

# Obsah

<b>Úvodem .....</b>	<b>11</b>
Komu je kniha určena .....	12
Pro koho je tato kniha zbytečná .....	12
Proč optimalizovat.....	12
Tajemství této knihy v jedné větě.....	13
Konvence použité v knize.....	13

## Kapitola 1

<b>Search Engine Marketing (SEM) a Search Engine Optimization (SEO) .....</b>	<b>15</b>
Další prostředky a formy internetmarketingu.....	19
Porovnání SEO a internetové reklamy .....	25

## Kapitola 2

<b>Základy SEO .....</b>	<b>27</b>
Rozdíl mezi katalogem a vyhledávačem.....	28
Co je to katalog .....	29
Jak funguje vyhledávač.....	35
Jak pracují pavouci .....	36
Seznam a nové stránky.....	37
Jak pracuje Google.....	39
Co je to index vyhledávače.....	42
Které vyhledávače jsou nejdůležitější .....	43
Jak vyhledávače známkují stránky (PageRank, S-Rank, Jyxo rank) .....	43
PageRank (PR) – hodnocení podle Google .....	44
S-rank – hodnocení podle Seznamu .....	45
Jyxo Rank – hodnocení podle Jyxo.....	46
Jak na Live Search od Microsoftu .....	46
Pro jaké vyhledávače se vyplatí optimalizovat stránky .....	46
Jak zjistíme rank svých stránek?.....	47
Pozvěte pavouky na návštěvu .....	49
Co mají pavouci rádi .....	50
Metaznačky pro omezování robotů .....	51
Jak zakázat robotovi přístup na určité stránky .....	51
Jak rychle se objeví nová stránka ve výsledcích vyhledávání.....	55
Pokus „traminový lepríkón“ .....	57

Jak sestavují vyhledávače popis webu ve výsledcích vyhledávání? .....	58
Co ovlivňuje umístění vašich stránek ve výsledcích vyhledávání.....	60
Klikni zde! .....	60
10 faktorů, které vám pomohou v umístění ve vyhledávačích .....	63
5 faktorů, které mohou naopak škodit .....	63
Co také může negativně ovlivnit vaše umístění ve vyhledávači .....	63
Tipy, jak se vyhnout pomalému načítání stránek .....	64
Jak se lidé ptají vyhledávačů .....	65

## Kapitola 3

### Optimalizace stránek ve zdrojovém kódu..... 67

Připravujeme plán optimalizace .....	68
Široký postoj.....	68
Plán SEO .....	69
Analýza vlastních stránek .....	72
Několik pohledů na vaše stránky.....	72
Analýza SWOT .....	73
Analýza konkurence .....	74
13 nejdůležitějších otázek a odpovědí o tom, co nás na konkurenci zajímá .....	74
Technologický plán.....	82
Jak vytvořit stránky, které budou vyhledávače milovat.....	92
Klíčová slova a metaznačky.....	93
Relevantní klíčová slova .....	93
Najděte svůj dlouhý ocas.....	98
Co by nemělo mezi klíčovými slovy chybět .....	99
Jak vybírat klíčová slova.....	100
Tematická analýza .....	103
Jak lidé hledají? .....	105
Jak zjistit, kolikrát jsou klíčová slova hledaná .....	106
Kam umístit a neumístit klíčová slova .....	118
Titulek stránky.....	123
10 triků s klíčovými slovy, které musíte znát .....	124
WWW adresy, směrování a domény .....	125
Doména z hlediska SEO .....	125
Pomlčky v doméně .....	126
Neplette své zákazníky .....	127
Stáří domény.....	128
Jakou koncovku (TLD) použít?.....	128
Klíčová slova v adrese URL .....	129
Jak je to s háčky a čárkami v URL?.....	130

