

## 5. Meta keywords

Słowa kluczowe znajdujące się w obrębie meta keywords nie stanowią czynnika rankingowego, dlatego pomimo że w wielu systemach CMS znajdziemy miejsce na uzupełnienie słów kluczowych, nie warto marnować na to cennego czasu. Algorytm Google, napotykając archaizmy w strukturze strony, może wręcz degradować jej ocenę.

Słowa kluczowe znajdujące się w sekcji <head> nie są widoczne dla użytkownika odnajdującego stronę w wynikach wyszukiwania Google lub wchodzącego na nią. Czynniki te nie mogą zatem wpłynąć pozytywnie na doświadczenia odbiorcy.

## 6. Zakres tematyczny treści

Szukając pomysłów na perfekcyjną treść, analizujemy aktualne trendy w branży, wyniki wyszukiwania i konkurencję. Analiza umożliwi przygotowanie tekstu niezależnie od typu pozycjonowanej strony: sklep internetowy, blog czy opis usługi na stronie firmowej.

### Analiza konkurencji z SERP

Znając najważniejsze słowa kluczowe, zacznij analizę od sprawdzenia wyników wyszukiwania Google.

*SERP (Search Engine Result Page) – strona z wynikami wyszukiwania dla określonej frazy.*

Odejdźmy na chwilę od wagi poszczególnych czynników rankingowych. Google umieści w wynikach wyszukiwania na najwyższych pozycjach strony internetowe, które w ocenie algorytmu są tematyczne.

Oceniając treść strony, algorytm weryfikuje, czy jest ona zgodna z określoną tematyką (frazą wyszukiwaną przez użytkownika). Niezależnie od metody porównywania treści (TFIDF, Word2vec) **top10 będzie reprezentować treść, która jest najbardziej relatywna względem wyszukiwania użytkownika i najlepiej wpisuje się w jego oczekiwania.**

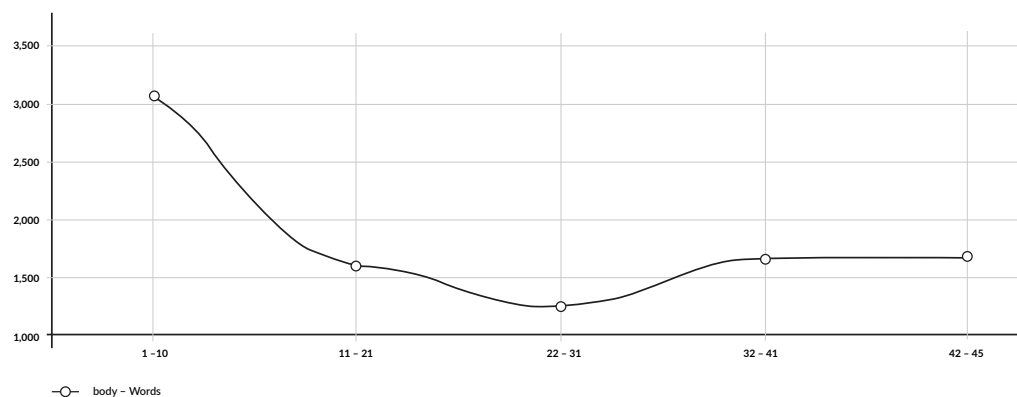
### Na co zwracać szczególną uwagę?

1. **Wspólne elementy treści** – frazy i słowa kluczowe występujące na wszystkich lub większości stron znajdujących się w top10 Google.
2. **Główny zakres tematyczny** – frazy i słowa kluczowe, które pojawiają się najczęściej na każdej ze stron.
3. **Nagłówki** – treść znajdująca się w nagłówkach od H1 do H6.
4. **Słowa pogrubione** – wskazują wyróżnione elementy treści.
5. **Meta tagi** – meta title oraz meta description stron internetowych z najwyższych pozycji.

Weryfikacja każdego z elementów jest możliwa z wykorzystaniem darmowych lub płatnych narzędzi.

## Ad. 1. Wspólne elementy treści

### Przy użyciu Surfera



### SEO Quake

Po instalacji wtyczki wejdź na każdą stronę z top10 i uruchom analizę tekstu.

