



# SEO OPTIMALIZÁCIA

umiestnenie web stránok na najvyšších miestnách

---

## SEO Optimalizácia pre vyhľadávače

Optimalizácia pre vyhľadávače alebo SEO (z angl. search engine optimization) je súbor techník na zlepšenie návštevnosti webstránky z organických (neplatených) výsledkov vyhľadávania v internetových vyhľadávačoch. SEO zahŕňa analýzu kľúčových slov, linkbuilding, linkbaiting, social media marketing, virálny marketing, on-line PR v kombinácii so sémantickým kódovaním webu.

SEO sa klasifikuje na techniky, ktoré vyhľadávače odporúčajú na vylepšenie svojej pozície (tzv. White hat SEO) a techniky, ktoré zakazujú (Black hat SEO). Vyhľadávače sa snažia Black hat SEO zamedzovať postupnými úpravami svojho algoritmu i manuálnymi penalizáciami webov.

zdroj:wikipedia.org

### SEO obsah

#### Title

- 01** Title tag je veľmi dôležitý On - Page faktor , ktorý by nemal na Vašej optimalizovanej stránke chýbať . Každá stránka by mala mať svoj vlastný Title tag , ktorý stručne vystihne o čom stránka je . Vhodné je tiež napísať kľúčové slovo o ktoré usilujete , najlepšie hneď zo začiatku Title tagu. Odporúčaná dĺžka Title tagu je **50-60 znakov** , pretože viac znakov už vyhľadávače nevie zobrazit' a miesto dlhého popisu Title vypíšu tri bodky , akonáhle prekročí zobrazované pole . V skutočnosti môže Google zobrazit' aj dlhší popis, ak sa zmestí viac písmeniek to šírky 512 pixelov . Je to preto , že napr . Písmenko " i " zaberá menej priestoru ako napr. Písmeno "w".

#### Description

- 02** Dĺžka Meta Description má byť medzi **70 a 160 znakmi** . U veľkých portálov a eshopov sa niekedy Meta Description neuvádza . Robot potom sám vyberie úryvok textu z obsahu stránky a uvedie ho ako Meta Description . Ak máte menšie , alebo stredne veľký web , doporučujeme Meta Description vyplniť , môžete tým ovplyvniť mieru prekliku.

#### Kľúčové slová

- 03** Stránka síce obsahuje Meta Keywords , ale Google tieto meta tagy ignoruje . Ak v Meta Keywords uvádzate svoje cielené kľúčové slová , môžete tým len radiť svojej konkurencii . Aby sme zistili, či sa na dané kľúčové slovo dokážeme presadiť vo vyhľadávačoch, musíme si overiť konkurenciu. To môžeme spraviť priamo v nástrojoch pre kľúčové slová, ale to väčšinou nestačí. Musíme zistiť akú máme konkurenciu aj v organických výsledkoch vyhľadávania. Organické kľúčové slová z Google Webmaster Tools - Nájdeme ich v časti Návštevnosť z vyhľadávania - Vyhľadávacie dopyty. Tu si nastavíme časový rozsah na najdlhší možný (90 dní) a stiahneme si tabuľku. **(Index Google / Kľúčové slová pre obsahovú sieť)**

#### Sitemap

- 04** Sitemap je súbor , ktorý má napomôcť internetovým vyhľadávačom vyznať sa na webovej stránke. Najčastejšie je sitemap XML súbor , nebýva to však podmienka . Často ho môžete nájsť aj s príponami HTML či PHP . Mapa stránky sa väčšinou ukladá do koreňového adresára webu . Sitemap pomáha vyhľadávacím robotom prechádzať stránky , ktoré by boli inak ťažko dosiahnuteľné . Sitemap je doplnok pre súbor robots.txt . Kým robots.txt slúži pre vylúčenie niektorých stránok z vyhľadávania , tak sitemap slúži pre pridávanie stránok do vyhľadávača . Nie je teda možné povedať , že stránky, ktoré v sitemap nie sú uvedené vyhľadávače ignorujú . Sitemap je len doplnok ku klasickému prehliadaniu webu vyhľadávacím robotom . Generátor sitemap: <https://www.xml-sitemaps.com/>

#### Robots.txt

- 05** Stránka na vygenerovanie robots.txt (<http://www.mcanerin.com/EN/search-engine/robots-txt.asp>) Najprv je potrebné mať vytvorené sitemap. Stránka na kontrolu robots.txt (<http://tool.motoricerca.info/robots-checker.phtml>)

---

## Og Meta vlastnosti

**06** Prečo OG protokol ? Pretože chceme zvýšiť mieru prekliku : Takto pekne môže vyzerat' aj Váš web pri zdieľaní na Facebooku . Integrujte svoj OG protokol na web a pri správnom použití môžete docieľiť vyššiu mieru preklikovosť . Získajte kontrolu nad zobrazením zdieľaných stránok na Facebooku.

