

# 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 chytří – 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, webmasteři 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 rozjedte      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

Pátek: podněty k akci	242
-----------------------	-----

---

## **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 výstřížků 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

<b>Příloha A</b>	<b>297</b>
------------------	------------

<b>Slovníček pojmů</b>	<b>309</b>
------------------------	------------

<b>Rejstřík</b>	<b>317</b>
-----------------	------------