

# SEO – Optimalizace pro vyhledávače

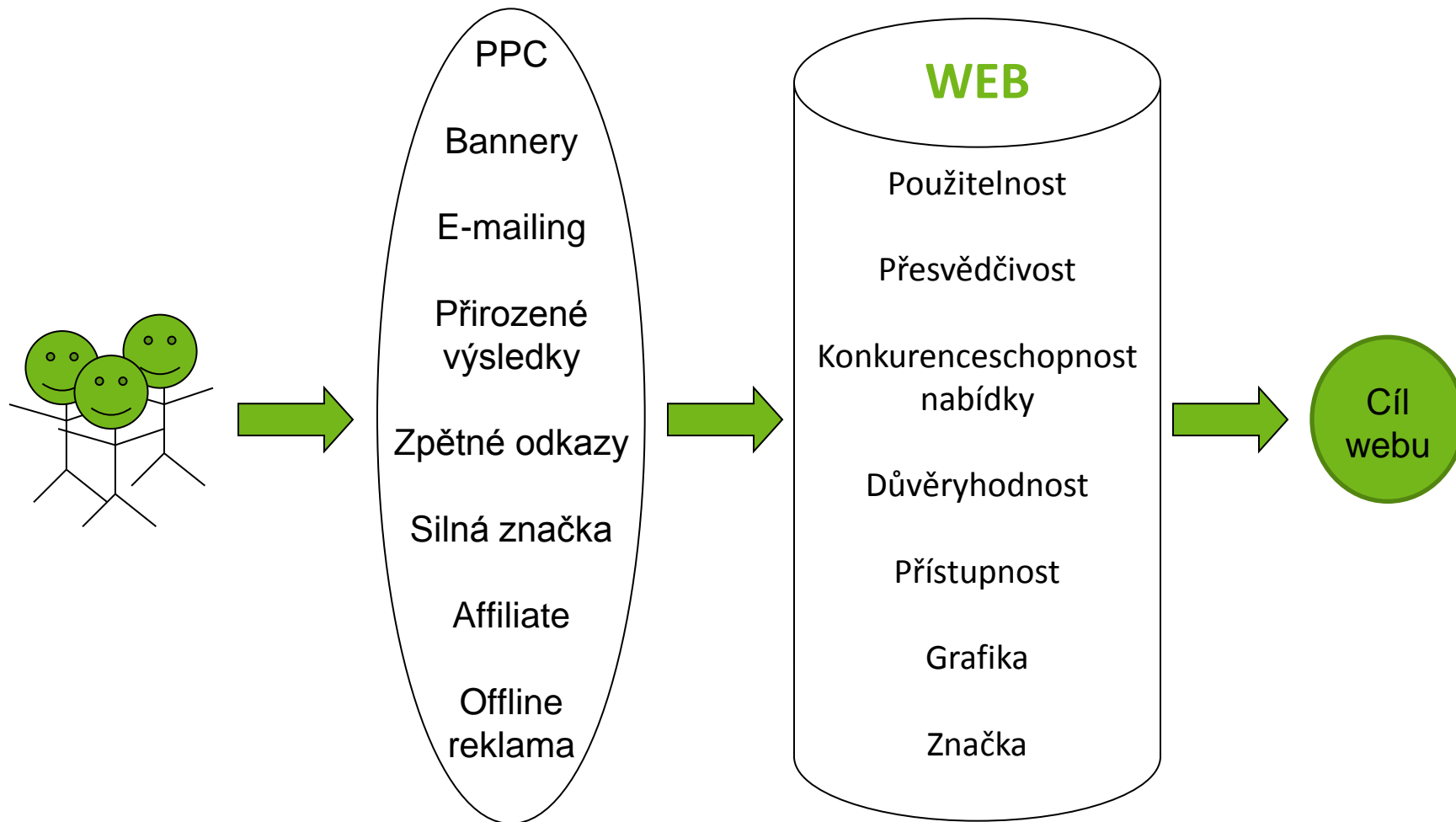
Jan Tichý

E-mail: [tichy@h1.cz](mailto:tichy@h1.cz)

Twitter: [@jantichy](https://twitter.com/jantichy)



# Cesty k dosahování cílů webu



# Předmět a prostředek SEO

- ▶ Předmětem SEO je **nalezitelnost informací** a tedy optimalizace stránek pro **hledající lidi**.
- ▶ Prostředkem SEO je zviditelnit web tak, aby jej nacházelo **co nejvíce** dobře **zacílených návštěvníků** za **přijatelné náklady**.

