

CONTENT I SEO – JAK W 2021 R. POŁĄCZYĆ JE W SZCZĘŚLIWĄ PARĘ?



Milena Majchrzak

e-mail: milena@semstorm.com

Współtworzy SEMSTORM – narzędzie wspierające marketing w wyszukiwarkach. Pracę w branży SEO rozpoczęła 12 lat temu. Od prawie 20 lat tworzy strony oraz platformy internetowe. Miała okazję i przyjemność występować na wielu scenach związanych z marketingiem internetowym. Szkoliła marketerów zarówno z obsługi SEMSTORM, jak i podstaw optymalizacji stron czy tworzenia treści. Niezachwianie wierzy w data-driven i content marketing.

Czego dowiesz się z artykułu?

- ✓ Jak wybrać najlepsze słowa kluczowe z odpowiednią intencją.
- ✓ Dlaczego dobry tytuł i treść są tak istotne.
- ✓ W czym konkretnie pomoże Ci poprawne formatowanie tekstu.
- ✓ Co ułatwi Ci wyniesienie Twojej strony na „pozycję zero” – do feature snippet.
- ✓ Dlaczego warto pochylić się nad metatagami i które z nich są ważne?

Niemał każdy potrafi wziąć długopis lub uruchomić komputer i zanotować kilka zdań. Niewielu za to umie stworzyć dobry artykuł, który będzie także zoptymalizowany dla wyszukiwarek. A przecież wystarczy kilka wskazówek... i masa praktyki. Doświadczenie zdobędziesz podczas pracy. Na szczęście konkretne porady, gotowe do zastosowania od razu, znajdziesz w dalszej części artykułu. Zobacz przepis na content, który będzie wysoko niezależnie od zmian w Google!

Mini-słownik

Lejek sprzedażowy

Narzędzie, pokazujące kroki, jakie trzeba podjąć, aby stać się Twoim klientem. Typowy lejek składa się z następujących etapów: świadomość, zainteresowanie, rozważanie, zakup i lojalność. Marka powinna dostosować go do potrzeb swojej strategii sprzedażowo-marketingowej.

Link earning

Technika wspierająca naturalne linkowanie. Jej zadaniem jest zachęcenie do dzielenia się treścią i uproszczenie tego procesu.

Metatagi social

Tagi poprawiające podgląd artykułu, gdy czytelnik dzieli się nim w mediach społecznościowych.

Feature snippet

Odpowiedź na niektóre zapytania widoczna na stronie z wynikami wyszukiwania. Występuje w formie cytatu, czasem ze zdjęciem. Nazywana też „pozycją zero”.

Trafne słowa kluczowe

Od powstania wyszukiwarek ludzie przeglądają zasoby sieci, wykorzystując w tym celu frazy kluczowe. Mimo rozwoju mobilnego dostępu i rosnącej popularności wyszukiwania głosowego, Google nadal odpytywany jest za pomocą wyrazów. Dlatego słowa kluczowe to najczęściej pierwszy i najważniejszy element strategii SEO. Bardzo ważna jest intencja, która chowa się za danymi frazami kluczowymi. Wybierając słowa, powinieneś uwzględnić zamiary i cele odbiorcy treści (rys. 1).

Dobrym przykładem są „buty” i „buty air force opinie”. W pierwszym przypadku intencja jest nieznaną. Nie wiemy zatem, na którym etapie lejka znajduje się internauta. Może go interesować wszystko – od zakupu, przez poznanie historii obuwnictwa, aż do wybrania z szafy stylizacji na



○ Rys. 1. Intencje słów kluczowych

wyjście do kina. W drugim przykładzie intencja jest jasna, a szukający znajduje się na etapie rozważania.

Pamiętaj!

Jeden tekst = jedna intencja = jeden krok w lejku. W przeciwnym razie artykuł będzie chaotyczny i trudny w odbiorze.

