



SEO CHECKLISTA

NEXIS

DLA SKLEPU INTERNETOWEGO

Wydanie 2020

Optymalizacja SEO to jedno z narzędzi o potężnej mocy rażenia. Dobrze zoptymalizowane strony zajmują wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania Google, a wejścia na sklep z tego rodzaju medium są całkowicie bezpłatne. Pamiętaj, że efekty działań widoczne są dopiero po kilku miesiącach, zatem warto uzbroić się w cierpliwość. Poniżej znajdziesz listę rzeczy, o które warto zadbać, by Twój sklep zajmował wysokie lokaty w Google.

1. Google Analytics

Po pierwsze pamiętaj, by zainstalować na swoim sklepie Google Analytics.

2. Google Search Console

Drugie podstawowe narzędzie to Search Console. Jest darmowe, podobnie jak Analytics.

3. Przekierowania 301 z nieaktywnych stron

Każda usunięta strona powinna zwierać przekierowanie do nowej, działającej strony. Listę nieaktywnych stron bez przekierowania znajdziesz w Google Search Console.

4. Usuń linki do nie działających stron

Wpierw sprawdź, czy Twoja strona posiada nie działające linki. Wpisz w Google „broken link checker” i skorzystaj z dowolnego narzędzia. Przykładowym narzędziem do przeprowadzenia testu online jest <https://www.drlinkcheck.com/>

5. Atrybuty ALT przy obrazkach

Każdy obrazek powinien posiadać atrybut ALT. Umożliwia to pozycjonowanie Twoich zdjęć w Google Grafika.

6. Kompresja zdjęć

Czyli zmniejszenie wagi zdjęcia, przy zachowaniu praktycznie niezmięionej jakości. Darmowe narzędzie do kompresji zdjęć to: <https://tinypng.com/>

7. Przyjazny adres URL dla zdjęcia

Unikaj stosowania zdjęć ze skomplikowanymi adresami URL, takimi jak np.

<https://www.strona.pl/wp-content/uploads/2019/10/12-obrazek.png>. Zamiast tego stosuj przyjazne i krótkie adresy URL, takie jak np. <https://www.strona.pl/img/obrazek.png>. Sprawdź nasz poradnik „Jak stworzyć własny folder ze zdjęciami”: <https://nexis.pl/wlasny-folder-ze-zdjeciami-na-prestashop/>

8. Protokół HTTPS

Adres URL strony internetowej powinien rozpoczynać się od „https://”.

9. Sitemap XML

Czyli zbiór podstron Twojego sklepu, który należy przesłać do Google Search Console. Ułatwia to robotom Google zrozumienie budowy wszystkich podstron sklepu.

10. Standard Mobile Friendly

Czy Twój sklep internetowy jest przyjazny dla użytkowników smartfonów? Możesz to sprawdzić za pomocą darmowego narzędzia od Google: <https://search.google.com/test/mobile-friendly>

11. Jeden nagłówek H1

Każda podstrona powinna mieć tylko jeden nagłówek H1. Najlepiej, gdyby znajdował się on możliwie jak najwyżej w układzie strony.

12. Meta tytuł strony zawiera słowo kluczowe zawarte w nagłówku H1

Meta tytuł to jeden z ważniejszych elementów. Zadbaj, by zachęcał do kliknięcia, ale też pamiętaj o zawarciu w nim słowa kluczowego użytego w nagłówku H1.

13. Meta opis strony zawiera słowo kluczowe zawarte w nagłówku H1

Podobnie jak w meta tytule strony, meta opis również powinien zawierać słowo kluczowe.

14. Adres URL strony zawiera słowo kluczowe zawarte w nagłówku H1

Pamiętaj, aby również adres URL strony internetowej zawierał słowo kluczowe. Staraj się też tworzyć możliwie jak najkrótsze adresy URL oraz unikaj znaków specjalnych.

15. Czcionka nie mniejsza, niż 12px

Małe czcionki są słabo czytelne, szczególnie na urządzeniach mobilnych. Unikaj czcionek mniejszych, niż zalecane przez Google Lighthouse 12px.

16. Brak wyskakujących okienek

Nie zdążysz przeczytać nawet jednego wyrazu na stronie, a od razu wyskakuje kilka okienek: zapis do newslettera, kod rabatowy, czy przycisk do śledzenia na Facebooku. Nikt nie lubi takich

stron, Google również. Staraj się zredukować ilość wyskakujących okienek do minimum, a nawet zrezygnuj z nich całkowicie.

17. Podlinkowany telefon kontaktowy

Podlinkowanie numeru telefonu to ukłon w stronę użytkowników smartfonów. Dzięki temu rozwiązaniu nie muszą kopiować numeru telefonu z Twojej strony, aby do Ciebie zadzwonić. Wystarczy bowiem kliknięcie w numer, aby nawiązać połączenie telefoniczne.

18. Podlinkowany adres e-mail

Podobnie jak z telefonem – zamiast kopiować adres e-mail, wystarczy w niego kliknąć. Duże ułatwienie nie tylko dla użytkowników smartfonów, ale też osób korzystających z komputerów.

19. Unikalne opisy produktów

Google nie lubi duplikacji treści, zatem pamiętaj, aby nie kopiować opisów produktów od konkurencji lub producenta. Zamiast tego, stwórz własny, oryginalny opis.

20. Bogate opisy produktów

Duża ilość słów w opisie produktu to kolejny aspekt związany z SEO. Ubogie, kilkuzdaniowe opisy nie są zachęcające ani dla użytkownika, ani dla Google. Strony internetowe znajdujące się na najwyższych pozycjach mają przynajmniej 600 słów. Ilość słów na swojej stronie możesz sprawdzić za pomocą narzędzia: <https://wordcounter.net/website-word-count>

21. Opinie produktów

Opinia innych jest ważna. Wiedzą to też wyszukiwarki internetowe, które nagradzają strony z produktami recenzowanymi. Ocena taka wyświetla się również w wynikach wyszukiwania Google, dzięki czemu strona staje się bardziej atrakcyjna i chętniej odwiedzana.

22. Favicon

Czyli ikona Twojej strony, która wyświetla się na zakładce przeglądarki internetowej. Użyj sygnetu swojej marki lub jednej litery nawiązującej do loga. Dla przykładu, Google używa litery „G”, a na favicon Allego to litera „a”.

23. Social media

Umieść linki do swoich profili na portalach społecznościowych, takich jak: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube.

24. Szybka strona

Jeden z ważniejszych elementów, jeśli o SEO mowa. Google kocha szybkie strony. W celu sprawdzenia szybkości swojej strony użyj narzędzia <https://gtmetrix.com/>. Czas pełnego wczytania strony wynoszący mniej niż 5 sekund można uznać za całkiem dobry. Z kolei szybkie strony ładują się nie dłużej, niż 3,5 sekundy.

Co dalej?

1. Wdróż każdy punkt z checklisty

Jeżeli potrzebujesz wsparcia, służymy pomocą

2. Śledź nas na Facebooku

I dowiedz się jak stworzyć niezmiernie sklep internetowy

 [Nexis →](#)

NEXIS

Tworzymy niezmiernie sklepy internetowe

kontakt@nexis.pl

www.nexis.pl