**PARAMETERS**

**Page**

- Google cachedate
- Facebook likes
- Google +1
- Page source
- Yandex CY
- Pinterest Pin count
- LinkedIn share count

**Domain**

- Google index
- Yahoo index
- Bing index
- Alexa rank
- Webarchive age
- Whois
- SEMrush Rank
- SEMrush SE Traffic
- SEMrush SE Traffic price
- SEMrush advertiser display ads
- SEMrush publisher display ads
- Yandex index
- Yandex catalogue
- Baidu index

**Backlinks**

- SEMrush backlinks
- SEMrush subdomain backlinks
- SEMrush root domain backlinks

Następnie stwórz zestawienie użytych w treści słów dla wszystkich stron i wybierz wspólne dla nich słowa oraz frazy.

## Ad. 2. Zakres tematyczny

### SEO Quake

Analizując wspólne elementy, możesz sprawdzić, które słowa i frazy pojawiają się najczęściej na stronach w top10. Reprezentują one tematykę, którą należy uwzględnić we własnych treściach.

Keyword	Found in	Repeats	Density	Prominence
nie	30	30	1.10%	50.46%
jest	43	43	1.57%	41.77%
nie	37	37	1.35%	54.18%

### Surfer

W Surferze frazy możesz zweryfikować w zakładce „Popular words” oraz „Popular phrases”.

Words	Count	Density	Words	Count	Density	Words	Count	Density	Words	Count	Density	Words	Count	Density
marcin	104	0.84%	convertiser	17	0.88%	musisz	39	1.68%	marketing	19	1.14%	temu	19	1.14%
michal	95	0.77%	afiliacja	14	0.73%	glos	38	1.64%	sieci	11	0.66%	odpowiedz	11	0.66%
afiliacji	47	0.38%	afiliacji	14	0.73%	moc	38	1.64%	afiliacyjny	10	0.6%	ceneo	10	0.6%
model	28	0.23%	study	10	0.52%	oddac	38	1.64%	nalezy	8	0.48%	gosc	8	0.48%
zarabiac	28	0.23%	fanboy	9	0.47%	zalogowac	38	1.64%	warto	8	0.48%	lata	8	0.48%
wydawcy	27	0.22%	linki	9	0.47%	temu	20	0.86%	commerce	6	0.36%	afiliacja	6	0.36%
wydawcow	23	0.19%	wydawcy	9	0.47%	odpowiedz	19	0.82%	marketingu	6	0.36%	program	6	0.36%

Dodatkowo, w Surferze znajdziesz zakładkę „Prominent words and phrases”, która jest wynikiem analizy porównawczej zakresów tematycznych (Popular) oraz wspólnych elementów (Common).

Dzięki temu odrzucane są słowa i frazy, które są mniej istotne, co przyspiesza analizę.

## Ad. 3 i 4. Nagłówki oraz słowa pogrubione

### Surfer

Ahrefs Rank <sup>i</sup> 234,284	UR <sup>i</sup> 13	DR <sup>i</sup> 61	Linki zwrotne <sup>i</sup> 824K -18K Recent 1.12M Historical 3.13M	Odsyłające domeny <sup>i</sup> 956 Recent 1.1K Historical 2.12K	Organiczne słowa kluczowe <sup>i</sup> 16.9K -19 PPC 0	Ruch organiczny <sup>i</sup> 73.3K +6K
-------------------------------------	-----------------------	-----------------------	---	--	--	---

Kliknij ikonę „A” przy wyniku wyszukiwania, a następnie zweryfikuj nagłówki oraz słowa pogrubione.

#### meta description

Trying to make a decision about handing off work? Here are the top reasons why a proper outsourcing project can help your company.

#### title

The Many Advantages of Outsourcing

#### h1

1. Top Outsourcing Advantages

#### h2

Empty

#### h3

1. Outsourcing Lets You Focus on Core Activities
2. It Can Save Costs
3. It Can Promote Efficiency
4. You Can Keep Operational Control
5. It Offers Staffing Flexibility
6. It Provides Continuity and Risk Management
7. It Lets You Develop Internal Staff
8. The Bottom Line

## Ad. 5. Meta tagi

Meta tagi pomagają w znalezieniu właściwych propozycji wartości.

Ręczne wyszukiwanie danych jest czasochłonne, dlatego warto wykorzystać Surfera lub SEO Quake. Po przeprowadzonej analizie zyskasz cenną wiedzę na temat treści uznawanych przez Google za najbardziej relatywne względem określonego słowa kluczowego.

Zestaw danych pozwala opisać temat kompleksowo, zapewniając tym samym większą wartość również w oczach odbiorcy, czytelnika i potencjalnego klienta.

