

Godzina dziennie z SEO. Wejdz na szczyty wyszukiwarek. Wydanie II.

Autorzy: [Jennifer Grappone, Gradiva Couzin](#)

Odkryj tajemnice SEO i bądź widoczny w Internecie!

- Jak zoptymalizować witrynę pod kątem wyszukiwarek i odnośników?
- Jak wybrać optymalne słowa kluczowe?
- Jak wykorzystać serwisy społecznościowe do celów marketingowych?

Jeśli chcesz, aby Twoja witryna była widoczna w internecie i zajmowała pierwsze miejsce w wynikach wyszukiwania, a tym samym przyciągnęła rzesze użytkowników, powinieneś dogłębnie poznać i opanować moc drzemiącą w SEO (skrót od ang. Search Engine Optimization) -- czyli zgłębić tajniki optymalizacji witryny pod kątem wyszukiwarek. Działania SEO związane są z optymalizacją samej witryny, usprawnianiem jej bezpośredniej komunikacji z wyszukiwarką, generowaniem dodatkowych źródeł ruchu na stronie, a także śledzeniem efektów kampanii pozycjonowania strony oraz badaniami i analizą konkurencji. Wszystkie konsekwentnie podejmowane działania doprowadzą w końcu do oczekiwanego sukcesu strony WWW -- wystarczy tylko, że krok po kroku zastosujesz porady ekspertów, zamieszczone w tym podręczniku.

Książka "Godzina dziennie z SEO. Wejdz na szczyty wyszukiwarek. Wydanie II" zawiera niezwykle ważne i praktyczne informacje dotyczące optymalizacji i pozycjonowania Twojej witryny. Dzięki tej publikacji nauczysz się wykorzystywać najnowsze strategie SEO, m.in. dobierać odpowiednie słowa kluczowe, zbierać wyniki działania witryny za pomocą darmowych narzędzi oraz skutecznie je interpretować. Oprócz tego znajdziesz tu szereg motywujących porad i wskazówek, a także krótkie zadania i opis niezwykłych narzędzi, które pomogą Ci jeszcze bardziej poprawić widoczność strony w najważniejszych wyszukiwarkach. Bez względu na to, czy prowadzisz duże przedsiębiorstwo, czy tylko piszesz bloga, jeśli chcesz być widoczny w internecie, ta książka jest właśnie dla Ciebie!

- Optymalizacja istniejącej witryny
- Źródła wyszukiwania
- Budowanie zespołu SEO
- Słowa kluczowe
- Ocena konkurencji
- Określanie punktu odniesienia
- Analizy i cele
- Pozyskiwanie odnośników
- Wyszukiwanie społeczne i marketing angażujący
- Badania i rozwój
- Dodawanie materiałów

Wykorzystaj potencjał drzemiący w SEO i czerp zyski ze swojej witryny!

Spis treści:

Przedmowa (15)

Wprowadzenie (17)

- Dlaczego SEO? (17)
- Dlaczego godzina dziennie? (18)
- Kiedy można spodziewać się efektów? (19)
- Dla kogo przeznaczona jest ta książka? (19)
- Czy to działa? (20)
- Co zawiera książka? (21)
 - Część I. Podstawy (21)
 - Część II. Strategia (21)
 - Część III. Twój plan SEO (21)
- Co nowego znalazło się w tym wydaniu? (22)
- Witryna poświęcona książce (22)
- Konwencje używane w tej książce (23)

Część I: Podstawy (25)

Rozdział 1. Określanie celów (27)

- Czym jest SEO? (28)
- Czy muszę stosować SEO w swojej witrynie? (28)
- Jakie są ogólne cele firmy? (29)
- Jaka jest rola firmowej witryny? (32)
- W jaki sposób witryna jest powiązana z celami firmy? (34)
 - Optymalizacja istniejącej, a nie wymarzonej witryny (34)
 - Rozwiązania tymczasowe (35)
- Kim są pożądanymi użytkownicy witryny? (36)
- Jakie są pożądane zachowania użytkowników witryny? (38)
- Które strony użytkownicy powinni odwiedzić? (40)
- Jak zmierzyć powodzenie kampanii SEO? (43)
 - Śledzenie wyników pozwala zrezygnować z nieskutecznych działań (43)
 - Śledzenie wyników pomoże Ci zachować stanowisko (44)
 - Śledzenie wyników pomaga udostępniać aktualne dane (44)

Rozdział 2. Indywidualne podejście (47)

- To Twój plan SEO (48)
- Firmy B2B (48)
- Firmy B2C (50)
- Duże organizacje (51)
- Małe organizacje (54)
- Naprawdę małe firmy (56)
- Tradycyjne placówki (59)
- Blogerzy (61)
- Projektanci stron WWW (65)
- Organizacje non profit (66)

