

## **Przedmowa (15)**

### **Wprowadzenie (17)**

- Dlaczego SEO? (17)
- Dlaczego godzina dziennie? (18)
- Kiedy można spodziewać się efektów? (19)
- Dla kogo przeznaczona jest ta książka? (19)
- Czy to działa? (20)
- Co zawiera książka? (21)
  - o Część I. Podstawy (21)
  - o Część II. Strategia (21)
  - o Część III. Twój plan SEO (21)
- Co nowego znalazło się w tym wydaniu? (22)
- Witryna poświęcona książce (22)
- Konwencje używane w tej książce (23)

## **Część I: Podstawy (25)**

### **Rozdział 1. Określanie celów (27)**

- Czym jest SEO? (28)
- Czy muszę stosować SEO w swojej witrynie? (28)
- Jakie są ogólne cele firmy? (29)
- Jaka jest rola firmowej witryny? (32)
- W jaki sposób witryna jest powiązana z celami firmy? (34)
  - o Optymalizacja istniejącej, a nie wymarzonej witryny (34)
  - o Rozwiązania tymczasowe (35)
- Kim są pożądani użytkownicy witryny? (36)
- Jakie są pożądane zachowania użytkowników witryny? (38)
- Które strony użytkownicy powinni odwiedzić? (40)
- Jak zmierzyć powodzenie kampanii SEO? (43)
  - o Śledzenie wyników pozwala zrezygnować z nieskutecznych działań (43)
  - o Śledzenie wyników pomoże Ci zachować stanowisko (44)
  - o Śledzenie wyników pomaga udostępniać aktualne dane (44)

### **Rozdział 2. Indywidualne podejście (47)**

- To Twój plan SEO (48)
- Firmy B2B (48)
- Firmy B2C (50)
- Duże organizacje (51)
- Małe organizacje (54)
- Naprawdę małe firmy (56)
- Tradycyjne placówki (59)
- Blogerzy (61)
- Projektanci stron WWW (65)
- Organizacje non profit (66)

### **Rozdział 3. Niezmienne prawdy z obszaru SEO (71)**

- Roboty dostarczają danych (72)

- Łączenie wyników wyszukiwania (73)
  - o Katalogi (73)
  - o Płatne reklamy w wyszukiwarkach (74)
  - o Kanały wiadomości o witrynie (75)
  - o Inne źródła wyszukiwania: rysunki, filmy, lokalne firmy i partnerzy (75)
  - o Metawyszukiwarki i agregatory wyników (75)
- Algorytmy się zmieniają (76)
- Ludzie są bystrzy, a komputery nie (78)
- Tekst ma znaczenie (79)
  - o Najważniejszy jest dobór słów kluczowych (79)
  - o Słowa kluczowe można umieścić w wielu miejscach witryny (80)
- Nie tylko pozycja się liczy (84)
  - o Zmiany pozycji (84)
  - o Pomocne jest podejście całościowe (86)
- Wyszukiwarki nie lubią sztuczek (86)
- SEO to nie fizyka kwantowa (88)

## **Rozdział 4. Jak obecnie działają wyszukiwarki? (91)**

- W pogoni za aktualnością (92)
- Podstawowe informacje o wyszukiwarce Google (92)
- Najlepsze z pozostałych: Yahoo!, MSN, Ask, AOL (95)
  - o Yahoo! (95)
  - o MSN/Live Search (97)
  - o Ask (99)
  - o AOL (100)
- Czynniki wpływające na naturalne pozycje (102)
- Płatne odnośniki (106)
- Śledzenie trendów w SEO (109)

