

Základy SEO

Prezentace školení o základech SEO

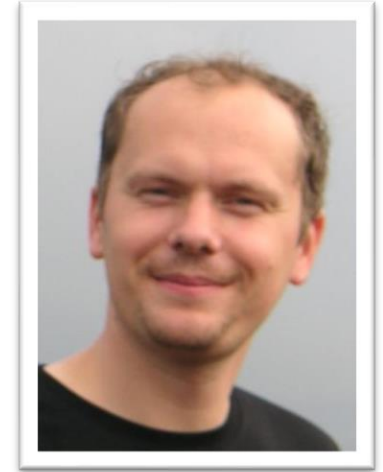
Prezentace nemá za účel sloužit jako plnohodnotný manuál.
Slouží pro účely prezentace na semináři.

Představení lektora

Jmenuji se **Tomáš Herout**

» Působím jako:

- Lektor
- Projektový manažer
- Specialista na internetový marketing a SEO
- Copywriter a tvůrce reklamních kampaní
- Kodér a programátor [HTML](#), [CSS](#), [JavaScript](#), [PHP](#)...
- Internetový analytik
- Příležitostný grafik z nadšení a pro zábavu



Organizační informace

- » Předpokládaný konec je v cca 17 hod.
- » Přestávky budeme vyhlašovat operativně
- » Otázky a diskuze jsou přímo žádoucí
- » Prosím nekouřit a netelefonovat během výkladu
- » Tuto prezentaci obdržíte v elektronické podobě
- » V prezentaci jsou vytvořeny odkazy proto, aby mohla posloužit jako rozcestník



Co od školení
očekáváte?

Obsah prezentace

- » **Co je co v SEO aneb neplést si pojmy s dojmy**
(katalogy, vyhledávače, SERP, roboti, klíčová slova, SEO, zpětné odkazy, PageRank, Srank, SEO lišta, praSEO, off-page, on-page, long tile)
- » **Mocný strýček GOOGLE**
(proč je mocný, co má rád, co nemá rád, za co trestá, povídat si s ním)
- » **Český velikán SEZNAM**
(v čem jiný, co má rád, co mu nevadí, za co trestá)
- » **Linkování základ internetu**
(jak linkovat, čeho se vyvarovat, linkování a Google, linkování a Seznam, umělé linkování)
- » **O obsahu**
- » **Doména aneb význam jména**
- » **Další metody propagace webu**
- » **Jak se SEO začít a neskončit špatně**
- » **Užiteční pomocníci**

Co je co v SEO aneb neplést si pojmy s dojmy

[Katalogy](#); [vyhledávače](#); [SERP](#); [roboti](#); [klíčová slova](#); [SEO](#); [zpětné odkazy](#); [PageRank](#); [Srank](#); [SEO lišta](#); [praSEO](#); [off-page](#); [on-page](#); [long tile](#).

Katalogy

- » Třídění je subjektivní (neprovádí se jako u [vyhledávačů](#)) a často lze pozici odkazu zaplatit
- » Jen minimum katalogů má vysokou návštěvnost
- » Zápisy do katalogů za účelem [zpětných odkazů](#) má dnes již minimální efekt na SEO



