



2021

Checklista SEO

teksty, obrazki, video



Treści pisane

Wybierz 1-3 główne słowa kluczowe, opisujące tekst.

Zwróć uwagę, aby słowa kluczowe miały intencję dobrze współgrającą z pisaną treścią. Do wyznaczania słów możesz posłużyć się darmowym narzędziem SEMSTORM: <https://app.semstorm.com/keywords-simple>.

Umieść frazy w tytule jak najbliżej początku.

Postaraj się, by tytuł nie liczył więcej niż około 80 znaków. Jeśli to konieczne – śmiało odmieniaj słowa kluczowe.

Dodaj słowa kluczowe do nagłówków H1, H2 itd.

H1 jest ważniejszy od H2. Nagłówki mogą być dłuższe od tytułu, ale pozostałe zasady są podobne.

Przygotuj interesujący meta description.

Opis powinien mieć maksymalnie 150-160 znaków. Słowo kluczowe dodaj jak najbliżej początku, ale zadbaj o to, by tekst był jak najbardziej atrakcyjny dla czytelnika.

Umieść frazy w treści, a koniecznie w leadzie!

Postaraj się, by brzmiały naturalnie, stosuj odmiany i synonimy. Nie ma magicznej liczby, która powie Ci, ile razy trzeba użyć słowa – różne frazy rządzą się różnymi prawami. W razie potrzeby możesz sprawdzić sugestie dotyczące liczby wystąpień np. w [Asystencie Contentu](#) SEMSTORM.

Dodaj linki wewnętrzne.

Znajdź starsze wpisy, z których możesz zalinkować do nowej treści. Użyj w anchor tekście (klikalnym elemencie) wybranego słowa kluczowego.

Umiejętnie stosuj wyboldowania.

Pogrubiaj nie tylko wybrane słowo kluczowe, ale całą stojącą za nim myśl. Z drugiej strony rób to z umiarem i faktycznie wytłuszczaj najważniejsze treści.

Jeśli z tekstem publikujesz także grafiki – sprawdź ich optymalizację.

Checklistę dla obrazów znajdziesz na kolejnej stronie.

Obrazy

Wybierz jedno główne słowo kluczowe, opisujące obraz.

Zwróć uwagę, aby słowa kluczowe miały intencję dobrze współgrającą z tym, co widzisz na obrazie. Do wyznaczania słów możesz posłużyć się narzędziem <https://app.semstorm.com/keywords/images>.

Skaluj grafikę do rozmiaru, który wyświetlasz na stronie.

Np. jeśli na swoim blogu publikujesz obrazy w maksymalnej szerokości 1200 pikseli, to przeskaluj zdjęcie tak, aby jego wielkość wynosiła właśnie 1200 pikseli.

Zoptymalizuj wagę obrazka.

Możesz skorzystać z narzędzi online, np. tinypng.com. Jeśli stosujesz kompresję stratną – upewnij się, że wizualnie obraz nadal wygląda świetnie. Google nie lubi grafik słabej jakości!

Nazwij plik w odpowiedni sposób (najlepiej z użyciem słów kluczowych).

Słowa rozdzielaj znakiem myślnika, ustrukturyzuj też nazwy (np. z same małe litery, bez polskich znaków diakrytycznych). roza-czerwona-farruca-c4.png to znacznie lepsza nazwa niż img_20180322_121657.png.

Wypełnij odpowiednio atrybut alt.

Opis alternatywny pokazuje Googlowi, co tak naprawdę znajduje się na obrazku. Umieść w nim zdanie, które zawiera wybraną przez Ciebie frazę kluczową.

Zadbaj o wymiary `width` i `height` w kodzie.

Wpłyniesz pozytywnie na ocenę CLS z Core Web Vitals (czynnik rankingowy, który będzie miał niedługo wpływ na pozycję strony, więcej tutaj: <https://web.dev/cls/>).

Sprawdź otoczenie grafiki.

Czy tekst opublikowany nad i pod obrazkiem jest z nim spójny? Czy obrazek jest tylko wypełniaczem, czy faktycznie przekazuje czytelnikowi wartość?

Umieść obrazek w sitemapie grafiki (opcjonalne).

Jeśli publikujesz bardzo dużo grafik to świetny pomysł. Możesz w ten sposób dodać też dane kontaktowe czy informacje licencyjne. Zobacz więcej: <https://bit.ly/3v1bmHe>.

Użyj odpowiednich danych strukturalnych (opcjonalne).

Gdy chcesz, by w mobilnej wyszukiwarce grafiki przy Twoim zdjęciu wyświetlił się np. tag „Produkt”, to zadbaj o dane uporządkowane: <https://developers.google.com/search/docs/data-types/product>.

Video

Wybierz 1-3 główne słowa kluczowe, opisujące video.

Zwróć uwagę, aby słowa kluczowe miały intencję dobrze współgrającą z treścią filmu. Do wyznaczania słów możesz posłużyć się narzędziem SEMSTORM: <https://app.semstorm.com/keywords/video>.

Sprawdź, czy na wybrane frazy wyświetlają się także filmy w Google.

Możesz zyskać w ten sposób znacznie więcej wyświetleń. Wybierz przynajmniej jedno słowo, które spełnia powyższy wymóg.

Dodaj słowa kluczowe do tytułu.

Pamiętaj jednak o najważniejszym – nagłówek ma przyciągnąć oglądających, musi być więc atrakcyjny i poprawnie sformułowany. Jeśli musisz – odmieniaj frazy.

Dodaj słowa kluczowe do opisu filmu.

W tym elemencie także warto umieścić słowa kluczowe. Zadbaj o to, by opis był wyczerpujący, konkretny i kilkakrotnie zawrzyj w nim dobrane frazy.

Dodaj słowa kluczowe do tagów.

Tagi mają swoje plusy i minusy. Jeśli z nich korzystasz – stwórz tag dla każdego z głównych słów kluczowych, możesz także rozważyć dodanie kilku wariantów fraz.

Wyznacz kluczowe fragmenty filmu i dodaj w ich opisie frazy.

To bardzo proste. Wystarczy trzymać się poniższego formatu:
00:03:33 – duplicated content, powielona treść

Wypowiedz słowo kluczowe w treści video.

YouTube automatycznie robi transkrypcję, zdaje więc sobie sprawę o czym mówisz ;)