# Cíl optimalizace pro vyhledávače

- ▶ **Konečný cíl SEO** je totožný s cílem webu:
  - ▶ maximalizace zisku
  - ▶ maximalizace obrátu/tržního podílu
  - ▶ maximalizace návštěvnosti

# Trvale udržitelné SEO

- ▶ Dlouhodobě přínosné kroky jsou lepší, než krátkodobá řešení.
- ▶ Co je dobré pro uživatele, je dobré i pro vyhledávače.

# Základní pojmy a termíny

- ▶ SEM - search engine marketing
- ▶ SEO - search engine optimization
- ▶ Vyhledávač: vyhledávací stroj × konkrétní web
- ▶ Klíčové slovo × klíčová fráze × dotaz
- ▶ On-page a off-page faktory

# Součásti optimalizace

## ▶ On-page faktory:

- ▶ Technické překážky indexace
- ▶ Technické faktory
- ▶ Obsah, klíčová slova, struktura

## ▶ Off-page faktory:

- ▶ Zpětné odkazy a linkbuilding

# Technické překážky indexace

- ▶ JavaScript, Flash
- ▶ Duplicitní obsah
- ▶ Validita HTML
- ▶ Velikost dokumentu, balast v kódu
- ▶ Platnost odkazů, chyba 404
- ▶ Klientské přesměrování
- ▶ Závislost na typu a nastavení prohlížeče
- ▶ Content type