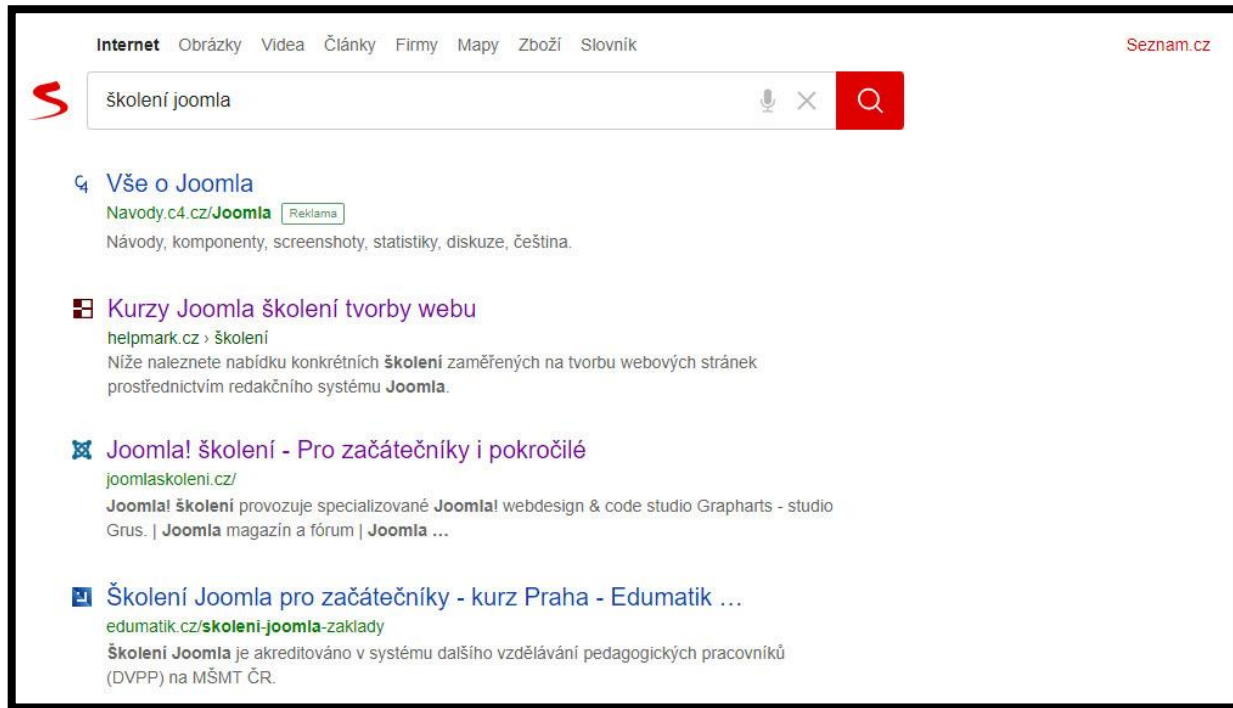
Vyhledávače

- » Strojově vytvářený seznam odkazů
- » Světová jednička je [Google](#)
- » Česká jednička [Seznam](#)
- » Pořadí výsledků vyhledávání tzv. [SERP](#) si určují vyhledávače podle daného nezávislého algoritmu

[Více o vyhledávačích zde.](#)



SERP



Search Engine Results Page

Roboti (spiders, bots, crawls...)

- » Programy stahující obsah webových stránek pro vyhledávače
- » S roboty můžeme komunikovat např. zakazovat indexování ([robots.txt](#); follow; index; [description](#))
- » [Google Webmasters Tools](#) napoví

[Více o robotech zde](#)



```
<p><a href="http://validator.w3.org/check?
uri=referer" target="_blank"></a> <a href="http://jigsaw.w3.org/css-
validator/check/referer" target="_blank">
</a></p>
```

Klíčová slova

- » Slova a slovní spojení na která přicházejí návštěvníci z vyhledávačů
- » Volba klíčových slov je klíčová. Ne vždy vás zákazníci hledají na slova, která předpokládáte
- » Vyhledávače přiřazují klíčová slova z:
 - a) Obsahu webu (*titulek, nadpisy, zvýrazněné, text*)
 - b) Slovo spojených se zpětnými odkazy (*označený text, slova kolem odkazu*)

Více [o klíčových slovech na mém webu](#).



SEO

- » **Search Engine Optimization**
- » Umění jak přivést návštěvníky z vyhledávačů
- » SEO neumí prodat/přesvědčit !!!
- » Nejlepší SEO je
 1. Žádaný obsah webu
 2. Kvalitní, nejlépe přirozené, [zpětné odkazy](#)
 3. Respektování pravidel ([sémantika](#), [validita kódu](#))
 4. Precizní a promyšlená navigace (prolinkování)

