

# SEO

## Search Engine Optimization

Ovládněte SEO a získejte výhodu před konkurencí

Optimalizujte své webové stránky pro vyhledávací servery

Přiveďte na své stránky zákazníky dříve, než to udělá konkurence

**Jennifer Grappone a Gradiva Couzin**



Wiley Publishing, Inc.



**Search Engine Optimization: An Hour a Day**  
**Jennifer Grappone a Gradiva Couzin**

Published by Wiley Publishing, Inc., 10475 Crosspoint Boulevard, Indianapolis, IN 46256, [www.wiley.com](http://www.wiley.com).

Copyright © 2006 by Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana.

© Translation: ZONER software, s.r.o., 2007.

All Rights Reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Wiley Publishing, Inc. Illustrations used with permission by Gradiva Couzin. Copyright © 2006 by Gradiva Couzin.

Všechna práva vyhrazena. Tento překlad je vydán na základě licenční smlouvy s John Wiley & Sons, Inc. Žádná část této publikace nesmí být reprodukována nebo předávána žádnou formou nebo způsobem, elektronicky ani mechanicky, včetně fotokopíí, natáčení ani žádnými jinými systémy pro ukládání bez výslovného svolení Wiley Publishing, Inc. Obrázky v knize byly použity s povolením Gradivy Couzin. Copyright © 2006 Gradiva Couzin.

## **SEO – Search Engine Optimization**

Autoři: Jennifer Grappone a Gradiva Couzin.

Copyright © ZONER software, s.r.o. Vydání první v roce 2007. Všechna práva vyhrazena.

Zoner Press

Katalogové číslo: **ZR706**

**ZONER software, s.r.o.**

Nové sady 18, 602 00 Brno

Překlad: Roman Skřivánek, Dana Balaščíková

Odpovědný redaktor: Miroslav Kučera

Šéfredaktor: Ing. Pavel Kristián

DTP: Miroslav Kučera

Trademarks: Wiley, the Wiley logo, and the Sybex logo are trademarks or registered trademarks of John Wiley & Sons, Inc. and/or its affiliates, in the United States and other countries, and may not be used without written permission. All other trademarks are the property of their respective owners. Wiley Publishing, Inc., is not associated with any product or vendor mentioned in this book. The Sybex Brand trade dress is a trademark of John Wiley & Sons, Inc. in the United States and/or other countries. Used by permission.

Ochranné známky: Wiley, logo Wiley a logo Sybex jsou ochrannými známkami nebo registrovanými ochrannými známkami vydavatelství John Wiley & Sons, Inc. nebo jejich poboček, ve Spojených státech a/nebo ostatních zemích a nemohou být používány bez písemného oprávnění. Všechny ostatní ochranné známky jsou majetkem jejich vlastníků. Wiley Publishing, Inc. není propojen s jakýmkoliv produktem nebo výrobcem zmíněným v této knize. Obchodní značka Sybex je ochrannou známkou John Wiley & Sons, Inc. ve Spojených státech a/nebo ostatních zemích.

Veškeré dotazy týkající se distribuce směřujte na:

Zoner Press

**ZONER software, s.r.o.**

Nové sady 18, 602 00 Brno

tel.: 532 190 883, fax: 543 257 245

e-mail: [knihy@zoner.cz](mailto:knihy@zoner.cz)

<http://www.zonerpress.cz>

ISBN 978-80-86815-85-5

*S láskou Toddovi, výbornému poradci přes techniku  
a vynikajícímu tátovi. Je to člověk, který je mi stále oporou – JG*

*Lowellovi, mé opoře a pomocníkovi – GC*

## Poděkování

Obě autorky by chtěly poděkovat redaktorům z Wiley: Willemu Knibbeovi, jehož důvtip a duchaplnost z něj dělají výborného společníka na večírcích (a to nemluvě o tom, že je dobré ho mít na své straně, když píšete knihu!), Heather O'Connorové, která nám vždy ukazovala správný směr a byla plná porozumění, technickému redaktori Micahu Baldwinovi; talentované editorce Judy Flynnové; produkčním redaktorkám Darii Meoli a Sarah Groff-Palermové, které dohlížely na splnění plánu, typografům ze společnosti Happenstance Type-O-Rama, a také všem ostatním tvrdě pracujícím členům produkčního týmu.

