

Checklista Pozycjonowania sklepów SEO linkowania i autorytetu

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

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

Cel: Budowa silnego autorytetu sklepu w oczach Google i klientów poprzez strategiczne linkowanie wewnętrzne i pozyskiwanie wartościowych linków zewnętrznych. Dzięki temu sklep zdobywa wyższe pozycje w wyszukiwarkach, generuje stabilny ruch organiczny i przyciąga klientów o dużym potencjale zakupowym.

1. Strategiczne linkowanie wewnętrzne (siatka powiązań produktów)

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy każdy produkt linkuje do minimum 2–3 innych, powiązanych tematycznie produktów?
- ✓ Czy w opisach kategorii znajdują się linki do bestsellerów i nowości?
- ✓ Czy artykuły blogowe zawierają odnośniki do konkretnych produktów i kategorii?

Sugestie:

- ✓ Twórz „siatki powiązań”, np. fotel biurowy → biurko → lampka biurkowa → akcesoria.
- ✓ W opisach kategorii umieszczaj linki do najczęściej wybieranych produktów, co wspiera zarówno SEO, jak i sprzedaż krzyżową.

Notatki:

2. Pozyskiwanie wartościowych linków zewnętrznych (blogi, portale branżowe)

Status ☒: ☐

Pytania:

- ✓ Czy sklep ma linki prowadzące z branżowych serwisów, katalogów i blogów?
- ✓ Czy linki te pochodzą z wiarygodnych i tematycznie powiązanych źródeł?
- ✓ Czy strategia link buildingu jest prowadzona regularnie, a nie jednorazowo?

Sugestie:

- ✓ Publikuj artykuły gościnne w portalach branżowych i blogach tematycznych.
- ✓ Nawiązuj współpracę z influencerami, którzy mogą recenzować produkty i linkować do sklepu.
- ✓ Dbaj o naturalność linków – unikaj masowego kupowania linków niskiej jakości.

Notatki:

3. Wzmianki w mediach społecznościowych i branżowych

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Czy sklep jest wspominany w mediach branżowych lub grupach tematycznych?
- ✔ Czy prowadzone są aktywne profile w social media, które generują ruch i udostępnienia?
- ✔ Czy klienci są zachęcani do wystawiania opinii i dzielenia się linkiem do sklepu?

Sugestie:

- ✔ Angażuj społeczność poprzez konkursy, poradniki i posty edukacyjne z linkami do produktów.
- ✔ Współpracuj z branżowymi portalami i magazynami online.
- ✔ Zachęcaj klientów do udostępniania linków do Twojego sklepu np. w recenzjach.

Notatki:

4. Tworzenie pillar pages i powiązanych artykułów blogowych

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy sklep posiada rozbudowane „strony filarowe” (pillar pages) dotyczące kluczowych tematów?
- ✔ Czy te strony są powiązane linkami z mniejszymi, szczegółowymi artykułami?
- ✔ Czy blog faktycznie wspiera produkty, a nie funkcjonuje w oderwaniu od sklepu?

Sugestie:

- ✔ Stwórz obszerne poradniki np. „Kompletny przewodnik po fotelach biurowych” i powiąż je z wpisami szczegółowymi typu „Fotele ergonomiczne dla programistów”.
- ✔ Linkuj do kategorii i produktów w każdym artykule.
- ✔ Buduj tematyczne „klastry treści” wspierające autorytet w oczach Google.

Notatki:

5. Monitoring linków wychodzących i sprawdzanie ich jakości

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy regularnie monitorujesz linki wychodzące (np. do producentów, partnerów)?
- ✓ Czy wszystkie linki prowadzą do wiarygodnych stron o dobrej reputacji?
- ✓ Czy nie występują linki do stron nieaktywnych lub niskiej jakości?

Sugestie:

- ✓ Raz w miesiącu analizuj linki wychodzące i usuwaj te, które prowadzą do stron z błędami.
- ✓ Oznaczaj linki partnerskie atrybutami „nofollow” lub „sponsored”.
- ✓ Dbaj o równowagę – zbyt wiele linków wychodzących może osłabiać SEO sklepu.

Notatki:

6. Wdrażanie SEO lokalnego i fraz long-tail dla regionów

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy Twój sklep targetuje frazy lokalne (np. „fotele biurowe Warszawa”)?
- ✓ Czy masz zoptymalizowany profil Google Business Profile?
- ✓ Czy frazy long-tail są widoczne w opisach produktów i kategoriach?

Sugestie:

- ✓ Twórz dedykowane strony docelowe dla lokalizacji, jeśli oferujesz sprzedaż stacjonarną.
- ✓ W artykułach blogowych uwzględniaj frazy typu „najlepszy fotel biurowy do pracy zdalnej”.
- ✓ Zbieraj lokalne opinie i recenzje, które wspierają SEO i zwiększają zaufanie klientów.

Notatki:



creative agency