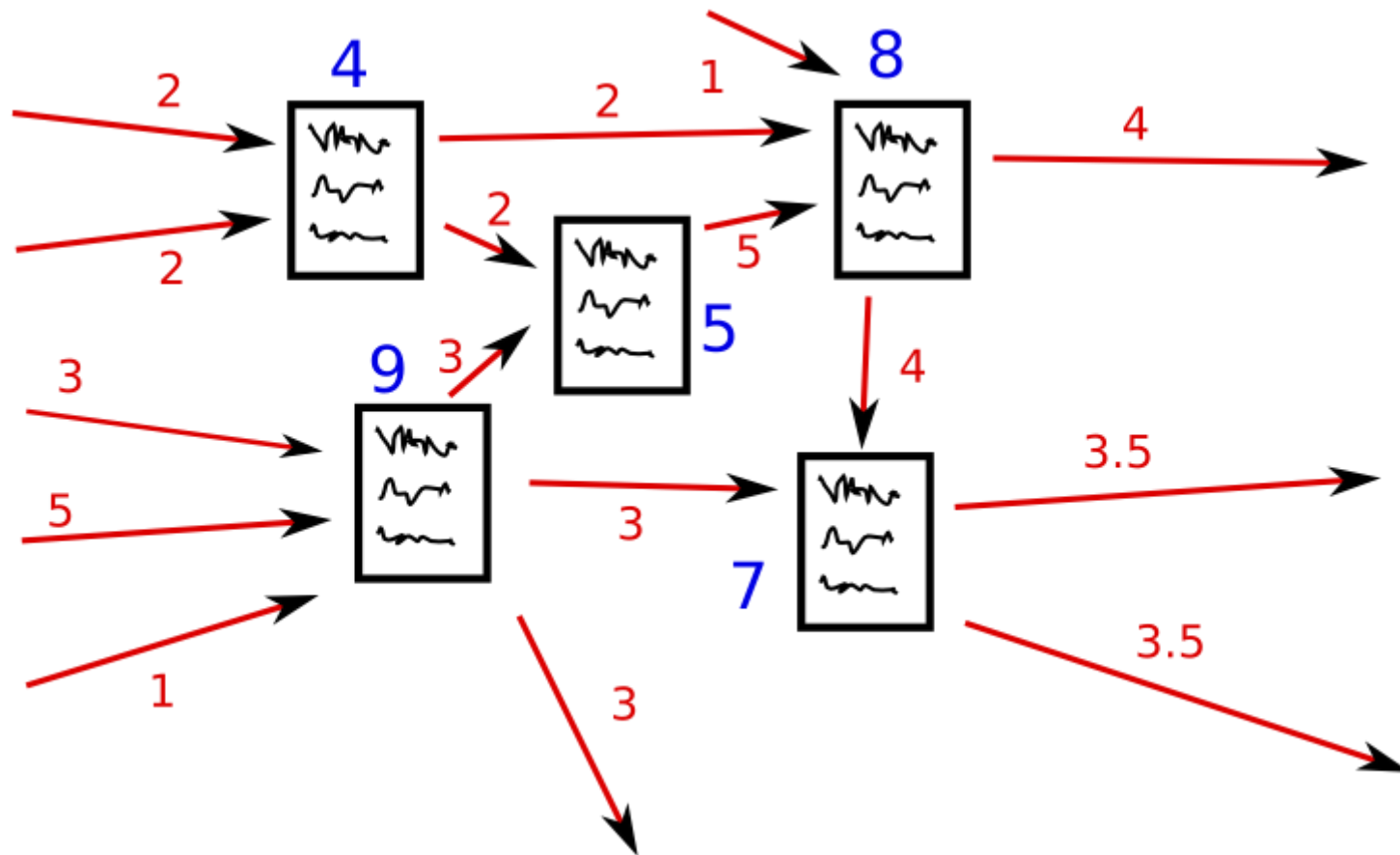
[Více o SEO zde](#)

PageRank (PR)

- » Jmenuje se po Larry Page spolumajitel Google
- » Vliv na předávání PR má nejen **počet odkazů**, ale i **kvalita**
 - Hodnota odkazující stránky
 - Celkový počet odkazů z odkazujícího webu
 - Relevantnost – společné téma webů
 - Forma umístění (text, obrázek)
 - Odhalení [podvodných praktik](#)
- » Uváděný PR je pouze orientační od 0 do 10

[Více o PageRank na mém webu.](#)

Ilustrativní schéma



S-rank

- » Hodnocení zpětných odkazů Seznam.cz
- » Princip „**rozcestníky a authority**“
 - Rozcestníky odkazují na mnoho autorit
 - Autorita je stránka na kterou odkazuje hodně rozcestníků
- » Fakticky to funguje podobně jako PR

[Více o Srank na mém webu.](#)

SEO lišta

- » Automatický systém výměny zpětných odkazů
- » Vyhledávači považována za neetickou, ale těžko odhalitelná
- » Nad SEO lištou nemáte kontrolu

[Více o SEOlištách na mém webu.](#)

www.obchodsdarky.cz | www.obchod-s-darky.cz | Ventilátory do koupelen a ventilátory do potrubí | svítidla do koupelny | Dárkové koše - dary,dárky,dářečky | Netradiční dárky | Vánoční dárky | Spodní prádlo | Svářečky | Dárky k padesátinám | Dárky pro muže | AMB Železniční modely | Zahradní krby | Zářítka jako dárek | vánoční dárky | Dárky k narozeninám | Víkendové pobyty | Dřevostavby a srubové domy | Netradiční postele | háček na kabelku | Originální dárky | Nábytek | Vánoční ozdoby | Grily Weber | bytové doplňky | Eshop - kity, kola | AirsoftMorava - airsoftový obchod | Trenink-shop.cz - sportovní potřeby | Potápění Divers Direct | Vše pro sport a fitness | Kolečkové brusle | Snowkiting a kiteboarding | Sportovní potřeby | Venku jako doma | SEDCO - sportovní zboží a hračky | Zimní bundy Nike | Potřeby pro sportovce | Dontis - postele, matrace | Powerkite.cz | Sportovní ceny | VONO sport | Parfémy a kosmetika | musher.cz | Zidledokancelare.com - kompletní sortiment sedacího nábytku | Nabytekdocancelare.com - kancelářský nábytek za nejnižší ceny | Apminterier.cz - exkluzivní prodejce českého nábytku se zárukou 5 let. | Herní koutek | Výčepní zařízení | Poradenství v oblasti internetové reklamy | Proteiny, kreatin, spalovače tuků | RC modely, RC vrtulníky, RC auta a RC letadla | SPORTSDIREKT-OUTLET ESHOP | SPORTDRIVE-ZNAČKOVÝ RÁJ | Samolepky na stěnu, dekorace na zeď | rozmanitosti.eu-prodej dárkového zboží,kreativních a hobby potřeb, korálků a komponentů, mýdel a devocionálií | www.hiswork.cz | www.pohadky-vecernicky.eu | Camstudio.cz - live chat Praha

praSEO (Black Hat SEO)



