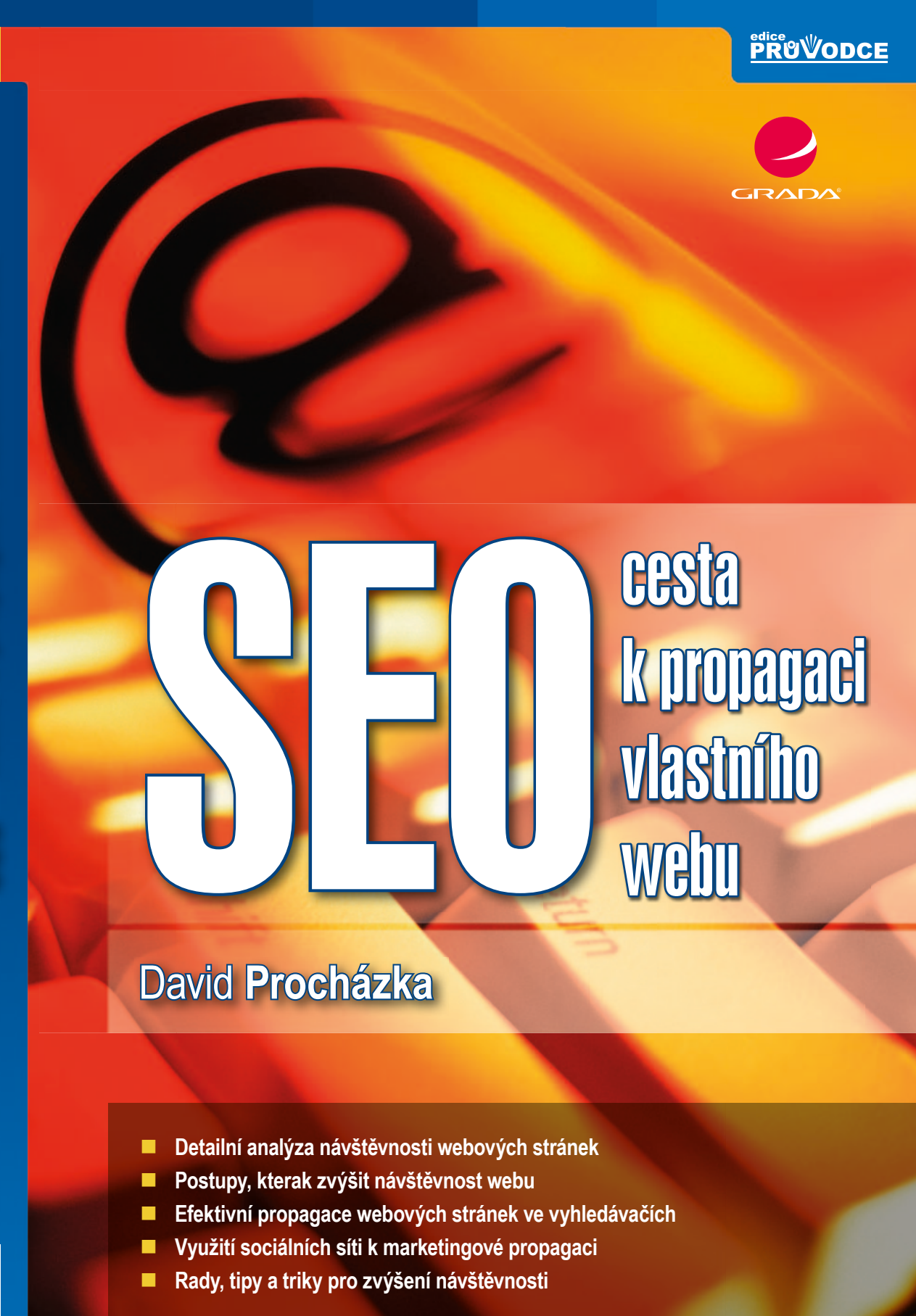
edice PRŮVODCE

GRADA



SEO

cesta k propagaci vlastního webu

David Procházka

- Detailní analýza návštěvnosti webových stránek
- Postupy, kterak zvýšit návštěvnost webu
- Efektivní propagace webových stránek ve vyhledávačích
- Využití sociálních síti k marketingové propagaci
- Rady, tipy a triky pro zvýšení návštěvnosti

GRADA

edice PRŮVODCE

SEO

cesta k propagaci vlastního webu

David **Procházka**

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy
Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

SEO
cesta k propagaci vlastního webu

Autor: **David Procházka**

© Grada Publishing, a.s., 2012
Cover Design © Grada Publishing, a.s.
Cover Photo © fotobanka allphoto

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, Praha 7
jako svou 4749. publikaci
Odpovědný redaktor Ing. Pavel Němeček
Sazba a zlom Tomáš Brejcha
Počet stran 152

1. vydání, Praha, Grada Publishing, a.s., 2012

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a. s.

