

Checklista strategiczna i analityczna SEO

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

Wydrukuj, sprawdź i odhacz każdy punkt, który masz wdrożony.)

1. Analiza konkurencji

Cele:

Sprawdzenie widoczności konkurencji, fraz kluczowych i strategii linkowania.

- ☒ : ☐ Zidentyfikowano głównych konkurentów w wyszukiwarce
- ☒ : ☐ Sprawdzono ich pozycje w Google dla kluczowych fraz
- ☒ : ☐ Przeanalizowano profil linków konkurencji

Sugestie / pytania:

- ✔ Czy konkurenci posiadają treści lub frazy, które my możemy dodać lub ulepszyć?
- ✔ Czy widać przewagę w linkach lub strukturze strony, którą warto zaimplementować?

Notatki:

2. Ocena profilu backlinków

Cele:

Sprawdzenie jakości, ilości i źródeł linków prowadzących do strony.

- ✓: ☐ Zidentyfikowano wszystkie backlinki
- ✓: ☐ Ocena jakości linków (autorytet domeny, spam score)
- ✓: ☐ Analiza źródeł linków (naturalne vs. nienaturalne)

Sugestie / pytania:

- ✓ Czy należy pozyskać linki z nowych, wartościowych źródeł?
- ✓ Czy trzeba usunąć lub zdysavowować linki niskiej jakości?

Notatki:

3. Wyznaczenie priorytetów działań

Cele:

Ustalenie kolejności wdrażania zmian w oparciu o ich wpływ na widoczność i ruch.

☒: ☐ Lista wszystkich zidentyfikowanych problemów i rekomendacji

☒: ☐ Priorytety: Wysoki / Średni / Niski wpływ na SEO

Sugestie / pytania:

- ✔ Które zmiany przyniosą najszybszy wzrost ruchu organicznego
- ✔ Czy zasoby zespołu pozwalają na natychmiastowe wdrożenie zmian wysokiego priorytetu?

Notatki:

4. Monitoring pozycji słów kluczowych i ruchu

Cele:

Śledzenie efektywności działań SEO.

- ✓: ☐ Wyznaczenie listy kluczowych fraz do monitoringu
- ✓: ☐ Określenie narzędzi do śledzenia pozycji
(np. Google Search Console, Ahrefs, Semrush)
- ✓: ☐ Analiza zmian ruchu organicznego po wdrożeniu zmian

Sugestie / pytania:

- ✓ Jakie frazy mają największy potencjał konwersji?
- ✓ Czy zmiany w treści lub linkach przynoszą poprawę pozycji?

Notatki:

5. Identyfikacja luk w treściach i nowych fraz

Cele:

Wykrycie braków treściowych i szans na rozwój strony.

- ✓: ☐ Analiza brakujących tematów w stosunku do konkurencji
- ✓: ☐ Identyfikacja fraz z potencjałem ruchu organicznego
- ✓: ☐ Propozycja nowych artykułów, landing page'y lub sekcji FAQ

Sugestie / pytania:

- ✓ Czy istnieją treści, które można rozbudować lub zaktualizować
- ✓ Jakie tematy mogą zwiększyć widoczność w wyszukiwarce?

Notatki:

6. Analiza UX i ścieżek konwersji

Cele:

Ocena doświadczenia użytkownika i procesu konwersji.

- ✓: ☐ Sprawdzenie intuicyjności nawigacji i struktury strony
- ✓: ☐ Analiza ścieżek konwersji (od wejścia do celu)
- ✓: ☐ Identyfikacja barier UX, które mogą obniżać współczynnik konwersji

Sugestie / pytania:

- ✓ Czy użytkownicy łatwo znajdują kluczowe informacje?
- ✓ Czy istnieją elementy, które powodują porzucanie strony lub koszyka?

Notatki:

7. Plan wdrożenia rekomendacji

Cele:

Konkretne działania do wykonania po audycie.

- ✓: ☐ Lista wszystkich działań do wdrożenia
- ✓: ☐ Przypisanie odpowiedzialnych osób / zespołów
- ✓: ☐ Harmonogram wdrożenia i monitoringu efektów

Sugestie / pytania:

- ✓ Czy harmonogram uwzględnia wszystkie priorytety?
- ✓ Czy wdrożenie zmian jest możliwe bez zakłóceń w działaniu strony?

Notatki:

8. Regularne powtarzanie audytu

Cele:

Utrzymanie stałej widoczności i reagowanie na zmiany w SEO.

- ✓: ☐ Audyt wykonany przynajmniej raz w roku
- ✓: ☐ Audyt po każdej większej zmianie strony
(redesign, migracja, rozbudowa treści)
- ✓: ☐ Monitoring efektów po wdrożeniu zmian

Sugestie / pytania:

- ✓ Czy ustalono daty kolejnych audytów?
- ✓ Czy zmiany w algorytmach Google są uwzględniane w kolejnych analizach?

Notatki: