

Stručný obsah

Úvod	17
Základy SEO	19
Klíčová slova	29
Vyhledávače podrobněji	35
Optimalizace stránek ve zdrojovém kódu	49
Domény v SEO	55
Komunikace s roboty	67
Linkbuilding – budování zpětných odkazů	89
Odkazy v katalogích	123
Výměna odkazů	135
Nákup odkazů	141
Zalistování ve vyhledávacích zboží	159
Odkazy v šablonách	169
Užitečné nástroje k linkbuildingu	175
Optimalizace pro sociální síť	183
Diskuze, komentáře a soutěže	191
Linkovací služby a RSS	197
Webové public relations, placené články a partnerské programy	207
Blogování a mikrostránky	223
Sledování návštěvnosti, statistiky a webová analytika	233
Několik užitečných tipů nakonec	251
Rejstřík	257

Obsah

Úvod	17
Komu je kniha určena	17
Doprovodné CD	18
Základy SEO	19
1 Co je to SEO – optimalizace stránek pro vyhledávače?	19
2 Kdy je vhodné dělat si SEO sám a kdy si raději najmout profesionála	19
3 Proč optimalizovat stránky	20
4 Jak poznám, který vyhledávač je pro mne důležitý	20
5 Jaký je rozdíl mezi optimalizací v Česku a na Slovensku	21
6 Co je to indexace stránek	21
7 Co je to SERP	21
8 Z čeho se skládá výsledek vyhledávání	22
9 Jak vypadá titulek výsledků vyhledávání	22
10 Jak upravit náhled stránky ve vyhledávači	22
11 Snippet a jak na něj	22
12 Kdy využije Seznam popis z katalogu	23
13 Jaká URL adresa se zobrazí na SERPu	23
14 Které další informace existují u snippetu	23
15 Kdy se zobrazí rozšiřující odkazy a podvýsledky	24
16 Co je to landing page	25
17 Jaké národní domény indexuje Seznam	25
18 Co mám dělat, když mám stránky na nepodporované doméně prvního řádu	26
19 Jaká jsou správná jazyková kódování stránky, aby mne Seznam indexoval	26
20 Jak poznám, odkud na moje stránky přicházejí návštěvníci	27
Klíčová slova	29
21 Kde zjistím, jak se lidé ptají vyhledávačů, když hledají moje služby/zboží/stránky?	29
22 Kde najdu tipy na optimální klíčová slova	30
23 Co je to long tail	31
24 Kde zjistím, kolikrát byla moje klíčová slova hledaná	32
25 Jak se počítají výsledky v přehledu hledání na Seznamu	33

286	Jaký obsah psát na blog	225
287	Jak často psát na blog	225
288	Jak upravit články, aby přinesly návštěvnost	226
289	Jak vypadá automaticky aktualizovaný blog	226
290	Jak vytvořit firemní mikroblog	227
291	Co je to microsite	228
292	Jaké mohou být typy mikrostránek	229
293	Jak na produktové mikrostránky	229
294	Jak na mikrostránky podporující značku	229
295	Jak na poradenské mikrostránky	230
296	Jaký je rozdíl mezi mikrostránkami a linkfarmami	230
297	Jak propagovat mikrostránky	230
298	Jak vybudovat levnou mikrostránku	230
299	Jaký přínos má mikrostránka	231
300	Proč psát o činnostech, která vás baví	231
Sledování návštěvnosti, statistiky a webová analytika		233
301	Jaké nástroje nesmíte nechat ležet ladem	233
302	Jaké jsou měřicí systémy	234
303	Rozdíly mezi jednotlivými měřicími systémy	235
304	Která metoda měření je nejlepší	235
305	Rozdíly: Ukládání dat v mezipaměti, proxy a cache	235
306	Rozdíly: Sledování akcí návštěvníků, Flashe a odchozí klepnutí	236
307	Rozdíly: Aktualizace, soukromí, bezpečnost, kapacita	236
308	Rozdíly: Sledování návštěv robotů	237
309	Rozdíly: Chyby při značkování	237
310	Jaké existují nepřesnosti při sběru statistických dat	238
311	Co vše můžeme měřit	238
312	Co vám statistika neřekne	239
313	Jak odchytit místní vyhledávače	239
314	Jak zjistíte, kde se ztrácí objednávky	240
315	Kde zjistíte efektivitu kampaní vašeho eshopu	242
316	Jak na měření odchozích odkazů nebo stažení souborů	243
317	Jak sledovat a měřit akce a události ve Flashi	244
318	Jak sledovat dovyplnění formulářů	244
319	Proč měřit návštěvnost z konkrétního odkazu	245

