawionych narzędzi należy do wyróżniających się w swojej kategorii i pozwoli na zwiększenie skuteczności prowadzonych działań SEO. ▀

Maciej Dobkowicz – SEO account manager



Od pięciu lat związany z branżą SEO, posiada trzyletnie doświadczenie w zakresie audytów i optymalizacji SEO serwisów internetowych. Pracuje w świadczącej kompleksowe usługi pozycjonowania stron agencji SEMTEC, należącej do Cube Group. Zajmuje się realizacją kampanii SEO oraz prowadzeniem działań z zakresu content marketingu.



NAPISZ DO AUTORA:

maciej.dobkowicz@semtec.pl