

**Wykonaj samodzielnie  
audyt SEO  
swojej strony!**

To jest fragment darmowego poradnika „[Wykonaj samodzielnie audyt SEO swojej strony](#)”

Wypełnij formularz na stronie, aby otrzymać całość.

## Spis treści:

<b>Wstęp.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Optymalizacja strony.....</b>	<b>3</b>
1.1. Prezentacja strony w Google.....	5
1.2. Treść na stronie.....	9
1.3. Kod strony.....	10
<b>2. Linkowanie wewnętrzne.....</b>	<b>12</b>
<b>3. Adresy URL i przekierowania.....</b>	<b>14</b>
<b>4. Inne Zagadnienia.....</b>	<b>16</b>
<b>Zakończenie.....</b>	<b>18</b>

## 1.1. Prezentacja strony w Google

- **title** (tytuł strony)

[SzatyDomu.pl - Wyposażenie wnętrz w oryginalne akcesoria](#)

Sklep **SzatyDomu.pl** posiada w swoim asortymencie wyjątkowe akcesoria do domu, które stworzą idealny wystrój Twojego mieszkania.

[www.szatydomu.pl/](#) - [Kopia](#) - [Podobne](#)

```
<title>SzatyDomu.pl - Wyposażenie wnętrz w oryginalne akcesoria</title>
```

**Tytuł** strony widoczny jest w lewym górnym rogu przeglądarki (np. Firefox, IE, Opera lub Chrome) i jest pierwszą informacją o stronie widoczną w wynikach wyszukiwania Google. Jest on również jednym z głównych elementów mających wpływ na pozycję strony.

- długość do ok. 65 znaków

indeksowane są także dłuższe tytuły, jednak taka długość jest optymalna i mieści się w Google w polu przeznaczonym na tytuł;

- zróznicowanie tytułów

każda z podstron dotyczy nieco innego zagadnienia (np. o firmie, kontakt lub strona produktu), dlatego też tytuł powinien być przygotowany indywidualnie dla każdej z nich. Sprawdzenie podstron, których tytuł powinien zostać zmieniony, jest możliwe po zalogowaniu się na konto w Narzędziach dla webmasterów i przejściu do zakładki *Diagnostyka* → *HTML – sugestie* → *Podwójne tagi tytułowe*;

- słowa kluczowe

tworząc title pamiętajmy o 3 zasadach:

- słowa kluczowe rozdzielmy na wszystkie podstrony w taki sposób, aby każda z nich była zoptymalizowana pod kątem tylko 3-4 z nich (np. na stronie głównej najbardziej ogólne słowa, na podstronie z ofertą słowa charakteryzujące rodzaje produktów lub usług, a na podstronie konkretnego produktu – jego pełna nazwa). Trzymajmy się tej zasady także przy pozostałych omawianych tu elementach;
- najważniejsze słowa kluczowe zamieścimy na początku tytułu, chyba że zależy nam na promowaniu marki i zdecydujemy się na rozpoczęcie tytułu od nazwy firmy lub adresu strony (tak jak na powyższym przykładzie);
- nie rozdzielajmy najważniejszych fraz – mimo że Google łączy bez problemu słowa kluczowe z tytułu w różne frazy, to jednak te występujące tuż po sobie mają największy wpływ na ich pozycję.