Słowa kluczowe, które dobierasz, powinny być spójne z celem treści. Chcesz zachęcić czytelnika do kupna? Wybierz frazy z intencją zakupową. Jeśli pragniesz przedstawić, jak Twój produkt rozwiązuje problem – odpowiednie będzie zapytanie informacyjne, a tekst skieruj do osoby, która w lejku dotarła do kroku „zainteresowanie”. Jakie darmowe narzędzia pomogą Ci wybrać właściwe frazy?

- planner słów kluczowych: <https://bit.ly/jpg-goo> (wymagane konto Google Ads),
- SEMSTORM: <https://bit.ly/jpc-strm>,
- Answer the Public: <https://bit.ly/jpc-atp>.

Ważne!

Dla krótszych tekstów wybierz jedną frazę główną i dwie lub trzy rozszerzające. W przypadku bardzo długich materiałów możesz pokusić się nawet o trzy słowa główne i kilkanaście pomocniczych.

Świetny tekst

Wysoka jakość treści jest kluczowa. Po pierwsze, znacznie łatwiej i taniej jest optymalizować dobry artykuł. Po drugie, Google wie, jak wygląda chłam pisany wyłącznie z myślą o wyszukiwarce. Po trzecie, do miernego contentu nie przekonasz swojego czytelnika. W poprzednim kroku wybrałeś już słowa kluczowe i odkryłeś ogólną potrzebę, która za nimi stoi. Poszukaj głębiej, jakie konkretne wątpliwości oraz oczekiwania mają ludzie wpisujący takie frazy. Ustal szczegółowy cel tekstu i przygotuj argumenty, które przemówią do czytelnika z uwzględnieniem jego miejsca w lejku sprzedażowym. Ważne informacje warto podawać na samym początku. W tekst trzeba też wpleść przygotowane słowa kluczowe. **Stosowanie odmian, synonimów, rozdzielanie wielocłonowych fraz innymi wyrazami to konieczność.** Zbyt restrykcyjne podejście może spowodować przeoptymalizowanie treści.

Nie ma żadnych magicznych wskaźników, które powiedzą nam o idealnej liczbie słów kluczowych. Wystarczy, jeśli napiszesz artykuł **odpowiadający na pytania czytelnika i wyczerpujący temat**. Zastanawiasz się nad najlepszą strukturą nagłówków? Masz wątpliwości, jak długi powinien być tekst? Chcesz wiedzieć, czy lepiej stworzyć jeden długi wpis, czy serię krótkich publikacji? Podpatrz konkurencję z topowych pozycji.

Na końcu warto dodać wezwanie do działania. Pokieruj czytelnika do następnego kroku w lejku. Dobrze zaproponować mu np. kolejne treści z bloga, zapisanie się na newsletter lub zaprezentować link do produktu, który rozwiązuje jego problemy. Nie oczekuj, że internauta samodzielnie znajdzie drogę, zadbaj o intuicyjną nawigację.

Przyciągający tytuł

Tytuł to pierwsza informacja, z którą styka się odbiorca. Z punktu widzenia SEO istotne są dwa elementy: **użycie głównego słowa kluczowego** w tytule i **zachęcenie czytelnika, aby kliknąć** właśnie w Twój tekst.

”

Headline jest najważniejszym elementem, z którym styka się czytelnik. Poświęć tytułowi tyle uwagi, ile na to zasługuje i zachęć odbiorcę, aby poświęcił Twojemu tekstowi swój cenny czas. Daj mu w zamian artykuł, który spełnia obietnice zawarte w nagłówku. Tylko w ten sposób zbudujesz dobrą relację z odbiorcą treści.

Jeśli chodzi o frazy – postaraj się, by brzmiały podobnie do tego, co wpisują internauci w okno wyszukiwania. Jeśli miszisz, to bez wahania dziel i odmieniaj wyrazy. Nagłówek powinien być zwięzły, dostarczać czytelnikowi maksimum informacji przy jednoczesnym zaciekawieniu i pozostawieniu lekkiego niedosytu.

Pamiętaj!

Tytuł pod SEO powinien być dość krótki; dobrze jeśli ma maksymalnie 70 znaków. Ważne informacje umieszczaj na początku, aby były widoczne, nawet gdy Google zdecyduje się „ciąć” część napisu.