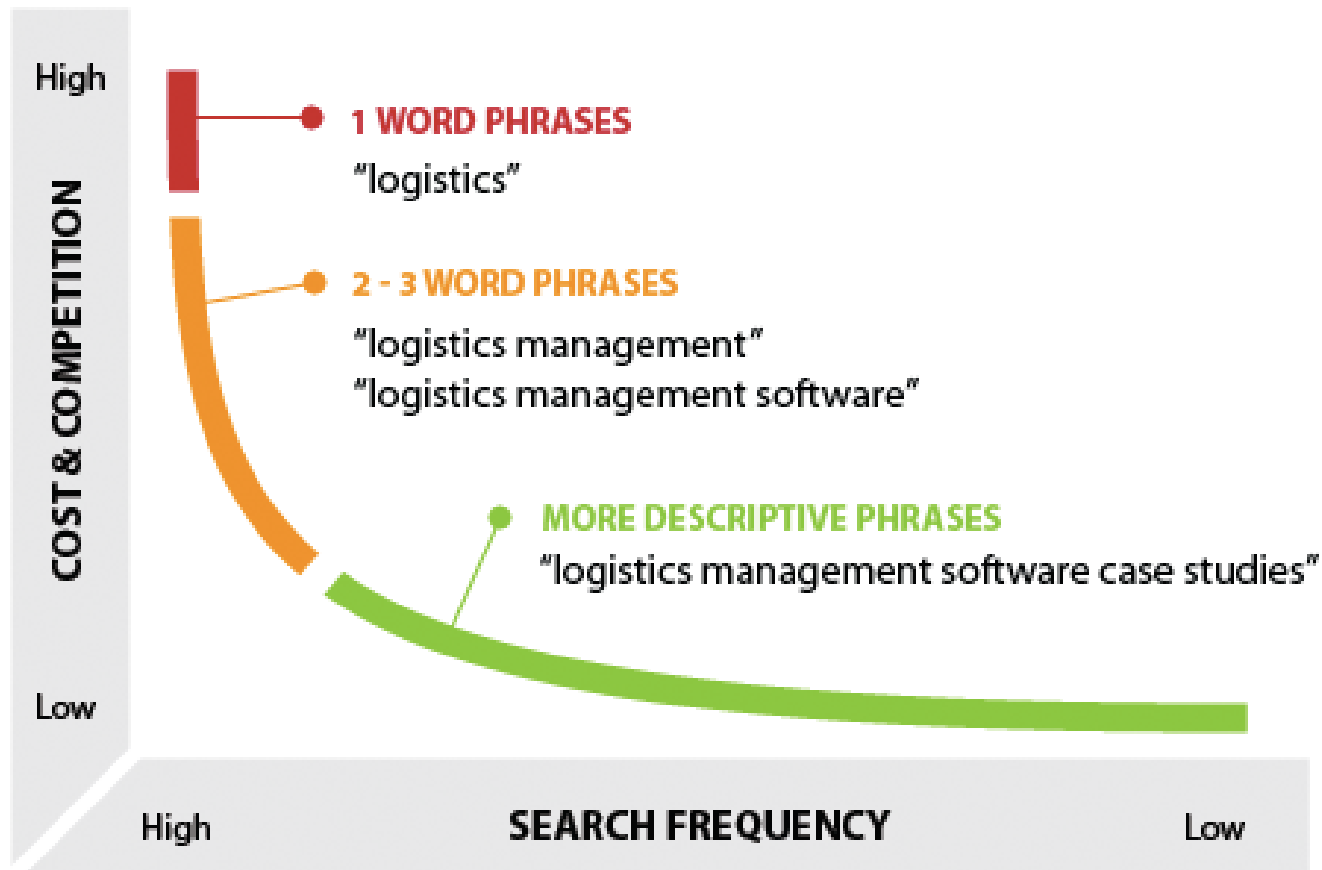
# Technické faktory

- ▶ Strukturování a sémantika kódu
- ▶ Důsledné využití `<title>`, `<h1>`
- ▶ Dále pak `<strong>`, `<em>`, `<b>`, `<i>`, `<h2>`, `<h3>`
- ▶ Klíčová slova v URL
- ▶ Uspořádání obsahu v kódu

# Analýza klíčových slov

- ▶ Relevance (relevantní, laterální, irelevantní)
- ▶ Četnost hledání
- ▶ Konkurenčnost
- ▶ Obecná × konkrétní slova
- ▶ Obchodní potenciál

# Dlouhý ocas (Long-tail)



# Struktura webu a vnitřní odkazy

- ▶ Návrh navigační struktury webu (hlavní navigace)
- ▶ Rozdělení klíčových slov na stránky
- ▶ Texty odkazů
- ▶ Doplnující navigační prostředky:
  - ▶ Mapa webu
  - ▶ Kontextová navigace
  - ▶ Drobečková navigace