## **Część II: Strategia (113)**

### **Rozdział 5. Budowanie zespołu (115)**

- Marketing, sprzedaż i PR (118)
  - o Marketing - VIP-owi SEO (118)
  - o Sprzedawanie SEO sprzedawcom (120)
  - o SEO i PR można powiązać ze sobą (121)
- Informatycy, webmasterzy i programiści (124)
  - o Komunikacja z działem IT (125)
  - o Zagadka przeciążenia działu IT (126)
  - o Jakie korzyści SEO daje działowi IT? (127)
- Graficy (127)
  - o Docenianie grafików (128)
  - o Kształcenie i dawanie uprawnień (129)
  - o Oficjalne reguły (130)
  - o Pisarze i redaktorzy (132)
- Kierownictwo i menedżerowie produktów (133)

### **Rozdział 6. Miesiąc przygotowawczy (137)**

- Bank pomysłów z obszaru SEO (138)
- Tydzień 1. Słowa kluczowe (139)
  - o Poniedziałek - intuicyjny test słów kluczowych (140)
  - o Wtorek - metody wydłużania i wzbogacania listy (143)
  - o Środa - narzędzia do badania słów kluczowych (145)
  - o Czwartek - zbieranie danych na temat słów kluczowych (149)
  - o Piątek - lista wyselekcjonowanych słów kluczowych (155)
- Tydzień 2. Określanie punktu odniesienia (159)
  - o Poniedziałek - pozycje (159)
  - o Wtorek - zindeksowane strony (161)
  - o Środa - odnośniki wejściowe (165)
  - o Czwartek - konwersje w przeszłości (167)
  - o Piątek - ocena poziomu optymalizacji witryny (167)
- Tydzień 3. Konkurencja (168)
  - o Poniedziałek - identyfikowanie pięciu głównych konkurentów (168)
  - o Wtorek - narzędzia i techniki szpiegowania (170)
  - o Środa - ocena czynników stronicowych (173)
  - o Czwartek - ocena czynników pozastronicowych (175)
  - o Piątek - konkurenci korzystający z płatnych odnośników (177)
- Tydzień 4. Analizy i cele (178)
  - o Poniedziałek - samodzielna nauka analizy danych internetowych (178)
  - o Wtorek - śledzenie konwersji w internecie (184)
  - o Środa - śledzenie konwersji pozainternetowych (186)
  - o Czwartek - punkty odniesienia i cele (188)
  - o Piątek - krótki raport podsumowujący (190)

### **Część III: Twój plan SEO (193)**

#### **Rozdział 7. Miesiąc pierwszy - początki (195)**

- Tydzień 1. Podstawowa optymalizacja witryny (196)
  - o Poniedziałek - tytuły stron (196)
  - o Wtorek - znaczniki meta (200)
  - o Środa - tekst witryny (202)
  - o Czwartek - odnośniki wewnętrzne (204)
  - o Piątek - wprowadzanie zmian (207)
- Tydzień 2. Usprawnienia struktury witryny (208)
  - o Poniedziałek - przegląd działania robotów (209)
  - o Wtorek - okiem pająka (212)
  - o Środa - powtarzające się informacje i problemy z adresami kanonicznymi (214)
  - o Czwartek - Flash i Ajax (217)
  - o Piątek - plik robots.txt (219)
- Tydzień 3. Pozyskiwanie odnośników (222)
  - o Poniedziałek - istniejące odnośniki (223)
  - o Wtorek - zgłaszanie witryn w katalogach (226)
  - o Środa - szukanie dodatkowych możliwości pozyskania odnośników (228)
  - o Czwartek - sztuka pisania listów w sprawie odsyłaczy (231)
  - o Piątek - wysyłanie zgłoszeń i e-maili (233)
- Tydzień 4. Wyszukiwanie społeczne i marketing angażujący (234)
  - o Poniedziałek - samodzielne poznawanie witryn społecznościowych (235)

- o Wtorek - tworzenie czytelnika SMO (236)
- o Środa - dzień "bez komentarza" (237)
- o Czwartek - znajdź swój głos (239)
- o Piątek - pozwól innym promować Twoją firmę (241)