V knize použité názvy programových produktů, firem apod. mohou být ochrannými známkami nebo registrovanými ochrannými známkami příslušných vlastníků.

ISBN 978-80-247-4222-9 (tištěná verze)
ISBN 978-80-247-7893-8 (elektronická verze ve formátu PDF)
ISBN 978-80-247-7894-5 (elektronická verze ve formátu EPUB)

Obsah

Úvod ... 11
O autorovi ... 12

1. Zorientujte se na internetu

1.1 Několik slov o internetu ... 13
1.1.1 Co je to internet ... 13
1.1.2 Důležité mezníky ve vývoji internetu ... 14
1.1.3 Internetový protokol TCP/IP ... 15
1.1.4 Identifikace počítačů v internetu ... 15
1.1.5 Protokol HTTP – hypertext ... 17
1.1.6 WWW a brouzdání ... 17
1.2 Základní pojmy a zkratky ... 17
1.3 Webhosting a FTP připojení ... 21
1.3.1 Doména aneb adresa stránek ... 21
1.3.2 Výběr webhostingu ... 21
1.3.3 FTP protokol ... 22
1.3.4 Zkušební bezplatný webhosting ... 23
1.4 Software potřebný pro vytváření webových projektů ... 25
1.4.1 HTML a PHP editory ... 25
1.4.2 Grafické aplikace ... 26
1.4.3 FTP klient ... 27
1.4.4 Internetové prohlížeče ... 27
1.4.5 Testovací programy ... 27
1.5 Validita a internetové prohlížeče ... 27
1.5.1 Validní vs. Invalidní kód ... 27
1.5.2 K čemu slouží validace webu? ... 28
1.5.3 Testujeme, zda jsou stránky validní ... 28

2. Základy SEO optimalizace

2.1 Co je to SEO a k čemu slouží ... 29
2.2 Mety, kterých lze pomocí SEO dosáhnout ... 30
2.3 Analýza webu a jeho návštěvnosti ... 31
2.4 Katalog vs. vyhledávač ... 33
2.4.1 Definice katalogu ... 33
2.4.2 Jak katalogy řadí webové stránky ... 34
2.4.3 Vyhledávače jsou důležitější ... 34
2.5 Nejvýznamnější vyhledavače ... 35
2.5.1 Seznam ... 35
2.5.2 Google ... 36
2.5.3 Centrum ... 37
2.5.4 Vyhledávače na Slovensku ... 37
2.5.5 Tržní podíl vyhledávačů v ČR ... 37

2.6 Hodnocení vašeho webu ... 38
2.6.1 Google PageRank ... 38
2.6.2 Seznam S-rank ... 38
2.6.3 S jakým PageRank indexem lze počítat ... 39
2.6.4 Kde si lze vyzkoušet hodnocení vlastního webu ... 39
2.7 Přehled metod SEO optimalizace ... 40
2.7.1 Optimalizace webové stránky v XHTML ... 40
2.7.2 Budování zpětných odkazů ... 40
2.7.3 Tvorba a publikace PR článků ... 41
2.7.4 Reklamní systémy ... 42
2.7.5 Budování analytického systému ... 42
2.7.6 Následná péče o web a návštěvníky ... 43
2.7.7 Využití sociálních sítí ... 44
2.8 Zakázané metody SEO optimalizace ... 44
2.8.1 Skrytý text či odkazy ... 44
2.8.2 Často opakovaná a zavádějící slova ... 44
2.8.3 Odkazové farmy a přesměrování ... 45
2.8.4 Doorway stránky ... 45
2.8.5 Duplicitní stránky ... 46
2.8.6 Další manipulační taktiky s negativním dopadem ... 46
2.8.7 Spam report – hlášení neetické techniky ... 46
2.9 Co byste měli znát, než začnete optimalizovat ... 46
2.9.1 Co jsou to pavouci a jak pracují ... 47
2.9.2 Jak rychle bude vaše stránka zařazena do vyhledávače ... 47
2.9.3 Jak je sestaven popis webu ve vyhledávačích ... 47
2.9.4 Faktory ovlivňující pozici ve vyhledávání ... 48