- » praSEO – „prasečí SEO“
- » Soubor podvodných metod, využívajících nedostatků vyhledávačů
 - Zaplevelení klíčovými slovy (spamming, stuffing...)
 - Podvržení falešného obsahu (cloaking...)
 - Odkazové farmy
- » Používání těchto metod může fungovat, ale někdy jen dokud se na to nepřijde
- » Nejrychlejší SEO je udat konkurenta

Off-page faktory

Faktory mimo samotnou webovou stránku

- » [Zpětné odkazy](#) – [PR](#), [Srank](#), vazba s klíčovými slovy
- » Stáří domény – čím starší, tím lepší

On-page faktory

Faktory ovlivnitelné na webových stránkách

- » Frekvence a umístění klíčových slov na stránkách
- » Správná struktura obsahu (nadpisy, odstavce...)
- » [Validita HTML](#) a [CSS](#) kódu (oddělení vzhledu od obsahu, popis netextových prvků...)
- » Dostupnost webu – výpadky webu, nefunkční odkazy
- » Rychlost načítání stránek
- » Čerstvý obsah – dostatečně aktualizovaný obsah
- » Komunikace s roboty ([sitemap](#), [robots.txt](#), nofollow...)
- » [Přátelské URL adresy](#)

Long tail – dlouhý ocas

Na málo frekventované klíčové výrazy přijde dohromady spousta potenciálních zákazníků.





Mocný strýček Google

[Proč je mocný](#); [co má rád](#); [co nemá rád](#); [za co trestá](#);
[jak pokecat s Google](#).

Proč je Google mocný

- » Zákazníkem Google je návštěvník a Google to ví
- » Google najde skoro vše (i to co někdy nechcete)
- » Promyšleně třídí výsledky a nabízí návštěvníkům pouze kvalitní a hlavně relevantní odkazy
- » Vychází vstříc i webmasterům a webdesignerům

Co má Google rád

- » **Originální obsah** upřednostní před kopiemi
- » Dobře **strukturovaný obsah**
- » **Čistý HTML** kód bez vložených stylů
- » Kvalitní **zpětné odkazy**
- » Pro každou stránku **originální titulky a popisy**
- » Spolehlivou rychlou **dostupnost** webu
- » Lidsky **přátelské URL** s logickou strukturou
- » Často **aktualizovaný obsah**

Co Google nemá rád

- » Kopírovaný obsah (vztahuje se na URL)
- » Duplicitní stránky (duplicitní URL adresy)
- » Spamování klíčovými slovy (lidsky špatně čitelný text)
- » Časté výpadky webu a chaos v URL adresách
- » Opakující se titulky a popisky
- » Strojově špatně srozumitelný kód (layou pomocí tabulek a rámců...)

Za co Google trestá

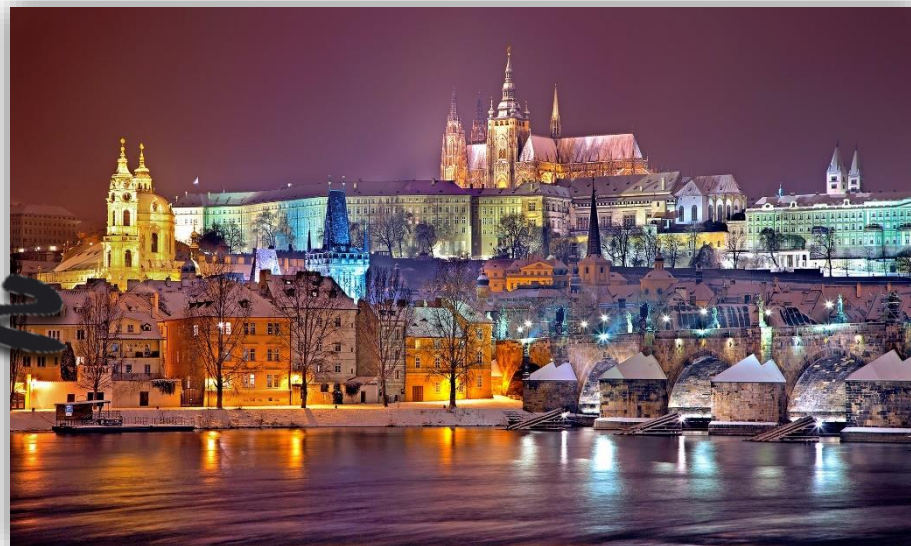
- » Za podvržený obsah, např:
 - Skrytý text (bílý text na bílém pozadí)
 - Jiný obsah pro roboty a jiný pro návštěvníky
- » Za odkazování na podvodné weby (linkfarmy...)
- » Citlivý na podvodné zpětné odkazy (trest je diskutabilní)
- » Klamné přesměrování