Jak zaprojektować przyciągający headline?

- wpleć do niego liczbę,
- wezwij do działania lub zadaj ciekawe pytanie,
- wykorzystaj grę słów, jeśli wiesz, że czytelnik ją zrozumie,
- bądź kontrowersyjny, jeżeli dopuszcza to wizerunek marki,
- sporadycznie twórz clickbait, ale zapewnij wartościowy tekst.

Atrakcyjny headline wpływa na potencjał do generowania linków do Twojego artykułu. Jest to jedno z narzędzi link earningu. Nie zapomnij też o słódytytułach. Używaj w nich pomocniczych słów kluczowych.

Atrakcyjne formatowanie

Wyróżnij treść albo zgiń. Przygotowanie wizualne tekstu wpływa na jego odbiór, łatwość, z jaką czytelnik przyswaja informacje i... to, jak wyszukiwarka zaindeksuje stronę.

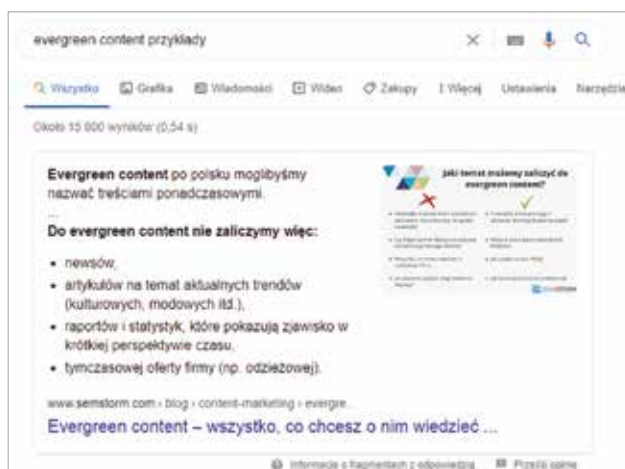
Formatowanie to nie tylko podział na akapity, rozdziały oraz dodanie kilku obrazków. Na początku przemysł, jakie elementy zastosujesz i zaplanuj, gdzie je umieścisz. Pamiętaj o osobach niedowidzących. Czytnik ekranu powinien przeczytać Twój tekst poprawnie i swobodnie.

”

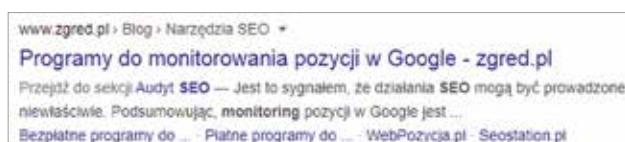
Jeśli tworzysz ponadczasowe treści, to SEO jest dla Ciebie niezbędne. Z wyszukiwarki możesz ściągać ruch nawet przez wiele lat po opublikowaniu tekstu. Dlatego nie spychaj pozycjonowania na sam koniec. Pracuj nad dostosowaniem contentu pod wyszukiwarkę w trakcie pisania i wyrabiaj poprawne nawyki, a efekty mogą nawet przerosnąć Twoje oczekiwania.

Z perspektywy SEO ważne są następujące formaty:

1. Podział na **akapity**, zastosowanie list i tabel wpływa na pojawienie się strony w feature snippet (zobacz rys. 2).
2. **Obrazki** i użycie słów kluczowych w atrybucie alt ułatwia pojawienie się w graficznych wynikach wyszukiwania oraz w snippetie.
3. Odpowiednia struktura **nagłówków** upraszcza osiągnięcie wysokich pozycji. Najważniejsze informacje podawaj w H1, słódytytuły w H2, w pozostałych mniej istotne treści. Poprawny projekt nagłówków może wpłynąć na pojawienie się sekcji (rys. 3).
4. Tagi HTML, np. b, strong, em oraz i wyróżniają ważne informacje i dla Google, i dla czytelnika.
5. Zastosuj **spis treści** w długich artykułach. Poprawisz tym samym linkowanie wewnętrzne. Twoja strona może dzięki temu wyświetlić dodatkowe informacje (rys. 3).