S WWW nebo bez WWW? .....	131
Duplicita URL .....	132
Přesměrování adres a domén .....	132
Chybová stránka 404 .....	132
Jednotlivé způsoby přesměrování .....	134
Alchymie s mod_rewrite .....	137
Co říkají na přesměrování vyhledávače.....	141
<b>Jak vytvořit přístupné stránky.....</b>	<b>143</b>
Pravidla pro tvorbu přístupných stránek .....	145
Co brání přístupnosti .....	149
Kontrola přístupnosti .....	153
Užitečné stránky pojednávající o přístupnosti stránek .....	155
<b>Jak napsat dobrý text pro optimalizované stránky (SEO copywriting) .....</b>	<b>155</b>
Jaký obsah prodává? .....	156
Přemýšlejte nejprve jako návštěvník .....	157
Zahrajte si na novináře .....	158
Odkazujte .....	160
Začínáme psát text pro webové stránky .....	161
10 kroků k rozumnému textu na webové stránky.....	163
Na co je také dobré nezapomenout při skládání slovíček .....	163
Co může text poškodit .....	164
Užitečné odkazy.....	164
Lidé mají rádi rychlé informace.....	164
Jak na úvodní stránku.....	166
Kolik klíčových slov na stránku? .....	167
O kom ta stránka vlastně je? .....	169
Každý příběh musí mít svůj konec .....	171
Dejte návštěvníkům přidanou hodnotu .....	171
Český stoplist .....	171
Než text zkopírujete na stránky .....	173
Užitečné odkazy o psaní textů pro web.....	173
<b>Navigace a odkazy na stránkách.....</b>	<b>173</b>
Nejčastější chyby v navigaci .....	175
Lokální odkazy.....	177
Odkazy v textu.....	179
Jak připravit univerzální mapu stránek (sitemaps) v XML.....	180
Dejte echo pavoukům .....	182
Ukázkový formát mapy stránek v XML .....	184
Užitečné odkazy .....	184
10 triků, jak si pomoci navigací k lepšímu umístění ve vyhledávačích.....	185



Tipy a triky pro webdesignery .....	185
Tabulkový layout webu optimalizovaný pro vyhledávače .....	185
Layout webu optimalizovaný pro vyhledávače pomocí CSS .....	186
Komprimace stránek .....	188

## Kapitola 4

### **Budování zpětných odkazů (Linkbuilding)..... 189**

Jaké máte možnosti .....	190
Co je dobré vědět, než začnete .....	191
Google bomby .....	192
Koupe odkazů .....	193
Výměna odkazů .....	195
Jak zjistit, které stránky na váš web odkazují .....	197
Jak vhodně využít katalogy .....	202
Jak využít partnerské weby .....	203
Stránky dodavatelů, obchodních partnerů .....	203
Bezplatné inzertní a aukční servery .....	204
Odborné weby, e-ziny .....	205
Diskuse, konference a fóra .....	205
Blogy .....	206
Prostor v lištách a patičkách .....	209
Nepřímý linkbuliding .....	210
Jak to funguje .....	211
3 tipy k získání nepřímého zpětného odkazu .....	211
Podpůrné weby a mikrostránky .....	211
Přilákejte odkazy: Linkbaiting .....	212
Oslovte komunity a záložkujte .....	214
Webové čtečky RSS .....	217
Pro jaké weby je vhodný kanál RSS .....	218
7 rad, jak optimalizovat RSS pro vyhledávače .....	218
5 kroků k vytvoření vlastního zdroje RSS .....	218
Jak na RSS v PHP .....	221
Další informace .....	222
Webové čtečky .....	222
Jak umožnit přidání vašeho RSS na domovskou stránku Seznamu .....	223
Zviditelnění pro e-shopy .....	225
Kam zaregistrovat e-shop nebo zboží .....	227
Co byste ještě měli vědět o zpětných odkazech .....	230
Pozor na duplicity .....	230
Pozor na rychlý nárůst odkazů .....	230

