

NEJČASTĚJŠÍ SEO MÝTY



MK-VISION

Váš spolehlivý partner pro online marketing a webdeveloping



Obsah

Cíl e-booku	01
Patičkové odkazy – základ „dobrého“ SEO	02–03
SEO servisy – aneb rychlá analýza za všechny prachy	04–08
Validita kódu – aneb základ veškerého úspěchu	09–10
Registrace do stovek katalogů – aneb základ magického SEO	11–12
Žádné ON PAGE nepotřebuji	13–15
Čím více odkazů, tím lépe	16–17
Klíčová slova v doméně pomáhají	18
Vyplňování meta keywords	19
Klíčová slova musí být uvedena v přesné shodě	20
PPC systémy pomáhají v SEO	21
Čím vyšší rank, tím lépe	22–23
Do vyhledávačů se musím registrovat	24–25
Správná hustota KW jako stavební kámen každého obsahu	26–27
Responzivita, HTTPS a rychlost webu nemá na umístění vliv	28–30
Cílem SEO a hlavním KPI jsou pouze pozice	31
Cílem SEO je obelstít vyhledávače	32
SEO je magie	33
SEO optimalizace je jednorázová práce	34–35
Při SEO se vyplatí cílit na obecná KW	36–37
Všechna KW (klíčová slova) lze cílit jen na jednu stránku	38
SEO jsou jen odkazy	39
Obrázky nemají na SEO vliv	40–41
SEO lze garantovat	42–43
Texty píšeme hlavně pro roboty	44
SEO se lze naučit za pár hodin	45
SEO stojí na místě a nerozvíjí se	46–47
SEO je mrtvé	48–51
Rada na závěr	52

O autorovi

Autorem celého e-booku je SEO konzultant Broněk z týmu MK-VISION. Celý e-book je tedy sepsán v **ICH formě**.

Cíl e-booku

Motivací pro sepsání tohoto e-booku byla pro mě celková neinformovanost klientů, kterou cítím z každé druhé poptávky, která mi na SEO přijde. Mnoho majitelů webových stránek stále žije v zajetí mnoha mýtů a praktik, které již mnoho let nefungují a mohou naopak webové stránky v mnohém uškodit. Primárním cílem e-booku je tedy pokusit se provést menší „osvětu“ v této problematice a „rozpráshit“ několik hlavních SEO mýtů a nesmyslů, které se již mnoho let šíří celým oborem jako mor.

V e-booku poukazuji na nejčastější chybné domněnky a snažím se je stručně a jasně vyvrátit (dávám praktické argumenty, proč jsou daná tvrzení nesmyslná a nepravdivá). Též se snažím dokládat ke každé problematice další užitečné informace/rady + odkazy na další zajímavé zdroje k danému tématu.

Co cílem e-booku naopak není

Cílem e-booku naopak **NENÍ** dodat hloubkové/detailní informace ke každé zmíněné problematice. Zmíněné problematiky jsou natolik obsáhlé, že by každá mohla vydat na samostatný e-book.

Předem Vám děkuji za pozornost a doufám, že se Vám e-book bude líbit.

Patičkové odkazy

základ „dobrého“ SEO

Možná vůbec největší SEO mýtus, který v online marketingu již dlouhá léta panuje, jsou „legendární“ patičkové (side-wide) odkazy. Často se setkávám u klientů s podobnými situacemi/dotazy:

Klient, který má e-shop zaměřený na prodej ručně vyráběných šperků, píše: „Dostal jsem nabídku na „patičkovou“ výměnu odkazů s pánem, co má e-shop na prodej tepelných čerpadel. Dal bych si do patičky odkaz na jejich web a oni si na oplátku dají na svoje stránky odkaz na můj web, co na to říkáte?“

Další obvyklý dotaz: „Je součástí práce výměna alespoň deseti patičkových odkazů s weby, co mají dobrý PageRank?“

Mají patičkové odkazy smysl?

Klasické patičkové odkazy, kdy se do patičky webu vloží jakýkoliv (netematický, follow) odkaz, rozhodně smysl nemají, a naopak mohou stránce v dlouhodobém horizontu spíše uškodit.

Vyhledávače obecně nemají patičkové odkazy zrovna v lásce

Není se čemu divit, většina patičkových odkazů totiž působí nepřírozeně a tím narušuje důvěryhodné signály, které jsou vyhledávačům pomocí odkazů vysílány (zejména v minulosti se jednalo o velmi oblíbenou nekalou praxi linkbuildingu, při níž bylo hlavním cílem oklamat vyhledávače).

Kdy patičkové odkazy naopak nějaký smysl dávají?

Říďte se selským rozumem

Patičkové odkazy mají smysl a pozitivní efekt pouze tehdy, pokud se odkazuje z tematicky příbuzného/kvalitního webu a daný odkaz má nějaký přínos i pro samotné uživatele.

Při vyjednávání nějaké spolupráce (umístování odkazu) se vždy řiďte selským rozumem.

Pokládejte si otázky jako:

Dává odkazování na daný web smysl? Je relevantní a tematicky příbuzný?

Může návštěvníkům webu patičkový odkaz nějakým způsobem pomoci?

Může mi získaný odkaz přinést nějakou relevantní návštěvnost na můj web?