Za ochotu přispět k tomuto projektu svým časem a cennými názory děkujeme také několika nejlepším a nejchytřejším lidem z oblasti SEO marketingu: Dannymu Sullivanovi, Jill Whalenové, Kevinu Lee, P. J. Fusco a Aaronu Wallovi.

Náš dík patří též mnoha milým členům obchodní komunity, kteří se s námi podělili o své příběhy, úspěchy a výzvy: Anně a Dexterovi Chowovým, Christine Moorové, Jill Robertsové, Paulu Helle-roví, Gině Borosové, Susan McKenové, Sage Vivantové, Marku Armstrongovi a Ann Meyerové. Všem jim přejeme mnoho cílených návštěvníků a šílených konverzí! Zvláštní dík patří Ericu Fixlerovi a Anthonymu Severovi za to, že nám poskytli neocenitelné technické recenze, a Kelly Ryerové a Sarah Hubbardové za spoustu dobrých a moudrých rad. Děkujeme také Swork v Los Angeles a Nervous Dog Coffee v San Francisku za dávky kofeinu a bezdrát zdarma!

Dále bychom chtěly těmto následujícím drahým přátelům a bývalým kolegům z Fine Brand Media za jejich příspěvek k tomuto projektu: Janovi Schmidtovi, Willymu O'Brienovi a Elizabeth Wallerové. Udělali bychom velkou chybu, kdybychom také nepoděkovaly Davidu Brennanovi, který se během let stal našim pokusným SEO králikem. A rovněž děkujeme Richardu Bennionovi, který Gradivu nahnal do této branže.

Naštěstí jsou naše rodiny plné lidí s velkými jazykovými a technickými schopnostmi. Díky patří také Barbaře Goldové, Lauře Goldové, Margaret Morrisové a Alex Robinsonové za nápady, nadšení a celkovou podporu. Děkujeme také našim milovaným manželům Toddu Grapponovi a Lowellu Robinsonovi za jejich lásku a podporu. Děkujeme také našim báječným dětem za to, že tuto knihu učinili součástí svých každodenních životů. Ano, Bennete, v této knize jsou obrázky. Ano, Enzo, napsali jsme ji na počítačích. Ano, Jonah, také si můžeš zmáčknout nějaká tlačítka. Ano, Zeharo, maminka se ti vrátí. Všechny vás milujeme.

## 0 autorkách

Jennifer Grappone pracuje v Los Angeles jako SEO konzultant. Její práce přinesla spoustu cílených hitů a spokojenosti klientům z mnoha oblastí jako jsou např. zábavní průmysl a software. Jennifer začínala jako autorka/produkční/režisérka videí pro různé společnosti. Následně se stala projektovou manažerkou rozsáhlých webových projektů a v roce 2000 se začala výlučně věnovat SEO. Jennifer je zastánkyní holistického přístupu k SEO, který kombinuje prvky pro kvalitní text, použitelnost, tvorbu odkazů a designu, který je přátelský k vyhledávači. Jennifer často naleznete shrbenou nad notebookem v některé z kaváren v severovýchodní části LA. Můžete se u ní kdykoliv zastavit a pozdravit ji!

Gradiva Couzin pracuje v SEO již od roku 1998. Od té doby vylepšila postavení webů ve vyhledávacích mnoha organizacím – od malých firem s omezeným rozpočtem až po firmy nacházející se v žebříčku Fortune 500. Její SEO strategie má úspěch díky tomu, že se neustále snaží o to, aby uživatelé našli právě ty webové prezentace, které hledají. Díky zkušenostem ze stavebního inženýrství a s vývojem webů a databází, má Gradiva ráda technickou stránku SEO, přičemž velmi ráda dělá prostředníka v komunikaci mezi techniky a všemi ostatními. Je také vynikající umělkyní a na objednávku vytváří portréty. Gradiva žije a pracuje v Bernal Heights u San Francisca. Má manžela a dvě malé děti.