320	Jak změříme přístupy z jednotlivých zpětných odkazů	245
321	Jak na značkování odkazů	246
322	Jaké odkazy není třeba značkovat	247
323	Kde zjistíme jednotlivé přístupy přes označované odkazy?	247
324	Jak zamezit duplicitě při značkování odkazů	247
325	Jak na měření odkazů bez Google Analytics	249

Několik užitečných tipů nakonec **251**

326	Jaká je budoucnost linkbuilding	251
327	Proč je vhodné v linkbuildingu nepřestávat	251
328	Jak se učit od lepších	251
329	Jaké weby a blogy byste si měli dát do svých RSS čteček	252
330	Jaká jsou zajímavá diskuzní fóra z oblasti off-page faktorů	253
331	Jaké jsou další knihy zaměřené na podobnou tematiku	254
332	Které značky HTML jsou důležité z hlediska SEO	254
333	SEO v číslech	255

Rejstřík **257**

26	Co když jsou součástí klíčových slov znaky jako + nebo §	33
	Vyhledávače podrobněji	35
27	Jak dlouho trvá, než se moje stránky objeví ve vyhledávacích	35
28	Jak upozorním vyhledávače na své stránky	36
29	Jak aktualizovat nový obrázek stránky (screenshot) ve výsledcích vyhledávání	36
30	Jak automaticky informovat vyhledávače o novém obsahu	37
31	Co je to mapa webu (sitemap) a proč je pro mne důležitá	37
32	Jak upozorním vyhledávače na existenci mapy webu	38
33	Jak na automatické odesílání nových stránek ve WordPressu	38
34	Jak vypadá ukázkový kód souboru sitemap.xml	39
35	Co znamenají jednotlivé parametry v souboru sitemap.xml	40
36	Jak správně nastavovat frekvenci a prioritu v XML	40
37	Jak vytvořit soubor s mapou webu	41
38	Co dělat, když stránky zmizely z výsledků vyhledávání	42
39	Co dělat, když stránky skutečně zmizely z výsledků vyhledávání	43
40	Jak zjistím, jestli vyhledávací robot už navštívil mou stránku	44
41	Jak zjistím, kolik mých stránek vyhledávač zná	45
42	Jak si zřídit u Googlu účet pro správce stránek	45
43	Kde zjistit, na jaká klíčová slova lidé nejčastěji přicházejí	47
	Optimalizace stránek ve zdrojovém kódu	49
44	Co je to on-page optimalizace	49
45	Jaké jsou nejdůležitější on-page faktory	50
46	Kam je dobré dát na stránku klíčová slova	51
47	Jak vypadá ideální formát titulku stránky	52
48	Jaký zvolit název stránky v titulku	52
49	Proč je důležité pořadí slov v titulku	53
	Domény v SEO	55
50	Víceslovné domény – s pomlčkou nebo bez	55
51	Mohou víceslovné domény škodit?	55
52	Vyplatí se kombinování bezpomlčkových domén s pomlčkou mezi slovy?	56
53	Používat klíčová slova v doméně?	56
54	Jaký mají vztah vyhledávače k subdoménám	57
55	Subdoména jako pomocník linkbuildera	58
56	Jak udělat pěkné adresy pomocí htaccess	59