3. Rychlokurz tvorby XHTML stránek

3.1 Zdrojový kód HTML stránek ve značkách ... 49
3.1.1 Značky neboli tagy ... 49
3.1.2 Párové vs. nepárové značky ... 49
3.2 Základní struktura HTML stránky ... 50
3.3 Práce s textem ... 52
3.3.1 Práce s odstavci ... 52
3.3.2 Zvýraznění písma ... 53
3.3.3 Fonty a velikost písma ... 53
3.3.4 Nadpisy ... 54
3.4 Hypertextové odkazy ... 54
3.5 Využití barevných palet ... 55
3.5.1 Nastavení barev pro celou stránku ... 56
3.6 Obrázky ... 56
3.6.1 Základní umístění obrázku ... 56
3.6.2 Zarovnání obrázku a textu ... 57
3.6.3 Velikost obrázku ... 59

3.6.4 Titulek obrázku a alternativní text ... 59
3.6.5 Rámeček okolo obrázku ... 59
3.6.6 Okraje okolo obrázku ... 60

4. Praktická tvorba webové stránky
4.1 Co budeme potřebovat ... 61
4.2 Příprava prostředí a programů ... 61
4.2.1 Prostředí na pevném disku ... 62
4.2.2 Internetové prohlížeče ... 62
4.2.3 Editor HTML stránek ... 63
4.2.4 Správce souborů s podporou FTP ... 64
4.3 Začínáme tvořit ... 64
4.3.1 Složky a soubory ... 64
4.3.2 Založení souboru index.html, práce s hlavičkou ... 65
4.3.3 Vložení a naformátování textů a odkazů ... 67
4.3.4 Vložení obrázku – fotografie ... 68
4.3.5 Zpracování jednoduché tabulky ... 69
4.4 Kontrola výsledků ... 71
4.5 Vylepšujeme základní stránku ... 73
4.6 Integrace CSS stylů do první stránky ... 73
4.6.1 Úprava těla stránky pomocí CSS ... 74
4.6.2 Změna formátu nadpisů ... 74
4.6.3 Odkazy a jejich chování ... 75
4.6.4 Úprava obrázku ... 75
4.6.5 Úprava vložené tabulky ... 75
4.6.6 Asociace stylu s určitým prvkem ... 76
4.7 Výsledná první stránka včetně CSS stylu ... 76
4.7.1 Index.html ... 76
4.7.2 Styl.css ... 77

5. Příprava optimalizace webu
5.1 Výběr klíčových slov ... 79
5.1.1 Konkurenceschopnost klíčových slov ... 80
5.1.2 Stop slova ... 80
5.1.3 Klíčová slova, která škodí ... 80
5.2 Našeptávač vyhledávačů ... 81
5.3 Frekvence hledanosti ... 81
5.4 Konkurenční prostředí ... 81
5.5 Google AdWords ... 82
5.6 Návštěvnost neboli traffic ... 83
5.7 Konverzní poměr ... 83

6. Optimalizace webu v XHTML kódu

6.1 Začínáme optimalizovat ... 85
6.2 Klíčová slova ... 85
6.3 Metadata a hlavička ... 86
6.3.1 Titulek stránky ... 86
6.3.2 Popisná značka Description ... 87
6.4 XHTML elementy v těle stránky ... 88
6.4.1 Nadpisy ... 88
6.4.2 Tučný a zvýrazněný text ... 89
6.4.3 Popisky obrázků ... 89
6.4.4 Odkazy ... 89
6.4.5 Navigace ... 89
6.4.6 Rámy ... 90
6.5 Validita kódu ... 90
6.6 Forma URL adres ... 91
6.7 Robots.txt ... 91
6.8 Negativní prvky XHTML kódu ... 92

7. Budování zpětných odkazů

7.1 Úvod do zpětných odkazů ... 93
7.1.1 Na co nezapomenout ... 93
7.1.2 Vlastnosti zpětných odkazů ... 94
7.1.3 Když je odkazů mnoho ... 94
7.2 Kam umístit odkazy ... 95
7.3 Pokročilé techniky ... 98
7.4 Výměna odkazů ... 99
7.5 Nákup odkazů ... 100
7.6 Tipy a triky pro budování zpětných odkazů ... 100