# Obsah

Poděkování	3
O autorkách	4
Úvod	12
Proč právě SEO?	12
Proč hodinu denně?	13
Za jak dlouho uvidím výsledky?	14
Komu je tato kniha určena	14
Co tato kniha obsahuje	15
Webová stránka k této knize	16
Konvence použité v této knize	17

## Část I      Základy 19

### Kapitola 1      Stanovení cílů 21

---

Co je SEO?	22
Potřebuji SEO pro svůj web?	22
Jaké jsou obecné cíle mého byznysu?	23
Jaké funkce náš web poskytuje?	24
Jak se můj web spojuje s cíli mého podnikání?	26
Dostanete SEO kampaň jakou chcete? Málokdy	27
Některá dočasná řešení	27
Kdo má být návštěvníkem mého webu?	28
Co chci, aby návštěvníci na mých stránkách dělali?	30
Které stránky by uživatelé měli navštěvovat nejvíce?	32
Jak změřím úspěch SEO kampaně?	34
Nebudete podporovat ztracenou záležitost	34
Sledování výsledků vám pomůže udržet si vaši práci	35
Sledování výsledků vám pomůže zůstat v obraze	35

### Kapitola 2      Přizpůsobení strategie 37

---

Je to váš SEO plán	38
--------------------	----

B2B	38
B2C	39
Velká organizace	40
Malá organizace	43
Kamenný obchod	46
Blogger	48
Neziskové organizace	51

### **Kapitola 3      Věčné pravdy o SEO      55**

---

Práce robotů	56
Výsledky vyhledávání jsou promíchané	57
Katalogy	57
Platba za klik	58
RSS kanály	59
Metavyhledávače	59
Změny v algoritmech	59
Lidé jsou chytrí – počítače ne	61
Na textu záleží	61
Klíčový je výběr klíčových slov	62
Není to jenom o hodnocení	66
Hodnocení se mění	67
Vyhledávače nemají rády podvody	69
SEO není mozková chirurgie	70

### **Kapitola 4      Jak dnes pracují vyhledávače      73**

---

Honba za nynějškem	74
Základní informace o Google	74
Další důležití hráči: Yahoo!, MSN, AOL, Ask	76
Yahoo!	77
MSN	79
AOL	80
Ask	81
Složky organického hodnocení	82
Placené umístění	85

PPC reklama	86
Placené zařazení	88
SEO – číhání na trendy	88

## **Část II                      Strategie                      91**

### **Kapitola 5                      Zapojte svůj tým                      93**

Sestavení SEO týmu	94
Marketing, prodej a styk s veřejností	96
Marketing: SEO VIP	96
Jak prodat SEO prodejcům	98
SEO a oddělení pro styk s veřejností mohou být kamarádi	98
IT, webmasteri a programátoři	101
Komunikace s IT oddělením	102
Jak se vypořádat s pracovním vytížením	103
Jak může SEO prospět IT	104
Grafici	104
Oceňujte práci grafiků	105
Vzdělávejte a posilujte	105
Snažte se o oficialitu	107
Textaři a redaktoři	107
Vedoucí pracovníci a manažeři pro řízení výroby a prodeje	108

### **Kapitola 6                      Jednoměsíční příprava: počáteční stav a klíčová slova                      111**

Zásobárna vašich SEO nápadů	112
Týden 1 – klíčová slova	113
Pondělí: kontrola klíčových slov	114
Úterý: zdroje pro rozšíření a vylepšení vašich klíčových slov	117
Středa: nástroje na zkoumání klíčových slov	119
Čtvrtek: shromažďování údajů o klíčových slovech	122
Pátek: váš krátký seznam	127
Týden 2 – počáteční zhodnocení	131
Pondělí: konverze	131
Úterý: hodnocení	132

Středa: indexované stránky	134
Čtvrtek: zpětné odkazy	136
Pátek: ohodnocení stránek	137
Týden 3 – konkurence	138
Pondělí: určete svých pět největších konkurentů	138
Úterý: špehovací nástroje a techniky	140
Středa: zhodnocení faktorů souvisejících přímo se stránkou	142
Čtvrtek: zhodnocení faktorů nesouvisejících přímo se stránkou	144
Pátek: placená konkurence	146
Týden 4 – základní každoměsíční zpráva	147
Pondělí: klíčová slova, cílové stránky a konkurence	148
Úterý: viditelnost webu	149
Středa: konverze a červené praporky	151
Čtvrtek: personalizace	153
Pátek: rychlé odkazy	154