Rozdział 3. Niezmiennie prawdy z obszaru SEO (71)

- Roboty dostarczają danych (72)

- Łączenie wyników wyszukiwania (73)
 - Katalogi (73)
 - Płatne reklamy w wyszukiwarkach (74)
 - Kanały wiadomości o witrynie (75)
 - Inne źródła wyszukiwania: rysunki, filmy, lokalne firmy i partnerzy (75)
 - Metawyszukiwarki i agregatory wyników (75)
- Algorytmy się zmieniają (76)
- Ludzie są bystrzy, a komputery nie (78)
- Tekst ma znaczenie (79)
 - Najważniejszy jest dobór słów kluczowych (79)
 - Słowa kluczowe można umieścić w wielu miejscach witryny (80)
- Nie tylko pozycja się liczy (84)
 - Zmiany pozycji (84)
 - Pomocne jest podejście całościowe (86)
- Wyszukiwarki nie lubią sztuczek (86)
- SEO to nie fizyka kwantowa (88)

Rozdział 4. Jak obecnie działają wyszukiwarki? (91)

- W pogoni za aktualnością (92)
- Podstawowe informacje o wyszukiwarce Google (92)
- Najlepsze z pozostałych: Yahoo!, MSN, Ask, AOL (95)
 - Yahoo! (95)
 - MSN/Live Search (97)
 - Ask (99)
 - AOL (100)
- Czynniki wpływające na naturalne pozycje (102)
- Płatne odnośniki (106)
- Śledzenie trendów w SEO (109)

Część II: Strategia (113)

Rozdział 5. Budowanie zespołu (115)

- Marketing, sprzedaż i PR (118)
 - Marketing - VIP-owi SEO (118)
 - Sprzedawanie SEO sprzedawcom (120)
 - SEO i PR można powiązać ze sobą (121)
- Informatycy, webmasterzy i programiści (124)
 - Komunikacja z działem IT (125)
 - Zagadka przeciążenia działu IT (126)
 - Jakie korzyści SEO daje działowi IT? (127)
- Graficy (127)
 - Docenianie grafików (128)
 - Kształcenie i dawanie uprawnień (129)
 - Oficjalne reguły (130)
 - Pisarze i redaktorzy (132)
- Kierownictwo i menedżerowie produktów (133)

Rozdział 6. Miesiąc przygotowawczy (137)

- Bank pomysłów z obszaru SEO (138)
- Tydzień 1. Słowa kluczowe (139)
 - Poniedziałek - intuicyjny test słów kluczowych (140)
 - Wtorek - metody wydłużania i wzbogacania listy (143)
 - Środa - narzędzia do badania słów kluczowych (145)
 - Czwartek - zbieranie danych na temat słów kluczowych (149)
 - Piątek - lista wyselekcjonowanych słów kluczowych (155)
- Tydzień 2. Określanie punktu odniesienia (159)
 - Poniedziałek - pozycje (159)
 - Wtorek - zindeksowane strony (161)
 - Środa - odnośniki wejściowe (165)
 - Czwartek - konwersje w przeszłości (167)
 - Piątek - ocena poziomu optymalizacji witryny (167)
- Tydzień 3. Konkurencja (168)
 - Poniedziałek - identyfikowanie pięciu głównych konkurentów (168)
 - Wtorek - narzędzia i techniki szpiegowania (170)
 - Środa - ocena czynników stronicowych (173)
 - Czwartek - ocena czynników pozastronicowych (175)
 - Piątek - konkurenci korzystający z płatnych odnośników (177)
- Tydzień 4. Analizy i cele (178)
 - Poniedziałek - samodzielna nauka analizy danych internetowych (178)
 - Wtorek - śledzenie konwersji w internecie (184)
 - Środa - śledzenie konwersji pozainternetowych (186)
 - Czwartek - punkty odniesienia i cele (188)
 - Piątek - krótki raport podsumowujący (190)

Część III: Twój plan SEO (193)

Rozdział 7. Miesiąc pierwszy - początki (195)

- Tydzień 1. Podstawowa optymalizacja witryny (196)
 - Poniedziałek - tytuły stron (196)
 - Wtorek - znaczniki meta (200)
 - Środa - tekst witryny (202)
 - Czwartek - odnośniki wewnętrzne (204)
 - Piątek - wprowadzanie zmian (207)
- Tydzień 2. Usprawnienia struktury witryny (208)
 - Poniedziałek - przegląd działania robotów (209)
 - Wtorek - okiem pająka (212)
 - Środa - powtarzające się informacje i problemy z adresami kanonicznymi (214)
 - Czwartek - Flash i Ajax (217)
 - Piątek - plik robots.txt (219)
- Tydzień 3. Pozyskiwanie odnośników (222)
 - Poniedziałek - istniejące odnośniki (223)
 - Wtorek - zgłaszanie witryn w katalogach (226)
 - Środa - szukanie dodatkowych możliwości pozyskania odnośników (228)
 - Czwartek - sztuka pisania listów w sprawie odsyłaczy (231)
 - Piątek - wysyłanie zgłoszeń i e-maili (233)
- Tydzień 4. Wyszukiwanie społeczne i marketing angażujący (234)
 - Poniedziałek - samodzielne poznawanie witryn społecznościowych (235)