Open graph protokol patrí medzi meta tagy a je potrebné ho vložiť na stránke medzi < head > < / head > tagy , aby dobre fungoval .

**og : title** = Slúži na prepisu hlavného nadpisu príspevku na Facebooku .

**og : description** = Slúži na prepisu popisu príspevku na Facebooku .

**og : image** = Slúži na vloženie vlastného obrázka, ktorý Facebook pri zdieľaní odtiaľto vyloví.

Viac na: <http://ogp.me> , <https://developers.facebook.com/docs/sharing/web>

## Zdieľanie obsahu na twitteri - meta tagy

**07** Existujú tri typy zverejnenia : zhrnutie , fotografie a videá . Súhrnná Twitter karta je pre články a textový obsah, zatiaľ čo foto a video karty sú samo - vysvetľujúce ( YouTube používa typ grafickej karty , napríklad) . Existuje niekoľko META tagov použitých pre všetky typy kariet , potom niekoľko ďalších, ktoré sú špecifické. Všetky atribúty name META tag majú na začiatku Twitter: . Použitie:

**twitter:card** – môžu byť nasledujúce parametre: summary, photo, video.

**twitter:url** – adresa web stránky

**twitter:title** – nadpis aký sa zobrazí v karte Twitter

**twitter:description** – popis, maximálne 200 znakov vrátane adresy

**twitter:image** – link na obrázok v článku

**twitter:site** - Twitter užívateľské meno používa danú lokalitu vrátane znaku " @ "

**twitter:creator** - Twitter užívateľské meno jednotlivého autora obsahu

Príklad:

```
<meta name="twitter:card" content="summary">
```

```
<meta name="twitter:url" content="http://davidwalsh.name/twitter-cards">
```

```
<meta name="twitter:title" content="How to Create a Twitter Card">
```

```
<meta name="twitter:description" content="Twitter's new Twitter Cards API allows developers to add META tags to their website, and Twitter will build card content from links to a given site.">
```

```
<meta name="twitter:image" content="http://davidwalsh.name/wp-content/themes/punky/images/logo.png">
```

```
<meta name="twitter:site" content="@menopriezvisko">
```

```
<meta name="twitter:creator" content="@menopriezvisko">
```

Viac na: <https://davidwalsh.name/twitter-cards>

## Hlavné nadpisy

**08** Header tagmi sa označujú nadpisy na stránke. Celkovo sa môže použiť až šesť úrovní nadpisov: H1, H2, H3, H4, H5, H6 a zapisujú sa takto: <h1>Hlavný nadpis stránky</h1>

Nadpis s najväčšou prioritou (väčšinou ten prvý) je H1, potom o jedno nižšou prioritou je H2, atď. Pretože pri písaní textov sa kľúčové slová prirodzene dávajú do nadpisov, aj vyhľadávače hodnotia slová v nadpisoch ako dôležitejšie než ostatný text. Dôležitosť nadpisov pre SEO je prakticky neporovnateľná s title-ami, čo však neznamená, že by sa nemali používať. Je tu aj iná výhoda, a to prístupnosť a použiteľnosť web stránok. Čo sa týka štruktúry header tagov na stránke, je dobré, ak je na každej len jeden H1 tag. Stránka by mala byť rozvrhnutá ako kniha alebo akýkoľvek štrukturovaný text. Pri písaní knihy sa tiež nezačína podnadpisom a nepokračuje sa hlavným nadpisom uprostred textu. H1 tag patrí na začiatok stránky, pokračuje sa nadpisom druhej úrovne H2 a potom H3.

## Obrázky

- 09** Upravte si alt tagy obrázkov a buďte vo vyhľadávači lepšie vidieť. Vyhľadávací robot ( napr . GoogleBot , Zoznam Crawler ) sú stále slepí a vie čítať len textový kód webe, takže popisky , meta tagy a tak ďalej . Akonáhle sa na stránke objavia grafika , alebo obrázok ( fotka, ikonka ) , vyhľadávací robot nevie čo obrázok obsahuje . Musíme mu v tom pomôcť . Čo sú Alt tagy a ako Vám môžu pomôcť v dohľadateľnosti webu a jeho obrázkov , o tom sa dozviete v nasledujúcom článku . Profi tip - Nesnažte sa alt tagy kopírovať rovnaké ku každému obrázku . Nemá to zmysel . U niektorého klienta som napr . Videl , že každý obrázok mal Tagované rovnakým kľúčovým slovom , na ktoré chcel byť vidieť . Keď sa to preženie , môžete si aj uškodiť ( penalizácia ) . Môže to znamenať , že nebudete vidieť na požadované kľúčové slovo vôbec .