## **Část III      Váš SEO plán      155**

### **Kapitola 7      První měsíc: pořádně to rozjedťe      157**

---

Týden 1 – základní optimalizace webu	158
Pondělí: názvy stránek	159
Úterý: prvky <meta>	161
Středa: rekapitulace práce robotů	164
Čtvrtek: text stránky	165
Pátek: implementace změn	166
Týden 2 – budování odkazů	167
Pondělí: vaše existující odkazy	168
Úterý: registrace do katalogů	170
Středa: hledání dalších možností pro odkazy	174
Čtvrtek: jak psát dopisy s žádostmi o odkazy	177
Pátek: odešlete své dopisy	179
Týden 3 – založení PPC účtu	180
Pondělí: studovna	181
Úterý: příprava klíčových slov pro PPC	183



Středa: jak psát text reklamy	188
Čtvrtek: vložení dat do PPC systému	189
Pátek: start vaší PPC kampaně	189
Týden 4 – kontrola viditelnosti a každoměsíční zpráva	191
Pondělí: kontrola organického postavení	191
Úterý: kontrola odkazů	193
Středa: kontrola konverzí	194
Čtvrtek: sledování PPC reklam	195
Pátek: podněty k akcím	197

## **Kapitola 8      Druhý měsíc: upevněte své zvyky      199**

Týden 5 – vylepšení struktury webu	200
Pondělí: očima robotů	200
Úterý: vytvoření mapy webu	202
Středa: odstranění ošklivých záznamů	204
Čtvrtek: soubor robots.txt	207
Pátek: rychlá kontrola PPC	210
Týden 6 – sledování konverzí	211
Pondělí: sledování PPC konverzí	211
Úterý: základní statistiky serveru	214
Středa: sledování online konverzí	217
Čtvrtek: sledování offline konverzí	221
Pátek: rychlá kontrola PPC a budování odkazů	223
Týden 7 – výzkum a vývoj	224
Pondělí: SEO novinky a trendy	224
Úterý: zkoumání deníku úkolů	228
Středa: mezinárodní a lokální vyhledávání	228
Čtvrtek: hledání produktů, cen a multimédií	233
Pátek: rychlá kontrola PPC a budování odkazů	235
Týden 8 – kontrola viditelnosti a každoměsíční zpráva	236
Pondělí: kontrola organického statusu	236
Úterý: kontrola odkazů	238
Středa: kontrola konverzí a zlepšování obrazu společnosti	239
Čtvrtek: sledování PPC reklam	240

## **Kapitola 9      Třetí měsíc: SEO jako životní styl      243**

Týden 9 – budování obsahu	244
Pondělí: objevte obsah, který již na stránkách máte	244
Úterý: vytváření nového obsahu	247
Středa: optimalizace ne-HTML dokumentů	250
Čtvrtek: zloději obsahu	253
Pátek: rychlá kontrola PPC a budování odkazů	254
Týden 10 – PPC a ROI	255
Pondělí: kontrola duševního zdraví v PPC	256
Úterý: organická jablka a hrušky	259
Středa: A/B testování	263
Čtvrtek: uzavření cyklu PPC ROI	265
Pátek: rychlá kontrola PPC a budování odkazů	266
Týden 11 – jaký je váš problém?	267
Pondělí: nový web, nové problémy	267
Úterý: úpravy textu pro vylepšení výstřižků ve vyhledávačích	269
Středa: zkontrolujte svůj tým	272
Čtvrtek: zajímavé nástroje pro zhodnocení stránek	273
Pátek: rychlá kontrola PPC a budování odkazů	275
Týden 12 – kontrola viditelnosti a čtvrtletní zpráva	275
Pondělí: kontrola organického statusu	276
Úterý: kontrola odkazů	278
Středa: kontrola konverzí a zlepšování obrazu společnosti	279
Čtvrtek: sledování PPC reklam	280
Pátek: podněty k akci	282
Co nás čeká – vydejte se svou vlastní cestou	283

## **Kapitola 10      Body navíc a lenošení bez pocitu viny      285**

Jak správně lenořit	286
Nápady pro zredukování pracovní zátěže v SEO	287
Jak neustále získávat body navíc	289
Každodenní úkoly za body navíc	289