- Wtorek - tworzenie czytelnika SMO (236)
- Środa - dzień "bez komentarza" (237)
- Czwartek - znajdź swój głos (239)
- Piątek - pozwól innym promować Twoją firmę (241)

Rozdział 8. Miesiąc drugi - wyrabianie nawyków (245)

- Tydzień 5. Zakładanie konta w systemie płatnych odnośników (246)
 - Poniedziałek - samodzielna nauka (247)
 - Wtorek - wybór słów kluczowych do kampanii PPC (251)
 - Środa - pisanie tekstu reklamy (254)
 - Czwartek - uruchamianie kampanii (256)
 - Piątek - krótki przegląd płatnych odnośników (258)
- Tydzień 6. Sprzedawanie za pomocą wyszukiwarek (259)
 - Poniedziałek - widoczność sklepu (259)
 - Wtorek - witryna, która sprzedaje (260)
 - Środa - porównywarki cen (263)
 - Czwartek - recenzje klientów (264)
 - Piątek - pogromcy marek (269)
- Tydzień 7. Wyszukiwanie wyspecjalizowane (271)
 - Poniedziałek - wyszukiwanie rysunków (271)
 - Wtorek - wyszukiwanie informacji lokalnych (275)
 - Środa - wyszukiwanie blogów (277)
 - Czwartek - wyszukiwanie wideo (282)
 - Piątek - dodatkowe funkcje w wyszukiwarce Google (285)
- Tydzień 8. Badania i rozwój (288)
 - Poniedziałek - nowości i trendy w SEO (288)
 - Wtorek - analiza Dziennika zadań (292)
 - Środa - wyszukiwanie międzynarodowe (292)
 - Czwartek - dzień "małpy w poślizgu" (295)
 - Piątek - rozważania analityczne (296)

Rozdział 9. Miesiąc trzeci - SEO to styl życia (299)

- Tydzień 9. Dodawanie materiałów (300)
 - Poniedziałek - odkrywanie dostępnych materiałów (300)
 - Wtorek - tworzenie nowych materiałów (303)
 - Środa - optymalizowanie dokumentów innych niż strony HTML (306)
 - Czwartek - złodzieje materiałów (310)
 - Piątek - ulepszanie mapy witryny (312)
- Tydzień 10. PPC i ROI (314)
 - Poniedziałek - porządkowanie danych na temat płatnych odnośników (315)
 - Wtorek - usuwanie nieskutecznych słów (315)
 - Środa - możliwości w wyszukiwaniu naturalnym (318)
 - Czwartek - optymalizowanie stron wejściowych (321)
 - Piątek - domykanie pętli ROI dla PPC (326)
- Tydzień 11. W czym tkwi problem? (328)
 - Poniedziałek - nowa witryna, nowe problemy (328)
 - Wtorek - lepsze wycinki w wynikach wyszukiwania (330)
 - Środa - usprawnianie pracy zespołu (333)

- Czwartek - ciekawe narzędzia do oceny witryny (334)
- Piątek - usuwanie złych wyników (336)
- Tydzień 12. Raport o stanie SEO (339)
 - Poniedziałek - sprawdzanie wyników naturalnych (340)
 - Wtorek - sprawdzanie odnośników (343)
 - Środa - konwersje i ruch (344)
 - Czwartek - obserwowanie płatnych odnośników (346)
 - Piątek - możliwości i pozycje wymagające działań (349)
- Co dalej? Własny sposób na SEO (350)

Rozdział 10. Bonus i wolny czas bez poczucia winy (353)

- Spektrum pomijania zadań (354)
 - Pomysły na zmniejszenie nakładów pracy przy SEO (355)
- Kontinuum dodatkowych zadań (357)
- Bonusowe zadania (358)
 - Wyszukiwarka wewnętrzna (358)
 - Narzędzia dla webmasterów (359)
 - Sprawdzanie obecności konkurencji w katalogach (363)
 - Format hCard (363)
 - Przeglądanie Dziennika zadań (364)
 - Optymalizowanie oświadczeń prasowych (365)
 - Roboty odwiedzające witrynę (366)

Dodatek (369)

Słowniczek (379)

Skorowidz (393)