## Ruch organiczny na stronach konkurencji

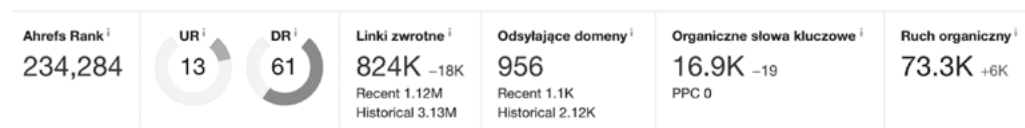
Weryfikacja ruchu na konkurencyjnych stronach pomoże zdiagnozować, które z podstron znajdujących się w top10 mają największy ruch oraz jakie zapytania generują najwięcej wejść z wyników organicznych Google.

### Surfer

1	URL	# OF RANKED KEYWORDS	EST ORGANIC TRAFFIC
1	https://www.screamingfrog.co.uk/search-engine-optimisation/	331	2,614
1	www.screamingfrog.co.uk	9,030	22,638
2	https://www.dubseo.co.uk/	321	5,544
2	www.dubseo.co.uk	732	5,702
3	https://www.thegrapefruit.co.uk/london-seo-services/	229	9,968
3	www.thegrapefruit.co.uk	324	10,182
4	https://whitedash.com/seo-services-london/	29	157
4	whitedash.com	66	158

1. Zakładka „Keywords”, 2. Liczba fraz w top10, 3. Estymowany ruch organiczny

## Ahrefs



*Każda domena może być zweryfikowana w ahrefs*

Warto również sprawdzić, czy określone zapytanie jest popularne i generuje jakikolwiek ruch organiczny.

## Uwzględnij informację o ruchu organicznym przy podejmowaniu decyzji

Dysponując danymi na temat konkurencji i potencjału frazy, masz podstawę do podjęcia właściwej decyzji odnośnie do kolejnych kroków w content marketingu. W przypadku kiedy słowo kluczowe nie generuje ruchu lub ruch jest znikomy, może się okazać, że jego targetowanie jest bezcelowe.

## Pozycjonowanie fraz z małym wolumenem

Pozycjonowanie może okazać się rentowne również w przypadku słów kluczowych z małym wolumenem zapytań. Wiele zależy od lokalizacji, etapu pozycjonowania, wartości pojedynczej transakcji, współczynnika konwersji i liczby klientów, których jesteście w stanie obsłużyć.

## Popularne frazy na rynkach lokalnych

Popularne słowa kluczowe wyszukiwane z różnej lokalizacji generują zazwyczaj różne zestawy wyników. Na przykład dla frazy „pizzeria” Google zwróci różne zestawy wyników w zależności od miasta czy nawet dzielnicy. Pozycjonowanie strony pizzerii na frazę lokalną, np. „pizza wrocław klecina”, pozornie może wydawać się nieuzasadnione ze względu na mały wolumen, aczkolwiek wiele osób wyszukuje popularne frazy związane z tą tematyką w określonej lokalizacji. Witryna

może więc pojawiać się u nich w wynikach wyszukiwania dla ogólnych słów kluczowych, jak „pizzeria” czy „pizza”.

## Dostosowanie celu do etapu pozycjonowania

Strategia działania powinna uwzględniać realne cele w zależności od punktu, w którym aktualnie się znajdujemy. Stawiamy sobie inne cele krótkoterminowe, pracując z nowymi domenami, a inne w przypadku współpracy z firmami posiadającymi sporo wyszukiwań brandowych w Google, pozytywne sygnały behawioralne oraz duży ruch organiczny.

Pozycjonując nową witrynę, zacznij od fraz longtailowych, które nie są ważnym celem mocnej konkurencji. Takie podejście pozwoli stopniowo pozyskiwać coraz większy ruch organiczny. Dojście do etapu, w którym można targetować najbardziej konkurencyjne frazy wymaga czasu. W zależności od konkurencyjności branży może to być od kilku miesięcy nawet do kilku lat.

## Wysoka wartość transakcji dla fraz z małym ruchem

Pozycjonowanie fraz wyszukiwanych sporadycznie jest uzasadnione w sytuacji, gdy wartość pojedynczej transakcji jest stosunkowo wysoka lub pozyskany klient dokonuje zakupów rekurencyjnie. Takie sytuacje obserwujemy w przypadku producentów, hurtowników i w wielu innych branżach.