8. Prostředky a služby pro další propagaci webu

8.1 Další bezplatné off-page faktory ... 105
8.1.1 Anchor Text ... 105
8.1.2 Tvorba PR textů ... 106
8.1.3 Tvorba produktové microsite ... 107
8.1.4 Vlastní blog ... 107
8.1.5 Sociální sítě ... 107
8.2 PPC systémy ... 108
8.2.1 PPC není pro každý web ... 109
8.2.2 Systémy PPC, které má smysl použít ... 109
8.2.3 Ceny a rozpočty ... 111
8.2.4 Sestavy a kampaně ... 112
8.2.5 Nasazení reklamní kampaně ... 112
8.2.6 Vyhodnocení reklamní kampaně ... 112

9. Analýza návštěvnosti webu

9.1 Výběr webového analytického softwaru ... 113
9.1.1 Výhody Gooogle Analytics ... 114
9.1.2 Nevýhody Google Analytics ... 114
9.2 Zavedení Google Analytics ... 115
9.2.1 Zřízení účtu ... 115
9.2.2 Rozdíly v počítání dat mezi AdWords a Analytics ... 115
9.2.3 Propojení účtů AdWords a Analytics ... 115
9.2.4 Vložení sledovacího kódu ... 116
9.2.5 Doba uchovávání nasbíraných dat a její změna ... 116
9.3 Ovládání Google Analytics ... 117
9.3.1 Řídicí panel ... 117
9.3.2 Export dat ... 117
9.3.3 Porovnávání údajů ... 117
9.3.4 Řazení metrik a interpretace dat ... 119
9.3.5 Zdroje provozu ... 119
9.4 Překryvná datamapa ... 120
9.4.1 Funkce překryvné mapy ... 120
9.4.2 Využití křížové segmentace ... 121
9.4.3 Překryvná datamapa v praxi ... 122
9.5 Cíle ... 123
9.5.1 Proč stanovit cíle ... 123
9.5.2 Nastavení cílů prakticky ... 123
9.5.3 Použití cílů ... 123
9.6 Přehled a teplotní mapa ... 124
9.6.1 Používání přehledu ... 124
9.6.2 Teplotní mapy ... 124
9.7 Sledování chybových stránek ... 125

10. Zakázaná propagace – neetické metody

10.1 Základní přehled nevhodných metod ... 127
10.2 Malý text, skrytý text a odkazy ... 129
10.3 Často opakovaná a klamná slova ... 129
10.4 Cloaking ... 129
10.5 Odkazové pole a farmy ... 130
10.6 Přesměrování ... 130
10.7 Doorway stránky ... 131
10.8 Duplicitní weby, stránky nebo domény ... 132
10.9 Další nekalé metody ... 132
10.10 Na co si dát pozor ... 133

11. Tipy pro správnou propagaci webu

11.1 Seznam konkurenčních webů 135
11.2 Seznam webů z vašeho oboru 135
11.3 Aktualizujte web velmi pravidelně 136
11.4 Diskuse fóra a blogy 136
11.5 Vytvoření stránky na Facebooku 137
11.6 Integrujte Facebook s webem 137
11.7 Zdůrazněte konkurenční zbraně 138
11.8 Akční slovesa 138
11.9 Zpětná vazba od návštěvníků 138
11.10 Seznam emailových adres 139
11.11 Budujte zpětné odkazy 139
11.12 Produkt zdarma 140
11.13 Šíření informací 141
11.14 Propagace webu mimo internet 141

Závěr 142
Užitečné odkazy a zdroje 143
Rejstřík 144

Úvod

Provoz vlastních webových stránek na internetu není tak úplně jednoduchou záležitostí, jak by se v dnešní době mohlo zdát. Pokud vlastníte osobní stránky, je vám vcelku jedno, kolik návštěvníků si váš web otevře. Berete webovou stránku jako svou virtuální vizitku. Pokud vám ale vaše webové stránky mají přivést nové zákazníky a potažmo peníze, pak se musíte zaměřit na jejich důslednou propagaci. Tato publikace je tedy určena všem provozovatelům webových stránek, kteří chtějí své stránky optimalizovat do podoby, která co možná nejvíce vyhovuje vyhledavačům a katalogům. Cílem je provést takové kroky, které zněkolikanásobí návštěvnost webu, e-shopu či jiné internetové služby.