Jednoměsíční příprava, týden 1, úterý: interní vyhledávací funkce	290
Jednoměsíční příprava, týden 3, pátek: kontrola vašich konkurentů v katalogích	291
Váš SEO plán, týden 4, pondělí: roboti navštěvující vaše stránky	291
Váš SEO plán, týden 5, úterý: Google Sitemaps	292
Váš SEO plán, týden 7, úterý: zkoumání deníku úkolů	293
Váš SEO plán, týden 9, pondělí: optimalizace tiskových zpráv	294
Váš SEO plán, týden 9, středa: jak vyhledávače vidí ne-HTML dokumenty	295
Váš SEO plán, týden 9: čtvrtek: zloději obsahu	296
Váš SEO plán, týden 12: pondělí: kontrola dalších klíčových slov	296

## **Příloha A** **297**

## **Slovníček pojmů** **309**

## **Rejstřík** **317**

# Úvod

Jak váš web spolupracuje s vyhledávacími stroji? Nepotřebuje trochu pomoci? Pokud ano, držíte tu správnou knihu. Tato kniha vás provede všemi kroky nutnými k tomu, abyste dosáhli jednoho velmi důležitého cíle. Tímto cílem je přítomnost vašeho webu v nejvýznamnějších vyhledávacích serverech. Kniha neobsahuje žádná tajemství nebo triky, ale obyčejné praktické rady, které vám pomohou se dostat tam, kam chcete. A s trochou štěstí přitom zažijete i spoustu zábavy!

Pokud byste přemýšleli o osobě, o které byste nejvíce chtěli, aby navštěvovala váš web, kdo by to byl? Inzerent v tradičních médiích (tzn. v televizi, časopisech nebo novinách) by takovou osobu mohl popsat pomocí následujících termínů: 18 nebo 24 let? Muž, nebo žena? Bohatý, nebo chudý? Ve světě vyhledávání je to ovšem trochu jinak. Uvažujeme takto:

## ***Perla moudrosti***

*Osoba, o které nejvíce chcete, aby našla váš web, je právě tou osobou, která vás hledá!*

Kdo může být lepším cílovým publikem, než ten, kdo se snaží najít vaši společnost, váš produkt vaši službu, nebo ten druh informací, který se nachází na vašem webu? Trik samozřejmě spočívá ve vypátrání těchto lidí a v následném vytvoření mimořádně zacílené informace, kterou umístíte tam, kde ji snadno naleznou.

Optimalizace vyhledávacích strojů (SEO, Search Engine Optimization) zahrnuje široké spektrum úloh, které zlepšují přítomnost webů na vyhledávacích strojích. Je možné, že jste již slyšeli některé termíny z oblasti SEO (např. značka <meta>, hustota klíčových slova nebo PageRank), nicméně nevíte, co přesně znamenají, když jsou spojeny do jednoho významového celku. A proto přichází tato kniha!

## Proč právě SEO?

Existuje spousta dobrých důvodů k tomu, abychom se zabývali touto technologií pro vaše webové stránky. Následující skutečnosti pro vás mohou být velmi přesvědčivé:

- Průzkum z roku 2004 ohledně nákupních rozhodnutí v oblasti B2B (business-to-business) zjistil, že celkem 63,9 % respondentů použilo při vyhledávání určitého produktu nebo služby nějaký vyhledávací server (zdroj: Enqiro/MarketingSherpa).
- Výzkum, který byl proveden v roce 2005 konzultační firmou OnUpWeb.com zabývající se vyhledávacími servery, ukázal, že weby, které se nachází na prvních deseti pozicích v Google, zvýšily během prvního měsíce svoji návštěvnost pětikrát oproti původní hodnotě.
- Průzkum, který byl proveden v roce 2005 firmou Crossing zabývající se marketingovými průzkumy, zjistil, že pro vyhledávání produktů a služeb v případě online nakupování se nejčastěji používají vyhledávací služby. Tento výzkum dále zjistil, že celkem 74 % zájemců po-

užívá vyhledávací servery pro nalezení požadovaných produktů a 54 % k vyhledání webů, na kterých je možné dané produkty zakoupit.