## Pomer Text / HTML

- 10** Pomer textu k HTML odkazuje na to , ako veľmi texte máte proti koľko kód vaša stránka používa . Neexistuje žiadny magický číslo alebo priemerný pomer , pretože každý má iné webové stránky text a kód požiadavky . Všeobecne povedané, “ dobrý “ pomer je mať niekde medzi **15 až 25 percent** svojej stránky ako text . To znamená, že HTML je pravdepodobne dobre vyvinuté a obsah vašej stránky nie je nafúknutý k spamovaniu obsahom alebo plnené kľúčové slová.

## Flash

- 11** Neodporúča sa používať flash na stránkach. Alternatíva k flash je HTML5.

## Iframe

- 12** Neodporúča sa používať Iframe na stránkach. Seo validátor to vyhadzuje.

## SEO odkazy

### Prepisovanie URL

- 13** Správne navrhnutá štruktúra URL adresy je základ on-page optimalizácie. Aj napriek tomu sa stále stretávame s webmi, ktoré majú v tejto oblasti veľké nedostatky. Na úvod si ukážeme niekoľko príkladov, ako môže vyzerat' URL adresa eshopu, ktorý predáva šaty pre dámy:
- Dobre: <http://www.obchod.sk/produkty/damske/saty/zelene>  
Horšie: <http://www.obchod.sk/produkty/damske?category=saty&color=zelena>  
Zlé: [http://www.obchod.sk/index.php?route=products&product\\_id=32&color=2&cat\\_id=1&sessionid=e7lw6NuVg1jJq5SFNlpN1eNW](http://www.obchod.sk/index.php?route=products&product_id=32&color=2&cat_id=1&sessionid=e7lw6NuVg1jJq5SFNlpN1eNW)

### Podčiarknutia v URL

- 14** Problémom pri URL adresách je používanie \_ (podtržník) namiesto - (pomlčka), čo odporúča priamo aj Google . Veľa tvorcov web stránok si ale myslí že Google berie \_ (podtržník) tak isto ako - (pomlčku), ale nie je tomu tak. Google zoberie “seo\_optimalizácia” ako jedno slovo, pričom “seo-optimalizácia” bude považovať za dve slová a to platí ako v texte, tak aj v URL adrese.

### Odkazy na stránke

Spätné odkazy alebo backlinks sú jedným z najdôležitejších faktorov ovplyvňujúcich poradie vo vyhľadávačoch a preto sú pri seo optimalizácii nepostrádateľné. Jedná sa o časť optimalizácie web stránok nazývanú off-page SEO. Získavanie spätných odkazov by malo nasledovať potom ako máme správne vykonanú prvú časť - tzv. on-page SEO. Bez toho nemá budovanie spätných odkazov veľký význam. Zdroje spätných odkazov môžeme v jednoduchosti rozdeliť na: registrácia do katalógov, vydávanie PR článkov, výmena odkazov, linkbaiting, kupovanie odkazov



## SEO keywords

### Hustota kľúčových slov

- 15** Názor: čím väčšia hustota kľúčových slov, tým lepšie, vyzerá na prvý pohľad veľmi logicky. Je pravdou, že za inak rovnakých podmienok, stránka s vyššou hustotou kľúčového slova sa umiestni pre stránkou s nižšou hustotou. Lenže inak rovnaké podmienky (ceteris paribus) sa pre dve rôzne stránky nedajú navodiť ani len laboratórne. Je to veľmi slabý faktor. CSS – kaskádové štýly umožnili, aby bol text z akejkoľvek časti HTML kódu umiestnený v akejkoľvek časti stránky. Odporúča sa využiť to a dať svoj dôležitý text na začiatok kódu, pred navigáciu. Môže to mať blahodárne účinky na prístupnosť stránok, avšak Google a iné vyhľadávače nemajú žiadny problém so správnym ohodnotením textu ani na konci kódu.