57	Jak udělat pěkné adresy v PHP	59
58	Jak udělat pěkné adresy ve WordPressu	60
59	Co dělat, když změním URL adresy svých stránek	62
60	Jak se stavi vyhledávače k přesměrování	62
61	Jak přesměrovat stránku v souboru htaccess	62
62	Jaké parametry lze použít v htaccess	63
63	Soubor htaccess zmizel – kde je?	64
64	Jak na přesměrování pomoci PHP	64
65	Jak přesměrovat statickou stránku	65
	Komunikace s roboty	67
66	Jak mohu zakázat robotům, aby indexovali určité stránky?	67
67	Jaké syntaxe mohu použít v souboru robots.txt?	68
68	Ukázkové zápisy robots.txt	68
69	Jak identifikovat nejdůležitější roboty	69
70	Jak přikázat robotovi, kdy má na stránky chodit?	70
71	Jak ušetřit robotům práci	70
72	Jaké jsou nejobvyklejší stavové kódy	70
73	Co znamená stavový kód 200	71
74	Co znamená stavový kód 301	71
75	Co znamená stavový kód 302	71
76	Co znamená stavový kód 403	71
77	Co znamená stavový kód 404	71
78	Co znamená stavový kód 500	73
79	Co znamená stavový kód 503	74
80	Jak využít možnosti stránky 404 (stránka nenalezena)	74
81	Jak předejít nechtěnému duplicitnímu obsahu	74
82	Pravidla pro kanonická URL	75
83	Kam informace před roboty schovat	75
84	Jaké soubory umí robot procházet a indexovat	77
85	Jak robotům umožníme přečíst obsah skrytý za JavaScriptem	77
86	Jak na optimalizaci obrázků	77
87	Jak optimalizovat PDF a další neHTML soubory	79
88	Jak mohu pomoci vyhledávači, pokud mám stránky v rámcích?	81
89	Jak postupovat, pokud skládám obsah pomocí prvků iframe?	82
90	Jaká je optimální velikost WWW stránky	82

91	Jak zrychlit načítání stránek	83
92	Jak zkomprimovat velikost stránky	83
93	Jak přeměrovávat pomocí metaznačky refresh	84
94	Pozor na několikanásobná přeměrování	84
95	Jak na skládání stránek z externích zdrojů	84
96	Proč zvolit kvalitní webhosting	84
97	Jsou metaznačky důležité?	85
98	Metaznačky upravující kódování stránky	85
99	Které další metaznačky vyhledávače zajímají	86
100	Indexují vyhledávače metaznačky description a keywords?	86
101	Vzorová hlavička s důležitými metaznačkami	86
102	Nástroje na generování metaznaček	87
103	Jak je to s validitou stránek z hlediska SEO	87
104	Kde mohu zjistit, zda je moje stránka přístupná robotům	88
	Linkbuilding – budování zpětných odkazů	89
105	Co to jsou off-page faktory	89
106	Co lze označit za linkbuilding	89
107	Co je to zpětný odkaz	89
108	Kam odkazují interní zpětné odkazy	90
109	Kam odkazují externí zpětné odkazy	91
110	Jaký je vliv zpětných odkazů	91
111	Co to je ranking a rank stránky	91
112	Proč není cílem mít co nejvyšší ranky	91
113	Co je to S-rank	92
114	Jak být vhodným rozcestníkem	93
115	Co je to PR	94
116	Jaký je rozdíl mezi PR a GTPR	94
117	Odhad budoucího PR	95
118	Jak zvýšit ranky celému webu	96
119	Jak označit odchozí odkazy, aby si jich vyhledávače nevšímalý	97
120	Jak přerozdělit ranky na svém webu pomocí interních odkazů	97
121	Jaký mají vliv externí odkazy na rank stránky	98
122	Proč nespojovat velikost ranku s pozicí ve vyhledávačích	100
123	Co je to Alexa rank	101
124	Jaké existují další ranky	102

125	Jak odkazy zlepší pozice ve vyhledávacích	102
126	Vhodným linkbuildingem k vyšší návštěvnosti	103
127	Jak je to s počtem odkazů na stránce	103
128	Jak získat větší autoritu webu	104
129	Jak zvýšit ranky jednotlivé stránky	105
130	Jakou má linkbuilding efektivitu	105
131	Kde všude lze umístit zpětné odkazy	106
132	Aktivní linkbuilding	107
133	Jak navrhnout web pro pasivní linkbuilding	108
134	Jak nezískat BadRank	108
135	Jak vypadá Google bomba	109
136	Jaký zvolit tvar odkazu (tzv. anchor text)	109
137	Jde zjistit, jak hodnotí Google stránky podle textu odkazů?	110
138	Kde zjistím, jaký text odkazu zvolili lidé, kteří na mé stránky odkazují?	112
139	Jaký zvolit cíl odkazu	112
140	Odkazování na hlavní stránku webu	113
141	Odkazování na podstránky, rubriky a produkty	113
142	Kdy je lepší odkazovat na hlavní stránku a kdy na podstránky?	113
143	Co dělat, když katalogy nechtějí zaregistrovat URL adresu podstránky	114
144	Proč odkazovat na tematické stránky	114
145	Kdy umístit odkazy do hlavičky nebo patičky	115
146	Kdy umístit odkazy přímo do textu	115
147	Jaké je ideální okolí odkazu	115
148	Jak vypadá site-wide odkaz	116
149	V jakých případech zvolit site-wide odkazy	117
150	Na jak dlouho se vyplatí umístitovat zpětné odkazy?	117
151	Jak poznat, jestli stránka nemá ve vyhledávacích „BAN“	118
152	Za jak dlouho se stránka dostane z blacklistu vyhledávače?	118
153	Je nebezpečný rychlý nárůst odkazů?	119
154	Jak nenaletět na odkazy ze stránek s falešným PR	119
155	Jak si ověřit, jestli stránka nemá falešný (fake) PR	120
Odkazy v katalozích		123
156	Jaký je rozdíl mezi katalogem a vyhledávačem	123
157	Na co si dát u katalogů pozor	124
158	Registrace do katalogů vlastními silami	125