## **Rozdział 8. Miesiąc drugi - wyrabianie nawyków (245)**

- Tydzień 5. Zakładanie konta w systemie płatnych odnośników (246)
  - o Poniedziałek - samodzielna nauka (247)
  - o Wtorek - wybór słów kluczowych do kampanii PPC (251)
  - o Środa - pisanie tekstu reklamy (254)
  - o Czwartek - uruchamianie kampanii (256)
  - o Piątek - krótki przegląd płatnych odnośników (258)
- Tydzień 6. Sprzedawanie za pomocą wyszukiwarek (259)
  - o Poniedziałek - widoczność sklepu (259)
  - o Wtorek - witryna, która sprzedaje (260)
  - o Środa - porównywarki cen (263)
  - o Czwartek - recenzje klientów (264)
  - o Piątek - pogromcy marek (269)
- Tydzień 7. Wyszukiwanie wyspecjalizowane (271)
  - o Poniedziałek - wyszukiwanie rysunków (271)
  - o Wtorek - wyszukiwanie informacji lokalnych (275)
  - o Środa - wyszukiwanie blogów (277)
  - o Czwartek - wyszukiwanie wideo (282)
  - o Piątek - dodatkowe funkcje w wyszukiwarce Google (285)
- Tydzień 8. Badania i rozwój (288)
  - o Poniedziałek - nowości i trendy w SEO (288)
  - o Wtorek - analiza Dziennika zadań (292)
  - o Środa - wyszukiwanie międzynarodowe (292)
  - o Czwartek - dzień "małpy w poślizgu" (295)
  - o Piątek - rozważania analityczne (296)

## **Rozdział 9. Miesiąc trzeci - SEO to styl życia (299)**

- Tydzień 9. Dodawanie materiałów (300)
  - o Poniedziałek - odkrywanie dostępnych materiałów (300)
  - o Wtorek - tworzenie nowych materiałów (303)
  - o Środa - optymalizowanie dokumentów innych niż strony HTML (306)
  - o Czwartek - złodzieje materiałów (310)
  - o Piątek - ulepszanie mapy witryny (312)
- Tydzień 10. PPC i ROI (314)
  - o Poniedziałek - porządkowanie danych na temat płatnych odnośników (315)
  - o Wtorek - usuwanie nieskutecznych słów (315)
  - o Środa - możliwości w wyszukiwaniu naturalnym (318)
  - o Czwartek - optymalizowanie stron wejściowych (321)
  - o Piątek - domykanie pętli ROI dla PPC (326)
- Tydzień 11. W czym tkwi problem? (328)
  - o Poniedziałek - nowa witryna, nowe problemy (328)
  - o Wtorek - lepsze wycinki w wynikach wyszukiwania (330)
  - o Środa - usprawnianie pracy zespołu (333)

- o Czwartek - ciekawe narzędzia do oceny witryny (334)
  - o Piątek - usuwanie złych wyników (336)
- Tydzień 12. Raport o stanie SEO (339)
  - o Poniedziałek - sprawdzanie wyników naturalnych (340)
  - o Wtorek - sprawdzanie odnośników (343)
  - o Środa - konwersje i ruch (344)
  - o Czwartek - obserwowanie płatnych odnośników (346)
  - o Piątek - możliwości i pozycje wymagające działań (349)
- Co dalej? Własny sposób na SEO (350)

## **Rozdział 10. Bonus i wolny czas bez poczucia winy (353)**

- Spektrum pomijania zadań (354)
  - o Pomysły na zmniejszenie nakładów pracy przy SEO (355)
- Kontinuum dodatkowych zadań (357)
- Bonusowe zadania (358)
  - o Wyszukiwarka wewnętrzna (358)
  - o Narzędzia dla webmasterów (359)
  - o Sprawdzanie obecności konkurencji w katalogach (363)
  - o Format hCard (363)
  - o Przeglądanie Dziennika zadań (364)
  - o Optymalizowanie oświadczeń prasowych (365)
  - o Roboty odwiedzające witrynę (366)

## **Dodatek (369)**

### **Słowniczek (379)**

### **Skorowidz (393)**