## Współczynnik konwersji

Precyzyjne frazy, szczegółowo opisujące produkt lub usługę, na ogół charakteryzują się wyższym współczynnikiem konwersji. Podobne trendy można zauważyć w przypadku fraz zawierających lokalizację (szczególnie dla mniejszych miejscowości).

Tego rodzaju zapytania mogą być kluczem do sukcesu małych firm, które są w stanie obsłużyć limitowaną liczbę zleceń jednocześnie.

## Analiza sugestii i podpowiedzi Google

Przygotowując się do pisania oraz optymalizacji treści, zwróć uwagę na podpowiedzi Google:

pozycjonowanie stron|  

---

pozycjonowanie stron  
pozycjonowanie stron **internetowych**  
pozycjonowanie stron **cennik**  
pozycjonowanie stron **google**  
pozycjonowanie stron **poradnik**  
pozycjonowanie stron **legnica**  
pozycjonowanie strony **wordpress**  
pozycjonowanie stron **lubin**  
pozycjonowanie stron **kurs**  
pozycjonowanie stron **co to**

oraz na wyniki wyszukiwania frazy: pozycjonowanie stron.


### Wyszukiwania podobne do: pozycjonowanie stron

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| pozycjonowanie stron <b>cennik</b>          | pozycjonowanie stron <b>praca</b>   |
| pozycjonowanie stron <b>jak się nauczyć</b> | pozycjonowanie stron <b>html</b>    |
| pozycjonowanie stron <b>forum</b>           | pozycjonowanie stron <b>wrocław</b> |
| pozycjonowanie stron <b>warszawa</b>        | pozycjonowanie stron <b>poznań</b>  |

Podpowiedzi i sugestie można wykorzystać do wzbogacenia tematyki treści.

## Keywordtool.io

Do niedawna należał do moich ulubionych narzędzi. Jedną z jego funkcjonalności, „Questions”, jest szczególnie pomocna przy definiowaniu potrzeb użytkownika. Wpisując frazę, otrzymujesz listę pytań, które są często wyszukiwane w Google.

- Keywords** 

---

- co daje pozycjonowanie strony**

---

- co to pozycjonowanie stron**

---

- co wpływa na pozycjonowanie strony**

---

- co to jest pozycjonowanie stron wikipedia**

---

- co to znaczy pozycjonowanie stron**

---

- co wpływa na pozycjonowanie stron**

---

- od czego zacząć pozycjonowanie strony**

---

- od czego zależy pozycjonowanie strony**

---

- czy pozycjonowanie stron jest trudne**

---

- czym jest pozycjonowanie stron**

---

- pozycjonowanie stron gdzie najlepiej**

---

- ile kosztuje pozycjonowanie strony**

Warto wziąć pod uwagę te pytania i udzielić odpowiedzi, aby rozszerzyć bazę fraz long tail oraz zapewnić dodatkową wartość merytoryczną dla odbiorcy.

## Pytania dostępne są również w Surferze:

keyword	search volume	overlapping pages count
pozycjonowanie stron jak	110	13
co to jest pozycjonowanie stron	70	11
pozycjonowanie stron co to jest	50	11
co to jest pozycjonowanie stron internetowych	50	11
pozycjonowanie stron co i jak	10	9
jak pozycjonować strony internetowe	140	7
jak się pozycjonuje strony	140	6
co to jest pozycjonowanie	140	5
pozycjonowanie stron na czym polega	90	4
pozycjonowanie stron jak to zrobić	70	4
na czym polega pozycjonowanie stron	10	4
jak pozycjonować stronę w google	90	3
pozycjonowanie strony na czym polega	90	3
ile kosztuje pozycjonowanie strony	210	2
jak samemu pozycjonować stronę	170	2

## Wykorzystanie Amazon

Amazon może być bezcennym źródłem wiedzy na temat większości produktów. Doskonale pomaga zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, obiekty i inne istotne informacje. Sekcja „Customer questions & answers” dostępna pod opisem produktów służy do diagnozy rozterek klientów, którzy mogą nie tylko bezpośrednio zadawać pytania, ale również głosować na pytania już zadane.