Pokud vás tyto skutečnosti nepřesvědčily, abyste se začali o SEO více zajímat, zkuste se jím zabývat alespoň proto, abyste návštěvníky webových stránek neposílali k vašim konkurentům jako na stříbrném podnose! Zde je několik situací, které vám SEO může pomoci vyřešit:

- Potenciální zákazník se snaží nalézt vaše telefonní číslo, aby vám mohl zavolat. Pokusí se vaši společnost vyhledat podle názvu nějakého vašeho produktu. Narazí ovšem na vašeho konkurenta, takže nezavolá vám, ale jemu.
- Dobrou zprávou je, že váš web se nachází na první pozici v Google! Špatnou zprávou ovšem je, že vaše postavení jedničky je zcela promarněno nějakým nudným dokumentem ve formátu PDF, o kterém jste ani nevěděli, že se nachází na vašem webu!
- Blahopřejeme – během několika posledních let jste pro vaši webou prezentaci nashromáždili celkem 157 velmi kvalitních zpětných odkazů! Ovšem kvůli posledním velkým úpravám vašeho webu směřuje těchto 157 odkazů na již neexistující webové stránky (chyba 404).

Na SEO je nejlepší to, že pokud je provedeno korektně (což znamená, že budete postupovat podle našich doporučení v této knize), budete z toho mít prospěch nejenom vy, ale také vaši zákazníci!

### ***Perla moudrosti***

*Dobře provedené SEO pomáhá lidem najít přesně to, co chtějí najít.*

A jak toho dosáhnout? Poskytnutím přímé cesty pro naplnění potřeb potenciálních zákazníků. Pokud zajistíte, že vaše sdělení bude jednoduché, přesné a aktuální, dostane se k těm správným lidem!

## **Proč hodinu denně?**

SEO může velmi snadno zaplnit všechny hodiny, které mu můžete věnovat, takže si sdělme následující nepříjemnou pravdu: dobře provedené SEO vyžaduje práci – mnoho práce. Je ovšem velmi pravděpodobné, že nyní se zajímáte především o to, jak se SEO strávit co nejméně času.

SEO je beztvářá úloha s otevřeným koncem. Obsahuje široké spektrum aktivit, které sahají od editace HTML kódu až po prohlížení blogů na internetu. Je sice nemožné se naučit všechny aspekty SEO naráz, ale začít bez nějakého předem připraveného plánu rovněž nepatří mezi dobré nápady. Ve vašem zaměstnání máte nepochybně dost práce, takže na SEO vám nezbyvá moc času. Ale to nevádí! Nejlepší způsob, jak zvládnout problematiku SEO, spočívá v tom, že si vyhrnete rukávy a začnete hned teď něco dělat. Stačí hodina denně! Dokončete každý den jednu úlohu ze SEO a brzy uvidíte skutečné výsledky.

Když si rozdělíte vaši SEO kampaň na malé hodinové kousíčky, budete mít čas si zvyknout na SEO a vstřebat nové věci. Hodina denně stačí, abyste se stihli postarat o vaše každodenní SEO úkoly. Zbytek dne můžete věnovat své hlavní práci a ve volných chvílích přemýšlet o SEO.

## Za jak dlouho uvidím výsledky?

Proces SEO v sobě nese spoustu čekání – čekání, až vyhledávací server navštíví váš web, čekání na reakci jiných webů, čekání na vaše spolupracovníky, kteří mají za úkol upravit HTML kód nějaké stránky. Protože nikdo nechce čekat, nikdo nám nevěří, když říkáme následující:

### **Perla moudrosti**

*Věřte tomu. SEO vyžaduje vytrvalost. Hodně vytrvalosti.*

Tato kniha vás připraví na dlouhý proces. S námi projdete přípravným měsícem, ve kterém si připravíte všechno, co budete potřebovat pro svou úspěšnou SEO kampaň. Pak společně spustíme váš SEO plán, což je přizpůsobitelná každodenní rutina, která je zaměřena na zvýšení provozu vašeho webu a jeho prezentaci ve vyhledávacích serverech. Tento SEO plán sice trvá tři měsíce, ale výsledky můžete vidět už během několika málo dnů.

Po třech měsících usilovné snahy bude mít váš web solidní základy optimalizace. Vaše SEO kampaň bude samozřejmě pokračovat dále a bude se stále více a více přizpůsobovat vašim potřebám a strategiím. Budete mít k dispozici vhodné analýzy, které vám řeknou, jaké strategie fungují a jaké ne. Díky tomu se budete moci vyhnout slepým uličkám a nasměrovat své úsilí správným směrem.

Ještě důležitější ovšem je, že po třech měsících práce podle našeho SEO plánu budete zkušeným znalcem vyhledávacích serveru. Už nebudete muset plnit námi nařízené každodenní úkoly, protože půjdete svou vlastní cestou. Díky vašim vlastním návykům a nástrojům, které budete mít k dispozici, budete schopni udržet svou kampaň v běhu a případně naučit něco nového i nás.