159	Kolik stojí registrace do katalogů	126
160	Kolik stojí placené zápisy v katalogích	127
161	Jak vyplnit správně titulek	128
162	Jaký zvolit popisek při registraci	128
163	Které další údaje vyplnit při registraci	128
164	Jak fungují přednostní výpisy	129
165	Proč zvolit při registraci více kategorií	130
166	Do jakých oborových katalogů se zaregistrovat	130
167	Jak vyhledat další katalogy pro vaše odkazy	132
168	Čím se liší firemní katalogy od obecných	133
	Výměna odkazů	135
169	Jak vypadá standardní 2-way výměna odkazů	135
170	Proč je lepší 3-way výměna odkazů	135
171	S kým odkazy vyměňovat	136
172	Jak správně požádat o výměnu odkazu	137
173	Jak poslat žádost o odkaz, na kterou nikdo neodpoví	137
174	Jak kontrolovat umístění odkazů	138
175	Jak si dát pozor na negativní vliv výměn odkazů	139
176	Co na výměnu říkají vyhledávače	140
177	Proč je důležité získat i autoritativní odkazy	140
178	Je důležitá příbuznost odkazujícího a odkazovaného webu?	140
	Nákup odkazů	141
179	Jak funguje obchod s odkazy	141
180	Jak by měl vypadat koupený odkaz	141
181	Jaké jsou faktory určující cenu odkazu	142
182	Na co si dát pozor při nákupu odkazu	143
183	Jaké jsou způsoby platby za odkazy	144
184	Kde všude lze s odkazy obchodovat	144
185	Jak nakoupit odkazy z konkrétní stránky	145
186	Z jakých IP adres nakupovat odkazy	145
187	Jak zjistit, na jaké C class IP adrese jsou umístěny různé domény	146
188	Jak starý web je vhodný pro obchodování s odkazy	146
189	Jak zjistit stáří domény	147
190	Jaká jsou nejznámější česká fóra vhodná na prodej odkazů	148
191	Jaká jsou nejznámější zahraniční fóra vhodná na prodej odkazů	149

192	Jak fungují systémy zaměřené na obchod s odkazy	149
193	Jak správně nastavit prodej odkazů v systému	150
194	Jaké jsou neznámější české systémy pro obchodování s odkazy	150
195	Jaké jsou neznámější zahraniční systémy pro obchodování s odkazy	151
196	Pomohou mi tzv. SEO lišty a patičky?	152
197	Proč jsou výhodnější dlouhodobější odkazy	153
198	Jak poznáte rotující odkazy	153
199	Jak si dát pozor na prodej nevhodných odkazů	153
200	Dejte si pozor na Google sandbox	154
201	Proč kupovat jiný web	154
202	Jak lze najít web ke koupi	155
203	Jak navrhnout cenu kupovaného webu	156
204	Jaké úpravy provést na novém webu	156
205	Jak zkontrolovat duplicity textu při nákupu webu	156

Zalistování ve vyhledávacích zboží

206	K čemu slouží vyhledávače zboží	159
207	Do kterých vyhledávačů zboží nesmíte zapomenout zalistovat svůj eshop	159
208	Jaký vyhledávač zboží má vyšší konverzní poměr	160
209	Jak na XML výstupy pro vyhledávače zboží	161
210	Struktura XML výstupu pro Zboží.cz	161
211	Struktura XML výstupu pro Heureka.cz	163
212	Struktura XML zboží pro slovenské srovnávače	163
213	Význam jednotlivých elementů XML výstupů	164
214	Optimalizace XML výstupů pro srovnávače cen	165
215	Podle čeho řadí srovnávače zboží jednotlivé výsledky hledání	166
216	Za co vás může srovnávač potrestat	167