Trestem je **vyřazení** z indexu na **1 rok**. Před vyřazením existuje varování v podobě ztráty pozic. Ukončení trestu předchází ruční kontrola.

Jak pokecat s Google

- » Robots.txt by měla být samozřejmost ([více zde](#))
- » Odkazy, jež by neměly být započítány mají mít atribut „nofollow“
- » Nástroj [Google Webmasters Tools](#)
- » Pomocí: [site:www.domena.cz](#) zjistíte počet zaindexovaných stránek
- » Pomocí [link:www.domena.cz](#) zjistíte počet akceptovaných zpětných odkazů, ale moc to nefunguje
- » Přidat ručně nový web lze přes GWT

SEZNAM.CZ



Český velikán Seznam

V čem je jiný; co má rád; co mu nevadí; za co trestá.

V čem je Seznam jiný

- » Preferuje stránky s českým obsahem, který nemusí být nutně na doméně .cz
- » Vlastní svůj katalog (firmy.cz) a další rozcestníky (zbozi.cz, sbazar.cz, sdovolenazoboz.cz...)
- » Hodnotí i odchozí odkazy

Co má Seznam rád

- » Preferuje zpětné odkazy víc než Google
- » Frekvenci klíčových slov jak v textu, tak ve zpětných odkazech
- » Odkazování na authority
- » Texty doprovázené ve zpětných odkazech bere vážněji, než Google a někdy je upřednostní před texty z obsahu webu

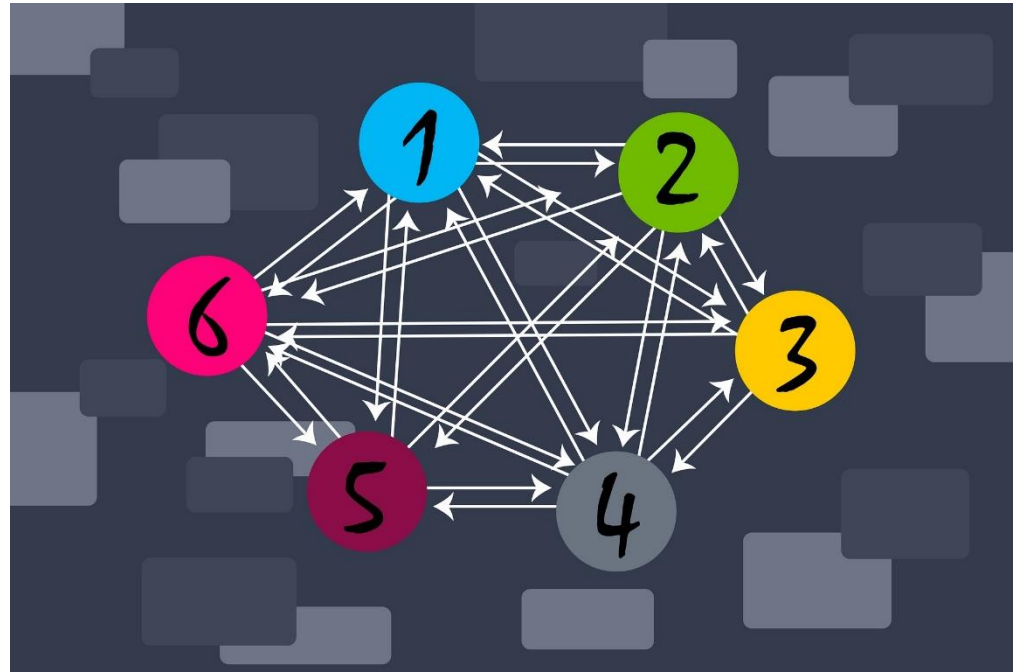
Co Seznamu nevadí

- » Nedokáže rozpoznat originál od kopie, **zatím**
- » Spamování mu nevadí tolik jako Google
- » Kopírovaný obsah klidně upřednostní před originálem
- » Není tak citlivý na čerstvost obsahu

Za co Seznam trestá

- » Za podvržený obsah (skrytý...)
- » Za umělé zpětné odkazy, pokud je prokáže (seolišty...)
- » Klamné přesměrování

Trestem je **vyřazení** z indexu na **1 rok**. Před vyřazením nijak nevaruje!