## Komu je tato kniha určena

SEO není obtížné. Není to věda o raketoplánech a nevyžaduje vysokou školu v oblasti marketingu nebo designu. I když SEO není těžké, může být pro vás docela nudné. Vyžaduje pracovitost a organizaci. SEO plán v této knize bude fungovat u každého čtenáře této knihy, který bude ochoten splnit denní hodinový závazek. Nabízíme speciální rady pro:

- Malé organizace.
- Velké organizace.
- Organizace jednoho člověka.
- Business to business (B2B).
- Business to consumer (B2C).
- Nevýdělečné organizace.
- Bloggery.
- Weby určené pro dospělé.

Na vašem webu nemusíte prodávat žádné zboží, aby SEO pro vás mohlo být užitečné! Všechno, co potřebujete, jsou nějaké webové stránky, u kterých je žádoucí co nejvyšší návštěvnost.

I v případě, že uvažujete o outsourcingu některých SEO úloh, je dobré se s nimi seznámit ještě předtím, než někomu zaplatíte za jejich převzetí. Nemáme absolutně nic proti firmám, které si najímají odborníky na SEO (takové firmy totiž reprezentují naše chleboďárce), ale nikdo nezná váš byznys lépe než vy. Snažte se, aby vás nějaká podvodná SEO firma neopila rohlíkem.

Protože nemáme rádi slangové výrazy, budeme se snažit jim vyhnout – samozřejmě kromě případů, kdy vám nějaké představíme, abyste mohli zapůsobit na ostatní. Pomocí této knihy se naučíte nezbytným základům a nebudete ztrácet čas úlohami, které nemají úspěšný konec. V této knize jsme se snažili udržet rovnováhu mezi obecně platnými znalostmi a mezi znalostmi, které se vztahují k danému okamžiku. Víme, že máte spoustu práce a tomu je přizpůsobena tato kniha.

## Co tato kniha obsahuje

Srdcem této knihy je SEO plán, což je každodenní program trvající tři měsíce, který je určen pro zlepšení viditelnosti vašeho webu ve vyhledávacích a pro zvýšení cíleného provozu. Jednotlivé dny jsme rozdělili na úlohy, u kterých předpokládáme, že přibližně zaberou jednu hodinu vašeho času. Zpracování jednotlivých úloh samozřejmě může zabrat i více (nebo méně) vašeho času – v závislosti na různých okolnostech, vašich znalostech dané problematiky a struktuře vašeho webu.

Náš společný plán začíná předběžným plánováním a informacemi, které budete potřebovat k jeho úspěšnému dokončení. To znamená, že tuto knihu byste měli číst od začátku a postupně pracovat na jednotlivých částech plánu.

V knize naleznete následující kapitoly:

### Část I – Základy

- **Kapitola 1. Stanovení cílů.** Nevtrávným způsobem vám pomůže si vytvořit názor na vaši webovou prezentaci a na cíle, kterých chcete dosáhnout.
- **Kapitola 2. Přizpůsobení strategie.** Poskytne vodítka pro přizpůsobení SEO plánu takovým způsobem, aby odpovídal potřebám různých druhů organizací.
- **Kapitola 3. Věčné pravdy o SEO.** Přináší přehled dlouhodobě platných a obecných faktorů ohledně efektivní optimalizace vyhledávacích strojů. Pro dlouhodobý úspěch vašeho SEO je nezbytné si tyto věčné pravdy o SEO dobře zapamatovat.
- **Kapitola 4. Jak dnes pracují vyhledávače.** Obraz současného vyhledávacího světa.

### Část II – Strategie

- **Kapitola 5. Zapojte svůj tým.** Nabízí rady, jak se vyhnout neúspěchům uvnitř vaší organizace, které jsou v případě SEO bohužel velmi časté.

- **Kapitola 6. Jednoměsíční příprava: počáteční stav a klíčová slova.** Celá tato kapitola je o přípravě. Zabývá se výzkumem, organizací a stanovením směru pro váš SEO plán. Na této cestě vám pomůže několik pracovních sešitů, které jsou v této kapitole představeny.