### Konzistencia kľúčových slov

- 16** Kľúčové slová majú byť konzistentné a nachádzať sa v **Obsahu, Title, Keywords, Description a v Hlavných nadpisoch (H1-H6)**

## Nastavenie vzhľadu

### Url

- 17** Na firemný web odporúčam voliť radšej URL dlhšie a striktné zrozumiteľné. Budú tam predovšetkým pre ľudí a vyhľadávače, aby vedeli, že vyrábate napríklad taniere (keramika/taniere.html). Dĺžku URL však nepreháňajte, použitý počet slov nech je len jedno až dve. Na informačný, ale menší web je asi výhodnejšie postupovať cestou firemného webu. Ak budú vaše stránky pre vyhľadávač zrozumiteľné, získate návštevníkov. Ak nedáte na každú stránku po 250 odkazov, radšej voľte niekoľkoslovné názvy, nech sú riadne zrozumiteľné aj pre ľudí. Dĺžka URL názvu okolo **4 slov je optimálna, 6 slov je prijateľná**, 8 slov už však radšej neprekročte. Pre často navštevované a často odkazované servery by mala byť krátka URL dôležitejšia, než URL zrozumiteľná. Do vyhľadávačov sa dostanú vďaka spätným odkazom tak, či tak a pri masívnej návštevnosti bude cenná úspora doslova každého znaku.

### Favicon

- 18** Favicon.ico je malá ikonka, ktorá sa nachádza naľavo vedľa linku stránky hore na lište. Vloženie do stránky: `<link rel="shortcut icon" href="http://www.vasa-domena.sk/favicon.ico">`  
generator: <http://www.favicon.cc/> generator: <http://www.favicon.co.uk/>  
video: <https://www.youtube.com/watch?v=exLcN3raQrE>

### Jednoduchá tlač

- 19** Stránky si ľahko upravíte pre tlač vložением jedného riadku s novým CSS a otagujete ho značkou media = " print " , aby systém vedel , že má uprednostniť vaše nastavenie nového CSS pri tlači .  
Celý zápis riadku sa vkladá za začiatku kódu webu medzi značky <head> a vypadá takto:  
`<link rel="stylesheet" href="assets/css/print.css" type="text/css" media="print" />`  
Do súboru print.css prepíšeme existujúce triedy rozmerov obrázkov a textu , aby bol vzhľad stránky optimalizovaný pri tlači .

### Jazyk

- 20** Je potrebné definovať stránke v akom je jazyku, pomáha to vyhľadávateľom.  
Jazyková mutácia: `<html lang="sk">`

### Doctype

- 21** Nepárová značka jazyka HTML deklaruje typ dokumentu a musí byť v súbore prvý, ešte pred tagom < html >. Určuje špecifikáciu HTML alebo XHTML , ktorá je v dokumente použitá.

#### HTML5

```
<!DOCTYPE html>
```

#### HTML 4.01

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
```

#### XHTML 1.0

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
```

### Encoding

- 22** Kódovanie web stránky: <meta charset="utf-8">

### W3C validita

- 23** Webové štandardy sú doporučania a pravidlá určené pre tvorbu web stránok, navrhované konzorciom W3C. Hlavnou úlohou konzorcia W3C je zjednocovať a modernizovať technológie používané na internete. Webové štandardy je pracovný názov pre webové technológie (ako napr.:(X)HTML(rôzne verzie), CSS(rôzne verzie), XML a ešte mnohé iné ...), za ktoré zodpovedá medzinárodné webové konzorcium, W3C. Cieľom tohoto konzorcia, je nielen tvoriť nové webové technológie, ale aj vzdelávať webových kóderov a tlačit' na tvorcov webového interpretačného softvéru, aby vo svoji projektoch tieto štandardizované technológie aj zavádzali, v záujme ďalšieho priaznivého vývoja webu, ako média, ktoré sa čoraz viac dostáva do povedomia ľudí a teší čoraz väčšej obľube v kruhoch internetových užívateľov. Konkrétne chyby v HTML zistíte cez <https://validator.w3.org/nu/> Chyby v kaskádových štýloch ( CSS ) zistíte cez <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>

### Email súkromie

- 24** Ochráňte si svoje emaily pred spam robotmi týmto trikom. Prezradím vám ako ochrániť emaily pred spam robotmi . Vnútri článku na vás čaká šikovná aplikácia HTML Entities Generator , v ktorej si vygenerujete zašifrovaný kód emailu . Skopírujete výsledok , vložíte do webu a máte pokoj . Spam roboti email neprečítajú , napriek tomu bude fungovať a vašim návštevníkom sa zobrazí normálne . Konvertovanie mailu: <http://www.willmaster.com/blog/javascript/html-entities-generator.php> Konvertovanie mailu: <http://blog.silaseo.cz/2015/06/ochrana-proti-spamu.html>

### Výsledok

- 25** Výsledok si viete overiť na nasledujúcich stránkach  
<http://www.silaseo.cz/>  
<http://seo-servis.cz/>

Zdroj informácií: internet  
dátum: 02/2016  
zobieral: [slavo.mlynar@yahoo.com](mailto:slavo.mlynar@yahoo.com)