## Kapitola 5

<b>Reklamní systémy PPC</b> .....	<b>231</b>
Porovnání reklamy PPC a bannerové image reklamy .....	233
Google a jeho systémy PPC .....	233
Google AdWords.....	233
Google AdSense.....	241
Seznam a jeho Sklik .....	242
Kde se zobrazuje reklama Sklik? .....	243
AdFox.cz .....	244
Nástroj pro návrh synonym a hledaných frází .....	246
Dynamické URL .....	247
Cílení na přesnou shodu.....	247
Užitečný obsah .....	247
Etarget.cz .....	249
Jak na klíčová slova s Etargetem .....	250
Ušetřete na pořadí .....	250
Billboard Text (dříve bbText a bbKontext) .....	251
Jak na úspěšné reklamy PPC .....	252
Praktický příklad .....	254
Kouzlení s dynamickými klíčovými slovy.....	255
Hledejte klíčová slova a ušetřete.....	256
Jak zjistit, jestli se inzerce vyplatí.....	258
Ochrana před podvodnými prokliky .....	260
Další PPC systémy.....	261

## Kapitola 6

<b>Analýza a následná péče</b> .....	<b>263</b>
Analýzy chování vyhledávačů a návštěvníků .....	264
Vlastní statistiky na serveru a vytěžení logů serveru.....	265
Vlastní statistiky v PHP .....	266
Externí statistiky .....	270
Navrcholu.cz a Toplist.....	271
Google Analytics.....	272
Užitečné odkazy.....	275

## Kapitola 7

<b>Nepovolené praktiky (Black Hat SEO)</b> .....	<b>277</b>
Čím se vyznačují nepovolené taktiky .....	278
Podvodné techniky detailněji .....	278
Cloaking neboli podstrkávání.....	278

Doorway page neboli podvodné vstupní stránky .....	279
Deceptive redirect neboli klamavé přesměrování .....	280
Hidden content neboli skrytý obsah.....	281
Alt image tag spaming neboli zaspamování popisů obrázků .....	282
Stuffing neboli opakovaná a matoucí slova .....	282
Link farms neboli odkazové farmy .....	282
Duplicitní stránky .....	283
Kopírování a vykrádání cizích webů .....	284
Falešné a konkurenční metaznačky .....	285
Spam klíčovými slovy.....	285
Zneužití cizího jména a značek v systémech PPC.....	286
Komentářový a katalogový spam.....	288
<b>A co na Black Hat SEO říkají vyhledávače .....</b>	<b>290</b>
Google a jeho spam report formulář .....	290
Seznam a jeho antispam report.....	291

## Kapitola 8

### **Otázky a odpovědi k SEO a PPC..... 293**

Mohu být penalizovaný za to, když stránky odkazují samy na sebe? .....	294
Je pro mne škodlivé, když ze svých stránek odkazují na ostatní? .....	294
Jak poznám, že mne vyhledávač penalizoval? .....	294
Lze si koupit výsledek hledání zaplacením reklamy na Seznamu? .....	294
Jak dostat na Seznam aktuální otisk mých stránek? .....	295
Jsou cennější odkazy z českých nebo zahraničních webů? .....	297
Odstraňují správci vyhledávačů některé webové stránky z výsledků vyhledávání? .....	297
Jak mohu zvýšit pravděpodobnost klepnutí na reklamu PPC od Google na svých stránkách?.....	297
Co nemohou stránky s reklamami AdSense obsahovat?.....	298
Může být velký počet odkazů na stránce problém pro vyhledávač? .....	299
Pomůže mi, když do domény umístím klíčové slovo třeba dvakrát? Doména s jedním KW totiž není už volná .....	299

## Přílohy

### **Užitečné odkazy a zdroje..... 303**

Nástroje SEO od Google.....	303
On-line nástroje SEO.....	303
Off-line nástroje SEO .....	303
Zpětné odkazy .....	304
100 českých a slovenských katalogů.....	304
10 stránek, které přináší seznamy katalogů (nejenom CS a SK).....	306
Blogy a stránky, které je dobré sledovat .....	307

---

<b>Obsah CD .....</b>	<b>309</b>
Analýzy .....	309
Skripty .....	310
Google Sitemaps.....	310
PPC .....	311
Statistiky.....	311
RSS.....	311
<b>Rejstřík .....</b>	<b>313</b>