### Část III – Váš SEO plán

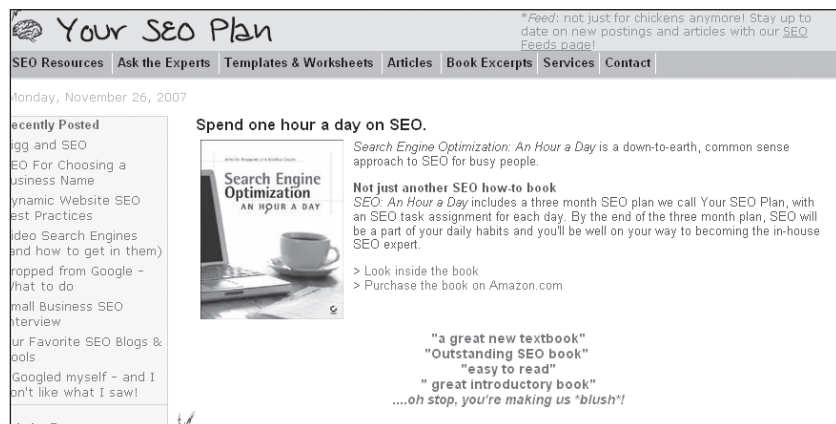
- **Kapitola 7. První měsíc: pořádně to rozjedte.** Rozjede váš SEO plán. Popisuje nejenom základní optimalizaci webu, ale také budování zpětných odkazů, či úkony nutné pro odstartování vaší první PPC kampaně (tzn. kampaně, která je založena na platbách za kliknutí).
- **Kapitola 8. Druhý měsíc: upevněte své zvyky.** Ukáže vám, jak využít strukturu vašeho webu pro SEO, naučí vás ty nejlepší návyky, abyste mohli pokračovat v zažitých trendech a pomůže vám vybrat nejdůležitější metody pro sledování a měření vašich úspěchů v SEO.
- **Kapitola 9. Třetí měsíc: SEO jako způsob života.** Vaši SEO kampaň posunete dále s využitím nového obsahu, zlepšováním návratnosti vašich investic a řešením mnoha problémů.
- **Kapitola 10. Body navíc a lenošení bez pocitu viny.** Obsahuje praktické tipy pro snížení vašeho pracovního nasazení, pokud je váš SEO plán trochu jiný. Dále vám pomůže pokročit více v oblastech, o které se zajímáte více.

## Webová stránka k této knize

Všechny informace, které jsou obsaženy v této knize, doplňuje naše webová stránka na adrese:

<http://www.yourseoplan.com>.

Na této adrese je možné stáhnout všechny pracovní sešity, které potřebujete pro váš SEO plán. Také zde naleznete mnoho užitečných tipů a odkazů na webové stránky zabývající se problematikou SEO. I když zde nezveřejňujeme všechny stránky o SEO na světě, snažíme se tento web neustále aktualizovat a poskytovat odpovědi na vaše otázky. Věříme, že tento web shledáte užitečným.



**Obrázek 1.1** Doprovodný web [www.yourseoplan.com](http://www.yourseoplan.com).



## Konvence použité v této knize

V knize je použito několik následujících rámečků, kterým byste měli věnovat pozornost.

### ***Názor levé a pravé poloviny mozku***

*Protože jsme společně pracovali blízko sebe po mnoho let, někdy to může vypadat, že naše mozky jsou už totálně vyhořelé. Gradiva Couzin má tendenci být "levou polovinou" našeho společného SEO mozku – je logická, zdatná v matematice a má analytické schopnosti za nás oba. Jennifer Grappone je naopak tou "pravou polovinou mozku" – má talent pro psaní a upřednostňuje spíše kreativní aspekty SEO. Na jedné věci se ovšem shodneme oba: dobré SEO vyžaduje zapojit obě části vašeho mozku. V průběhu této knihy budeme tento šedý rámeček s názory našeho společného SEO mozku zveřejňovat pokaždé, když bude potřeba podívat se na nějaký problém ze dvou stran.*

### ***Perla moudrosti***

*Tato perla představuje speciální tip nebo vědomost, která vám může být hodně užitečná.*

### ***Provedte nyní!***

*Rámeček "Provedte nyní!" popisuje nějakou úlohu SEO, kterou je potřeba vykonat. Když na ni narazíte, je čas zavřít knihu a dát se do práce!*