# Obsah stránek a metadata

## ▶ Viditelný obsah

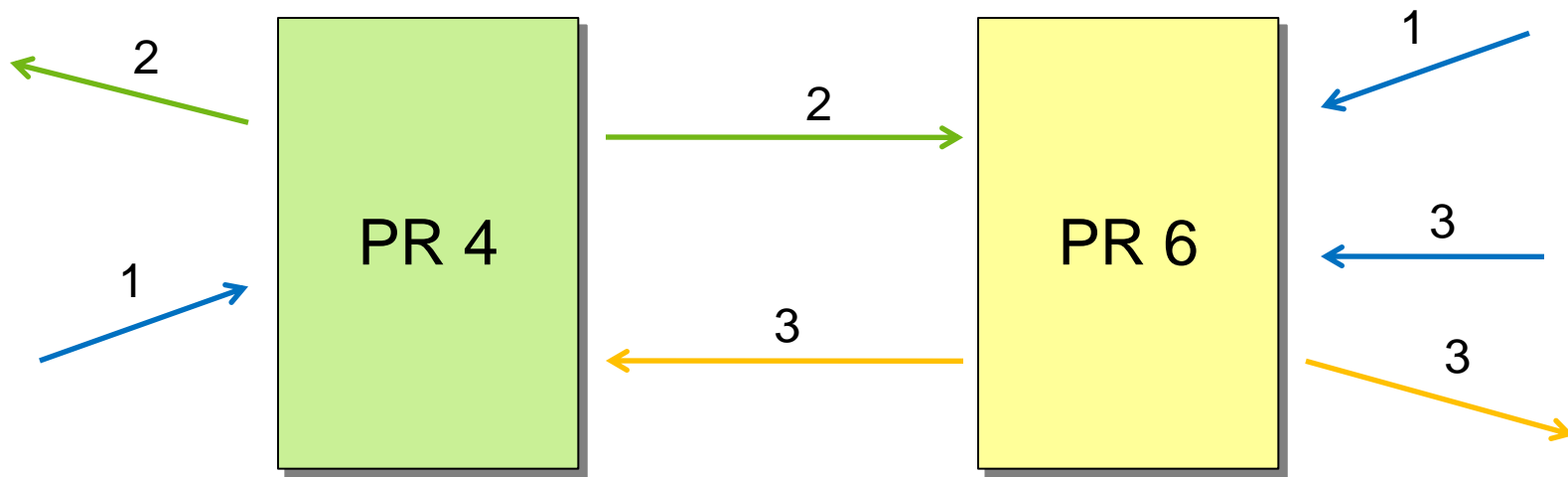
- ▶ Tvary slov
- ▶ Rozmístění klíčových slov
- ▶ Hustota klíčových slov
- ▶ Akcentování značkami a polohou v dokumentu

## ▶ Metadata

- ▶ Název dokumentu (TITLE)
- ▶ Popis dokumentu (DESCRIPTION)
- ▶ Klíčová slova (KEYWORDS)

# Zpětné odkazy

- ▶ PageRank – pravděpodobnosti, s jakou přijde náhodný návštěvník na danou stránku.



- ▶ Tematická příbuznost odkazujících webů
- ▶ Odkazový profil

# Linkbuilding

## ▶ Aktivní linkbuilding

- ▶ Výměna a nákup odkazů a obsahu
- ▶ Katalogy, RSS agregátory, PR portály
- ▶ Komunitní weby, diskuze
- ▶ Satelitní weby
- ▶ Linkbaiting

## ▶ Pasivní podpora

- ▶ použitelná URL, výstižné a kopírovatelné nadpisy

# Etické SEO a penalizace

- ▶ White-hat a black-hat SEO
- ▶ Co to je penalizace
- ▶ Zakázané techniky:
  - ▶ Neviditelný text, neviditelné odkazy
  - ▶ Cloaking
  - ▶ Link farmy
  - ▶ Organizované výměnné lišty
  - ▶ Nakupované zpětné odkazy

## Zdroje v češtině

- ▶ Radim Smička: Optimalizace pro vyhledávače  
<http://seo.jasminka.cz>
- ▶ Jennifer Grappone, Gradiva Couzin:  
SEO – Search Engine Optimization
- ▶ Vyhledávače.info – <http://vyhledavace.info>
- ▶ Firma online – <http://www.h1.cz/fol>
- ▶ Blog NaH1 – <http://blog.h1.cz>
- ▶ SEO na webu – <http://seo.nawebu.cz>
- ▶ Seznam fulltext blog – <http://fulltext.sblog.cz/>

## Další zdroje

- ▶ Aaron Wall: SEO book – <http://www.seobook.com/blog>
- ▶ SEOmoz – <http://www.seomoz.org/blog>
- ▶ Matt Cutts – <http://www.mattcutts.com/blog/>
- ▶ Search Engine Watch – <http://searchenginewatch.com/>
- ▶ Search Engine Land – <http://searchengineland.com/>
- ▶ Official Google Blog – <http://googleblog.blogspot.com/>
- ▶ Google Webmaster Central Blog  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>

**Děkuji za pozornost.**

Napište mi e-mail:

[tichy@h1.cz](mailto:tichy@h1.cz)

Sledujte můj Twitter:

[@jantichy](https://twitter.com/jantichy)