Technologie Search Engine Optimization (zkráceně SEO) je metodika vytváření a upravování webových stránek takovým způsobem, aby jejich forma a obsah byly vhodné pro automatizované zpracování v internetových vyhledávačích. Cílem pak je získat ve výsledku hledání ve vyhledávačích, které odpovídá obsahu, pro danou webovou stránku vyšší pozici, a tím četnější a zároveň cílené návštěvníky. Tato publikace se zabývá komplexním pohledem na propagaci vlastních webových stránek na internetu za účelem maximalizace návštěvnosti. Zabývá se jak bezplatnými způsoby propagace a sledování návštěvnosti webových portálů, tak placenými službami velkých internetových vyhledávačů a katalogů.

Pokud chcete nad vyhledavači skutečně zvítězit a zajistit si maximální návštěvnost potencionálních zákazníků, pak musíte být dílem vývojář webových stránek, dílem datový analytik a dílem marketingový specialista. Se všemi oblastmi se vám ale v této publikaci pokusím co možná nejvíce pomoci.

O autorovi

David Procházka je vývojář specializovaných průmyslových aplikací ve společnosti VÍTKOVICE IT SOLUTIONS a.s., která spadá do strojařské skupiny VÍTKOVICE MACHINERY GROUP. V rámci své pracovní náplně pracuje s technologiemi PHP, XHTML, Javascript, ASP.NET či AJAX a s databázemi Oracle, MSSQL, Firebird a MySQL. Dále spravuje holdingový intranet a webové prezentace více než čtyřiceti dceřiných společností holdingu. V poslední době se zabývá vedením týmu programátorů nad produktem Microsoft Sharepoint. Autor absolvoval řadu školení, je držitelem certifikátů a účastní se meetingů v oblasti databází a programování. Mimo tuto činnost je také autorem několika odborných publikací a stovek článků v IT magazínech a na internetu.

1. Zorientujte se na internetu

První kapitola této publikace shrnuje základní informace o internetu, jeho historii, vývoji a zejména o technologiích, které se v souvislosti s vytvářením a údržbou webových aplikací nejčastěji skloňují. Dozvíte se v ní zejména základní standardy internetu a webových stránek. Nebudeme ale zabíhat do přílišných podrobností. Tato kapitola je tedy jakýsi odrazový můstek pro zvládnutí optimalizace vlastního webu.

1.1 Několik slov o internetu

Internet je velmi rozsáhlá počítačová síť, jejíž hierarchie se řídí určitými pravidly. V minulosti byl výsadou akademických a vědeckých pracovníků, běžní uživatelé se k jeho obsahu dostali jen výjimečně. Dnes jej používají děti, studenti, rodiny, důchodci, prostě všichni, kteří chtějí informovat a být informováni. Nemalé procento uživatelů internetu tvoří lidé, kteří chtějí komunikovat, přičemž internet jim poskytuje levnou a pohodlnou cestu ke spojení s celým světem.

Obrázek 1.1: Díky internetu jste spojeni s celým světem

1.1.1 Co je to internet

Internet je celosvětová počítačová síť, která spojuje jednotlivé menší sítě, pomocí sady protokolů zvaných IP (Internet Protocol). Pro upřesnění, protokolem je v počítačové terminologii myšlena soustava pravidel – obvykle tedy norma komunikace.

Název internet pochází z anglického jazyka, ze slova network (síť), podle něhož končily tradičně názvy amerických počítačových sítí – například Arpanet, a mezinárodní (původně latinské) předpony inter (mezi), vyjadřující, že internet propojil a vstřebal různé starší, dílčí, specializované, proprietární

a lokální sítě. Historie internetu je velice košatá a vydala by na samostatnou odbornou publikaci, proto se o ní zmíníme jen krátce.
Počátky internetu započaly u myšlenky vytvoření počítačové sítě, která by spolehlivě propojila strategické, vojenské, vládní a akademické počítače tak, aby zároveň dokázala přežít jaderný úder či jiné hrozby. Zájmem tvůrců bylo také to, aby síť byla co nejméně zranitelná. Byla navržena bez hlavního řídicího centra. Skládala se z řady vzájemně propojených uzlů rovnocenné důležitosti. Posílaná data se na dobu přenosu rozdělí na několik samostatných částí nazývaných pakety.
Každý z paketů je vybaven údajem o adresátovi a tvoří tak de facto autonomní zásilku, která cestuje k cíli samostatně, svou vlastní cestou, nezávisle na ostatních paketech. V případě zničení jedné z přenosových cest může paket bez problémů dojít k adresátovi alternativní cestou – přes zbývající zachovalé uzly. A to je vlastně základ koncepce internetu, jak ji známe dodnes.