Pokud jsou odpovědi na tyto otázky ANO, pak má odkaz smysl. Samozřejmě se to ale nesmí s množstvím přehánět. Pamatujte, že zejména u linkbuildingu platí, že méně je více (zaměřte se na kvalitu, ne na kvantitu). Je nutné také praktikovat i jiné druhy linkbuildingu a získávat odkazy i jinými způsoby a technikami.

Příklad z praxe:

Pokud na svém e-shopu prodáváte například pneumatiky, pak určitě bude mít nějaký smysl odkazem doporučovat pneuservis vašeho kolegy, který zařídí rychlé a levné přezutí vámi dodaných gum – taková „paticková“ spolupráce určitě dává smysl (ovšem nemusí se jednat jen o patickové odkazy, na daný web se může odkazovat i v jiných částech stránky). Pokud ovšem prodáváte tepelná čerpadla, asi nebude mít moc smysl odkazovat z paticky na stránky vaší panímámy, která má ve vedlejší město cukrárnu.

Takto by vaše paticka určitě neměla vypadat:

[HOUPAČKY](#) | [PŮDNÍ VRTÁKY](#) | [ZAHRADNÍ GRILY](#) | [ZAHRADNÍ ALTÁNY](#) | [ZAHRADNÍ LEHÁTKA](#) | [RUČNÍ NÁŘADÍ](#) | [ŠTÍPAČE](#) | [ZAHRADNÍ SEKAČKY](#)
Katalog obchodů na internetu [Goog.cz](#) [Kancelářské potřeby](#) [PANDA-K](#) [katalog](#) [www stránek](#)

dřevěný nábytek [dřevěný nábytek](#) Nábytek z masivu

[Hromadné Slevy](#) [Kabelky](#) za super ceny [Kancelářské židle](#) Široký sortiment zboží [tašky na kolečkách](#), [plastový program](#), foliovníky, postřikovače i rosiče. Od hoblic po šicí stroje, potřeby pro kutily - [tašky na kolečkách](#), [sedací vaky](#), zahradní nábytek - plastový, dřevěný, kovový. Vše pro uzení a grilování masa [MOBILNÍ NEREZOVÉ UDÍRNÝ A GRILY](#) včetně příslušenství a doplňků. [Gulášové kotlíky](#). [NABYTEK-STOLY-ZIDLE.CZ](#) – lehátka, houpačky, židle> [Matrace eshop](#) [Zahradní nábytek](#) [Zahradní nábytek](#) [Zahradní nábytek](#) [Jídelní stoly](#), [židle](#) [Ratanový nábytek](#) [Plastová okna](#) [Nábytek](#), [sedací soupravy](#) [Tescoma](#) [Garážová vrata](#) [IP Nábytek](#) - super > ceny! Hledáte cenově dostupné domácí potřeby? [Domácí potřeby](#) Nabízíme velký výběr domácích potřeb a super ceny. [Pasivní domy](#) [Krbý](#) [Tepelná čerpadla](#) [Podlahy](#), [záclony](#) [sedací soupravy](#) [Kočárky](#) [title="Vše pro dům a zahradu">Topení a sporáky>Krbové potřeby](#) [Ratanový nábytek](#) [Zahradní altán z bambusu](#) [Manažerský nábytek](#)

Zajímavé články o patickových odkazech:

- http://seopedia.cz/wiki/Pati%C4%8Dkov%C3%BD_odkaz
- <http://www.lukaspitra.cz/o-patickach-v-seo/>
- <https://www.seocentrum.sk/su-patickove-odkazy-naozaj-mrtve/>

SEO SERVISY

aneb rychlá analýza za všechny prachy

Mezi další velký mýtus bezesporu patří nejrůznější „seomaty a seoservisy“, podle kterých se klient často orientuje a jejich výsledky bere jako hlavní měřítko úspěchu/neúspěchu jeho webových stránek.

Co to je „seomat/seoservis“

Jedná se o webové stránky, které nabízejí okamžité zhodnocení stránky (většinou zcela zdarma) na základě několika parametrů (nejčastěji na základě validity, ranků, stavu indexace apod.). Mezi nejznámější zástupce této skupiny bezesporu patří:

- www.seonastroje.cz
- www.seo-servis.cz
- www.seotestonline.cz
- www.seoptimer.com
- www.silaseo.cz
- www.optimalizovano.cz
- www.seo-analyza.hys.cz
- + celá řada dalších

Princip všech je velmi podobný – pomocí základních metrik zhodnotí „povrchově“ určenou webovou stránku a „vyplivnou“ procentuální hodnocení stránky.

Což o to, pro opravdu rychlou analýzku (kontrolu titulku/meta popisu na homepage apod.) to není vyloženě zlé, problém nastává ve výkladu „důležitosti“ u samotného klienta.

Spousta majitelů webových stránek, kteří nemají potuchy o tom, jak by měla důkladná analýza jejich stránek vypadat a jaké všechny vstupy/výstupy by měla obsahovat, bere výsledky ze „seomatů“ jako svatý grál a nezřídka se stává, že je to pro ně jediné uchopitelné hodnocení stavu jejich stránek. Již mnohokrát jsem se setkal u klientů s podobnými reakcemi/dotazy:

Reakce na odvedenou práci: „Děkujeme za práci, vše vypadá velmi dobře (včetně dodaných výsledků), avšak koukali jsme se na seo-servis a naše stránka má stále hodnocení pouze 75 %, jak je možné, že jsme se po práci nedostali alespoň na 90 %?“