Linkování základ internetu

[Jak linkovat](#); [čeho se vyvarovat](#); [linkování a Google](#);
[linkování a Seznam](#); [umělé linkování - pro a proti](#).

Jak linkovat

- » Značka ideál: mějte obsah, na který budou lidé odkazovat sami od sebe
- » Vyměňujte si odkazy s weby, se kterými máte něco společného (partneři, odborné weby...)
- » Pracujete na Public Relations
- » Bannerové systémy mohou přispět
- » Odkazy do katalogů mají minimální váhu vyjma osvědčených katalogů jako např. firmy.cz

Čeho se vyvarovat

- » Neodkazujte na weby, které neznáte, byť by to nabízeli „zdarma“.
- » Bud'te obezřetní u [SEO lišt](#)
- » Nezapojujte se nikdy do free SEO lišt
- » Nesnažte se skrýt odkazy před návštěvníky
- » Nevytvářejte sta tisíce odchozích odkazů, mohli byste být podezřelí jako linkfarma

Linkování a Google

Google

- » Je velice vybíravý, pokud jde o uznání zpětného odkazu
- » Preferuje odkazy z tematicky podobných webů
- » V poslední době již neuznává odkazy plynoucí z účelových webů a odkazy se stejným průvodním textem

Linkování a Seznam

- » Není příliš vybíravý a uzná více zpětných odkazů než Google
- » Snaží se rozpoznat charakteristické rysy SEO lišt, takže některé lišty fungují paradoxně víc na Goolge, než na Seznamu
- » Ocení také odkazy z hodnocené stránky směřující na jiné weby

Umělé linkování - pro a proti

- » Propracované SEO lišty od seriózního provozovatele v tuto chvíli fungují, ale nikdy zcela bez rizika
- » Je bezpečnější dohodnout si výměnu zpětných odkazů sám, případně pomocí specialisty
- » Nejlépe hodnocené jsou odkazy ze skutečných diskusních fór a blogů
- » Nejhůře hodnocené jsou odkazy z katalogů a účelových PR serverů s kopírovaným obsahem



O obsahu

[Obecně o obsahu](#); [pravidla sémantiky v SEO](#).

Obecně o obsahu

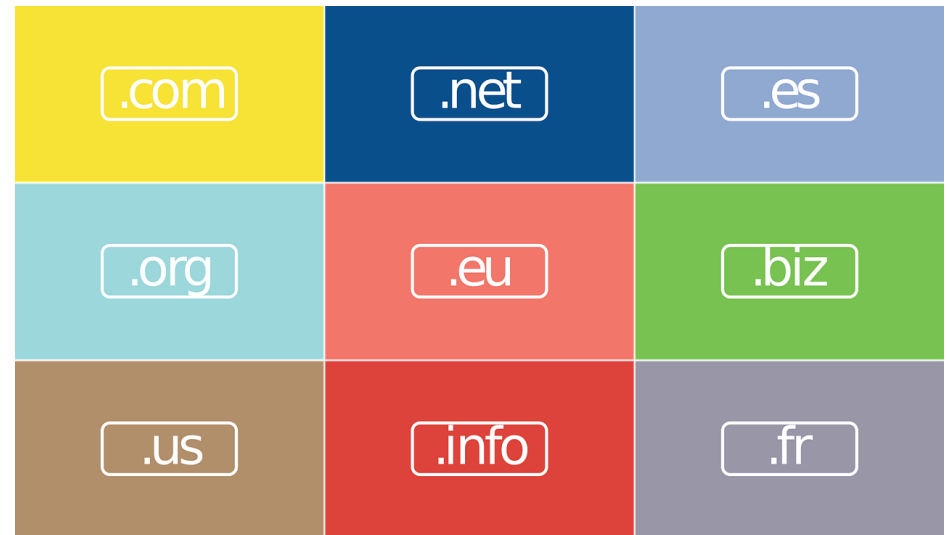
- » Říká se, že „**obsah je král**“
- » Každá stránka má jinou úlohu (rozcestník, lákač návštěvníků, popis produktu, technické stránky...)
- » Obsah zajímavý pro lidi je zajímavý i pro vyhledávače (vzpomeňte na [long tail](#))
- » Netvořte takový obsah jako konkurence

Pravidla sémantiky v SEO

- » Titulek – No. 1, má mít max. 65 znaků, první slovo má nejvyšší váhu, další slova váhu ztrácejí
- » Nadpisy
 1. Jediný nadpis 1. úrovně
 2. Nadpisů 2. úrovně může být neomezeně
 3. Nadpisy 3. a další úrovně musejí být až po nadpisu 2. úrovně
- » Zvýrazňování pomáhá
- » Popisujte obrázky