### Customer questions & answers

Q. Have a question? Search for answers

▲ 858 votes  
**Question:** What is the difference between the 10 inch and also the 12 inch mattress?  
**Answer:** 2 inches.  
 By Russell M. Wanot on February 15, 2017  
 ~ See more answers (23)

▲ 101 votes  
**Question:** How is the edge support on this mattress?  
**Answer:** We purchased this king size mattress with the smart base frame over a year ago. We are both over 250 lbs. This is best mattress we've had in the 27 years we've been married. We work opposite work shifts. We he gets in/out of bed, it's doesn't flip me all over the bed. The edge is just as sturdy as the rest of the bed. ... see more  
 By Probrinzine on February 21, 2018  
 ~ See more answers (9)

▲ 56 votes  
**Question:** Is this mattress good for heavy people?  
**Answer:** I got the full size 12" model and the SmartBase Elite. I weigh over 300lbs and I have slept on this in roughly the same spot for over a year and a half (didn't think to rotate it). There is no discernible dip or impression whet emt body lays, nothing you can see with your eyes nor anything I can feel when I lay down... see more  
 By Poppy Seaberry on June 4, 2018  
 ~ See more answers (20)

▲ 55 votes  
**Question:** I want a firmer mattress. How many inches should I purchase?  
**Answer:** I work in the Mattress industry and while it is true that the thicker mattress tends to be softer, you must keep in mind that a mattress is a very personal choice one doesn't fit all; what it feels soft for one may not feel the same to another person because there are many factors to consider: Age, weight, health, life... see more  
 By Sevenandí on May 29, 2018  
 ~ See more answers (19)

See more answered questions (996)

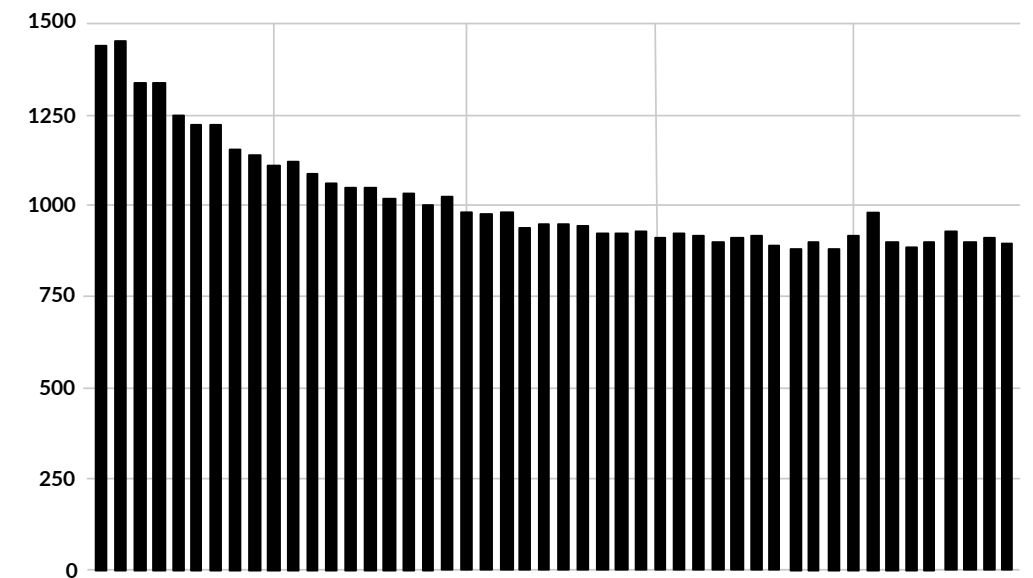
Wiele produktów zawiera po kilkaset pytań, co stanowi kopalnię informacji oraz inspiracji dla osoby tworzącej lub zlecającej stworzenie treści.

## 7. Długość treści

Niezależnie od tego, czy piszemy treść samodzielnie, czy zlecamy to zadanie copywriterowi, powinniśmy określić parametry treści, a wśród nich długość tekstu.

Znając główną frazę lub zestaw fraz, możemy zweryfikować długość treści na stronach najlepszych konkurentów. Pomimo że liczba słów czy znaków nie jest bezpośrednim czynnikiem rankingowym, pomaga zdeterminować obszerność contentu potrzebnego do spełnienia oczekiwań użytkowników.

## Średnia długość tekstów w Polsce



oś X – pozycja, oś Y – liczba słów

Pomimo że wykres przedstawia wartości uśrednione, warto zwrócić uwagę na korelację. Nie da się nie zauważyć, że dłuższe treści mają tendencję do osiągnięcia wyższych pozycji.