Odkazy v šablonách

217	Jak pomůže šíření webové šablony k většímu počtu odkazů	169
218	Jak zajistit co největší využití šablony	169
219	Jak pomůže více variant šablony k většímu počtu odkazů	170
220	Jak prodat odkazy na webové šablony	170
221	Kam lze webovou šablonu vložit	171
222	Jak ochránit odkazy v šabloně proti vymazání	173

	Užitečné nástroje k linkbuildingu	175
223	Jak zjistíte počet odkazů vedoucích na stránku	175
224	Jak zjistit aktuální ranky webu	176
225	Které doplňky si lze nainstalovat do prohlížeče	177
226	Jak zjistit aktuální pozici ve vyhledávačích	178
227	Jak zkontrolovat funkčnost všech stránek webu	179
228	Jaké jsou aplikace usnadňující výměnu odkazů	180
	Optimalizace pro sociální sítě	183
229	Co je to sociální síť	183
230	Jak probíhá propagace v sociálních sítích	183
231	Jaký je rozdíl mezi otevřenou a uzavřenou sociální sítí	183
232	Jak na sociální síť Second Life	185
233	Jak využít Facebook v SEO	185
234	Jak šířit odkazy na Flickru	186
235	Jak na Twitter	187
236	Jak propojit Flickr, Facebook a WordPress	187
237	Jak propojit Twitter s Facebookem	188
238	Jaké jsou další nejrozšířenější sociální sítě	188
	Diskuze, komentáře a soutěže	191
239	Jak pomáhají odkazy z diskuze	191
240	Jak se správně podepsat v diskusi	191
241	Kdy si založit vlastní komunitu	192
242	Jak založit vlastní diskuzní fórum	192
243	Jak si získat reputaci na diskuzním fóru	193
244	Proč je komentářový spam nevhodný	193
245	Jak vypadá SEO soutěž	193
246	Proč se věnovat raději činnosti, která přímo pomáhá dalším lidem	195
	Linkovací služby a RSS	197
247	Jak distribuovat obsah svých stránek společně se zpětnými odkazy	197
248	Jak na linkbaiting	198
249	Jak na záložkování a linkovací služby	199
250	Jak vypadá atraktivní článek pro linkovací služby	199
251	Jednorázové navýšení návštěvnosti pomocí bulvárního obsahu	200
252	Jaké jsou oblíbené linkovací služby	200

253	Co to jsou sociální záložky a jak je využít	201
254	Jak lze také pomocí RSS získávat zpětné odkazy	202
255	Jak fungují agregátory RSS	202
256	Jaké existují on-line agregátory RSS	203
257	Kdy použít agregátory RSS	204
258	Do jakých agregátorů RSS se zaregistrovat	205
259	Jaké nadpisy článků zvolit pro vyšší návštěvnost	205
Webové public relations, placené články a partnerské programy		207
260	Co je to PR článek	207
261	Jak má vypadat PR článek určený pro web	207
262	Jak na správnou stavbu článku	208
263	Kolik odkazů vložit do PR článku	208
264	Kam můžete PR články umístit	209
265	Jak dostat z katalogů PR webů ještě něco navíc	211
266	Kolik stojí napsání PR článku	211
267	Jak si koupit PR článek na blogu – pay per post	211
268	Jaký je rozdíl mezi PR články a články určenými k distribuci	212
269	Kolik článků pro propagaci potřebujete	212
270	Kde lze distribuovat články	213
271	Kolik stojí distribuce článků	213
272	Jak vybrat správnou firmu pro distribuci článků	214
273	Jak optimalizovat značku	215
274	Jak na internetové soutěže jako zdroj zpětných odkazů i návštěvnosti	215
275	Kde informovat o své internetové soutěži	216
276	Jak může pomoci soutěž pozicím ve vyhledávačích	217
277	Jak zvolit vhodné otázky do soutěže	218
278	Jak na vyhodnocení soutěže	219
279	Jak funguje affiliate marketing a proč pomůže při linkbuildingu	219
280	Proč vybudovat kvalitní síť partnerů	220
281	Jak na atraktivní program pro obě zúčastněné strany	220
282	Jak využít partnerské odkazy k získání zpětných odkazů	221
Blogování a mikrostránky		223
283	Proč založit blog	223
284	Jak můžete blog vytvořit	224
285	Podle čeho se dělí typy blogů	225