- » Nepřehánějte počet klíčových slov (max. 4 %)
- » Odstavce by měly tematicky souviset
- » Rychlost načítání stránky by měla být rozumná (max. velikost 150kB)
- » Nevkládejte styly vzhledu do HTML
- » Text stránky by neměl být ani malý, ani příliš veliký (cca 200 až 800 slov)
- » Nevytvářejte duplicitní stránky resp. [URL](#) adresy
- » Nepřehánějte to s tabulkami



Doména aneb význam jména

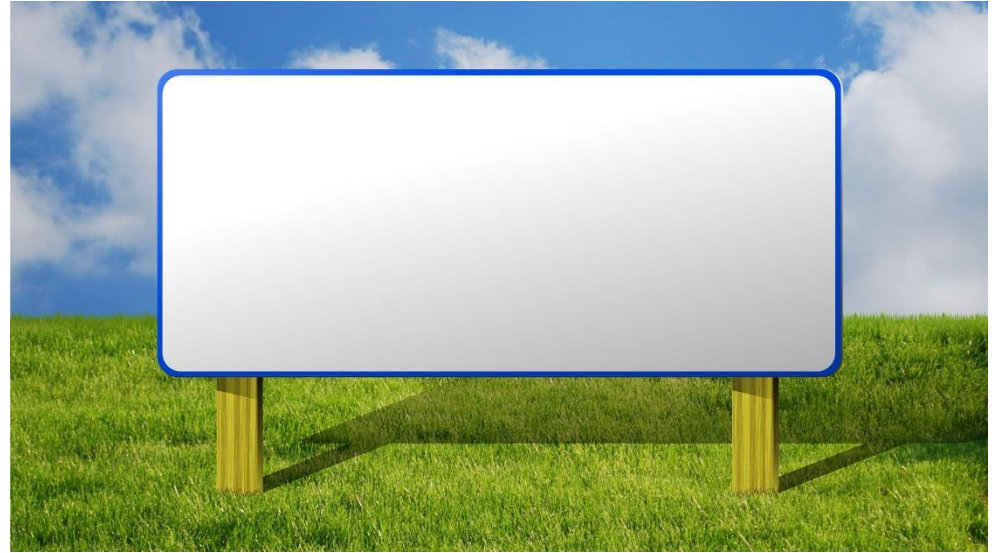
[Jak je to s doménou; význam domény pro SEO](#)

Jak je to s doménou

- » Doména 1. řádu je na konci (cz, com, eu...)
- » Doména 2. řádu je před doménou 1. řádu (**helpmark**.cz)
- » Doména 3. řádu je před doménou 2. řádu (**neco**.helpmark.cz)
- » Každá doména je pro vyhledávače zcela unikátní, byť by patřila jedné osobě. To platí i o doméně 3. řádu
- » Nasměrujte varianty s i bez www

Význam domény pro SEO

- » Stáří domény je pozitivum (pokud nebyla trestána)
- » Není nutné, aby doména obsahovala klíčová slova, ale je to ku prospěchu
- » Používejte přátelskou adresu ([rewrite mod](#))
- » URL adresa by měla napovídat o struktuře obsahu (např. **.../skoleni/zaklady-seo**)
- » Pokud budete zpětné odkazy, tak odkazujte na variantu s www, nebo bez, nikoli na obě varianty