○ Rys. 2. Feature snippet



○ Rys. 3. Sekcje w opisie

Istnieją też zaawansowane sposoby formatowania widoczne tylko dla robotów wyszukiwarek. Nazywane są uporządkowanymi danymi strukturalnymi.

Odpowiednie metatagi

Zastosowanie metatagów **wspiera działania SEO w sposób pośredni**. Nie musisz dodawać wszystkich, nawet kilka będzie miało realną wartość dla Twojej strony.

Description

Metadescription to **krótki opis**, który widać pod tytułem w wynikach wyszukiwania. Potrafi zachęcić czytelnika do kliknięcia właśnie w Twój tekst, jeśli jest trafny i atrakcyjny. Wpływa na współczynnik CTR (ang. click through rate).

Może się okazać, że zamiast Twojego opisu Google zaserwuje inter-nautom własny, pobrany bezpośrednio z treści artykułu. Dzieje się tak, gdy wyszukiwarka uzna, że fragment ze strony lepiej odpowiada zapytaniu internauty.

Social (Open Graph i Twitter Cards)

Poprawne dobranie tych metatagów pomaga w link earningu.

Nie od dzisiaj wiadomo, że ludzie chętniej dzielą się atrakcyjnymi treściami. Socialowe metatagi wpływają na warstwę wizualną, ale pomogą też dostosować tytuł czy opis do medium. Zwiększają tym samym potencjał do zdobywania linków.



Rys. 4. Udostępnienie bez uzupełnionych metatagów



Rys. 5. Udostępnienie z uzupełnionymi metatagami

Dodatkowe linki

- Uporządkowane dane strukturalne: <https://bit.ly/jpc-dt>.
- Tester i generator metatagów: <https://bit.ly/jpc-mt>.
- Tester tytułów i opisów: <https://bit.ly/jpc-prev>.
- Dokumentacja Open Graph: <https://bit.ly/jpc-og>.

Jak możesz dodać obsługę metatagów na popularne platformy CMS i e-commerce? Pomogą w tym wtyczki, które znajdziesz poniżej.

System CMS	Wtyczka	Darmowa?
Wordpress & Woocommerce	https://bit.ly/jpc-wp	darmowa
Joomla	https://bit.ly/jpc-joo	darmowa
Drupal	https://bit.ly/jpc-dru	darmowa
Presta	https://bit.ly/jpc-p-free , https://bit.ly/jpc-p-paid	darmowa i płatna
Magento	https://bit.ly/jpc-mag	płatna
Open Cart	https://bit.ly/jpc-oc	darmowa

Podsumowanie

Stworzenie tekstu, który odpowiada na potrzeby internauty i wyczerpuje temat to solidny krok do poprawy widoczności Twojej strony. Droga do pierwszej pozycji będzie łatwiejsza, jeśli zadbasz o właściwe słowa kluczowe, formatowanie czy metatagi. Nie trać jednak z oczu odbiorcy treści – to jego przecież chcesz zachęcić do bycia Twoim lojalnym klientem. Optymalizacja pod wyszukiwarkę i jednoczesna troska o czytelnika jest kluczem do sukcesu. ▀

CHECKLISTA

1. Zdefiniuj cel tekstu.
2. Określ idealnego odbiorcę i jego miejsce w lejku sprzedażowym.
3. Dobierz frazy z odpowiednią intencją.
 - a. Dla krótkich tekstów wybierz jedno słowo główne i dwa lub trzy pomocnicze.
 - b. Dla długich form możesz zwiększyć liczbę do trzech słów podstawowych i kilkunastu rozszerzających.
4. Stwórz bardzo dobrą treść.
 - a. Napisz przyciągający tytuł, który zawiera główne słowo kluczowe.
 - b. Odpowiedz na wszystkie pytania i wątpliwości czytelnika.
 - c. Pokieruj internautę dalej. Konkretnie napisz, co może zrobić.
 - d. Zadbaj o warstwę wizualną tekstu, mądrze stosuj formatowanie.
 - e. Dostosuj metatagi, ułatwiając tym samym dzielenie się treścią.