Obrázek 1.2: Na internet se připojují lidé z různých končin Země

1.1.2 Důležité mezníky ve vývoji internetu

V období vývoje internetu od roku 1969 až po současnost docházelo k bouřlivému vývoji, technologickému postupu a aplikaci řady nových technologií. Uveďme si nyní výběr jen těch nejdůležitějších okamžiků.

1969 – vytvořena experimentální síť ARPANET, první pokusy s přepojováním uzlů
1972 – Ray Tomlinson vyvíjí první emailovou aplikaci
1980 – experimentální provoz protokolu TCP/IP v síti ARPANET
1984 – vyvinut DNS (Domain Name System)
1987 – vzniká označení sítě jako internet
1990 – končí ARPANET
1991 – nasazení WWW (World Wide Web) v evropské laboratoři CERN
1994 – internet přechází z rukou vědců do komerčního užití
1996 – překonáno 55 milionů uživatelů na světě
2000 – 250 milionů uživatelů
2006 – více než miliarda uživatelů
2008 – masivní rozvoj sociálních služeb (Facebook, Twitter)
2010 – více než dvě miliardy uživatelů
2011 – rozvoj cloudové platformy hostingových služeb

Obrázek 1.3: Arpanet začínal v době sálových počítačů

1.1.3 Internetový protokol TCP/IP

Protokolová struktura TCP/IP je definována jako sada protokolů pro komunikaci v počítačové síti, jež se využívá zejména na internetu, ale také v běžných počítačových sítích. Jde vlastně o komunikační protokol, což je množina pravidel, které určují podobu a význam jednotlivých zpráv při komunikaci. Vzhledem ke složitosti problémů je síťová komunikace rozdělena do tzv. vrstev, které znázorňují hierarchii činností. Výměna informací mezi vrstvami je přesně definována.

Každá vrstva využívá služeb vrstvy nižší a poskytuje své služby vrstvě vyšší. Celkový význam zkratky TCP/IP je Transmission Control Protocol/Internet Protocol. Komunikace mezi stejnými vrstvami dvou různých systémů je řízena komunikačním protokolem za použití spojení vytvořeného sousední nižší vrstvou. Architektura umožňuje možnost výměny protokolů jedné vrstvy bez dopadu na ostatní. Architektura TCP/IP je členěna do čtyř vrstev (na rozdíl od referenčního modelu ISO/OSI se sedmi vrstvami): aplikační vrstva (application layer), transportní vrstva (transport layer), síťová vrstva (network layer) a vrstva síťového rozhraní (network interface).

Obrázek 1.4: Sedm vrstev modelu ISO/OSI

1.1.4 Identifikace počítačů v internetu

Kterékoli síťové rozhraní komunikující prostřednictvím protokolu IP má přiřazeno jednoznačný identifikátor, tzv. IP adresu. IP adresa je v rámci internetu zásadní věcí a je dobré vědět, co IP znamená. V každém datagramu je pak uvedena IP adresa odesilatele i příjemce. Na základě IP adresy příjemce pak každý počítač na trase provádí rozhodnutí, jakým směrem paket odeslat, tzv. směrování (routing).

To mají na starosti zejména specializované stroje označované jako směrovače (routery). Pro snadnou orientaci byl zaveden systém pojmenování domén, tzv. DNS. Doménová jména se v tomto systému překládají na IP adresy a naopak. Použitelnost je mnohem lepší, uživatelé si nemusejí pamatovat dlouhá čísla, pamatují si názvy.

Domény

Domény jsou vlastně IP adresy převedené na text. Jméno počítače se skládá z domén oddělených tečkou, např. *http://mail.volny.cz*. Doména nejvyšší úrovně je vpravo (cz), doména druhé úrovně je vlevo od ní (volny) a určuje název organizace, 3. úroveň určuje název počítače v rámci organizace apod. Doména první úrovně určuje skupinu podle země nebo kategorie (cz – Česká republika, us – USA, com – komerční organizace, edu – vzdělávací instituce, gov – vládní stránky, mil – vojenské stránky atd.).

Obrázek 1.5: Zápis WWW adresy do prohlížeče internetu