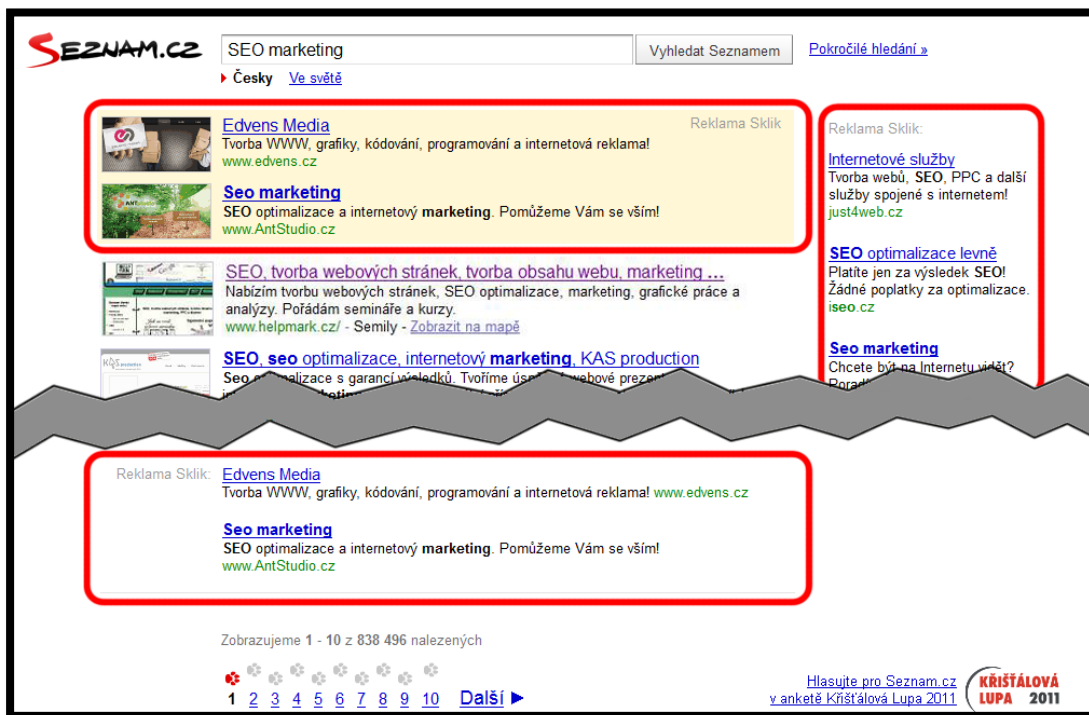
Další metody propagace webu

[PPC](#); [sociální sítě](#); [microsite](#); [direct mailing](#).

PPC kampaně

Daleko rychlejší než SEO. Poslouží i při volbě klíčových slov.

Více o PPC.



Sociální sítě a vidoservery

- » Propagace na sociálních sítích může mít pro některé produkty velký přínos
- » PPC kampaně na Facebook jsou diskutabilní
- » Používání serverů jako YouToube, Stream...

[Více o sociálních sítích.](#)



Microsite

Způsoby použití

1. Jako „nezávislý“ web z oboru
2. Pro testování odlišného přístupu v porovnání s hlavním webem
3. Pro odlišnou cílovou skupinu
4. Pro pouhé budování zpětných odkazů

Direct mailing

- » Neplést si se spamováním, nevyžádaná pošta je nejen zakázaná, ale i neúčinná
- » Informujte své zákazníky o novinkách, pokud o to stojí





Jak se SEO začít a neskončit špatně

[Udělejte si plán](#); [jak postupovat](#).

Udělejte si plán

- » Definujte cíle – hlavní i postupové
- » Pojmenujte si cílové skupiny a jejich charakteristiky
- » Zvolte klíčová slova (slovní spojení)
- » Vypracujte seriózní audit stávajícího stavu (SWOT analýza, stav on a off page...)
- » Definujte si veškeré možnosti, které se nabízejí
- » Stanovte si priority (v kontextu s podnikáním)
- » Určete kritéria pro měření úspěšnosti

Jak volit klíčová slova

- » Pohádejte se (brainstorming)
- » Ptejte se (průzkum mezi zákazníky)
- » Použijte šikovné nástroje
 - Našeptávače vyhledávačů
 - [AdWords](#)
 - [Google Trends](#)

Více o volbě klíčových slov na webu.

Klíčové slovo	Konkurence	Celosvětový objem vyhledávání za měsíc ?	Místní objem vyhledávání za měsíc ?
☐ seo klíčová slova ▾	Vysoká	320	320
☐ optimalizace seo ▾	Vysoká	12 100	9 900
☐ optimalizace webu ▾	Vysoká	6 600	5 400
☐ klíčová slova google ▾	Střední	390	320
☐ klíčové slova ▾	Střední	2 900	2 900
☐ návrhy klíčových slov ▾	Nízká	260	260
☐ seo analýza ▾	Vysoká	3 600	2 900
☐ optimalizace stránek ▾	Vysoká	6 600	6 600
☐ optimalizace vyhledávače ▾	Vysoká	5 400	5 400
☐ seo nástroje ▾	Střední	1 600	1 300

Jak postupovat

- » Rozděl a panuj – rozdělte role a odpovědnost během optimalizace
- » Soustavně kontrolujte, zda výsledky odpovídají zamyšleným plánům pomocí [webové analytiky](#)
- » SEO je běh na dlouhou trať na které sprinteři často pohoří
- » Velké sliby „odborníků“ jsou varovný signál
- » Optimalizace webu nikdy nekončí, stejně tak jako nespí konkurence a programátoři vyhledávačů



Užiteční pomocníci

Webové aplikace

- » [Google Analytics](#)
- » [Google Webmasters Tools](#)
- » [AdWords](#) – analýza klíčových slov
- » [Validátor HTML](#)
- » [Copyscape](#) – ověření kopírovaného obsahu

Rozšíření pro Firefox a Chrome

- » [SEO profesionál](#) (ranky, odkazy...)
- » [Web developer](#) (sledování prvků webu...)

[Stránka věnována návodů aplikací pro SEO a UX](#)

Děkuji za pozornost

Tomáš Herout