

Checklista Pozycjonowania sklepów SEO technicznego

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

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

Cel: Zapewnienie solidnej, technicznej podstawy sklepu internetowego, która pozwala Google poprawnie indeksować wszystkie podstrony, zwiększa szybkość działania strony i poprawia doświadczenie użytkownika. Bez technicznego SEO nawet najlepiej napisane treści nie przyniosą efektów w wynikach wyszukiwania.

1. Szybkość ładowania strony < 3 sekundy

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy strona wczytuje się w mniej niż 3 sekundy na desktopie i urządzeniach mobilnych?
- ✓ Czy zdjęcia i pliki multimedialne są zoptymalizowane pod rozmiar i kompresję?
- ✓ Czy strona korzysta z cache i szybkiego hostingu?

Sugestie:

- ✓ Kompresuj obrazy i używaj nowoczesnych formatów (WebP).
- ✓ Minimalizuj ilość skryptów JS i CSS lub ładuj je asynchronicznie.
- ✓ Włącz mechanizmy cache i CDN, aby przyspieszyć ładowanie globalnie.

Notatki:

2. Strona responsywna i przyjazna mobilnie

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy sklep wyświetla się poprawnie na różnych ekranach (smartfony, tablety)?
- ✔ Czy elementy interaktywne są łatwe w obsłudze dotykowej?
- ✔ Czy Google nie wykazuje błędów w mobile-friendly test?

Sugestie:

- ✔ Używaj elastycznych układów i jednostek procentowych zamiast sztywnych pikseli.
- ✔ Testuj klikalność przycisków i formularzy na małych ekranach.
- ✔ Wykorzystuj narzędzia Google do testów responsywności i UX.

Notatki:

3. Poprawne linki kanoniczne

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy każda strona posiada odpowiedni link kanoniczny wskazujący jej główną wersję?
- ✔ Czy unikamy duplikacji treści, które mogą obniżyć ranking w Google?

Sugestie:

- ✔ Dodaj tag `<link rel="canonical">` do każdej podstrony produktu i kategorii.
- ✔ W przypadku wariantów produktu (kolor, rozmiar) ustaw kanoniczny URL na główną wersję.

Notatki:

4. Brak błędów 404 i nie działających linków

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy wszystkie linki w sklepie działają poprawnie?
- ✔ Czy Google Search Console zgłasza błędy 404?

Sugestie:

- ✔ Regularnie skanuj sklep narzędziami typu Screaming Frog lub Ahrefs.
- ✔ Twórz przekierowania 301 dla usuniętych produktów.
- ✔ Dodaj przyjazną stronę 404 z linkami do kategorii i produktów.

Notatki:

5. Optymalizacja mapy strony XML

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy mapa strony XML obejmuje wszystkie ważne produkty i kategorie?
- ✔ Czy Google może ją łatwo odczytać i zaindeksować?

Sugestie:

- ✔ Aktualizuj mapę strony automatycznie przy dodawaniu nowych produktów.
- ✔ Upewnij się, że nie zawiera błędnych lub zablokowanych URL.
- ✔ Prześlij mapę strony do Google Search Console.

Notatki:

6. Poprawne przekierowania 301 dla zmienionych URL

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy wszystkie zmienione lub usunięte URL przekierowują na odpowiednie strony?
- ✔ Czy nie ma „łańcuchów przekierowań”, które spowalniają stronę?

Sugestie:

- ✔ Używaj przekierowań 301 zamiast 302, aby zachować moc SEO.
- ✔ Sprawdzaj regularnie przekierowania narzędziami typu Screaming Frog.
- ✔ Aktualizuj mapę strony i linki wewnętrzne po zmianach URL.

Notatki:

7. Zoptymalizowane obrazy i alt text

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy każde zdjęcie ma opis alt opisujący produkt?
- ✔ Czy pliki graficzne mają odpowiednią wielkość, aby nie spowalniać strony?

Sugestie:

- ✔ Używaj alt textu opisującego produkt w sposób naturalny i zawierającego frazy kluczowe.
- ✔ Kompresuj obrazy i używaj nowoczesnych formatów (WebP).
- ✔ Stosuj lazy loading dla obrazów poniżej widocznej części strony.

Notatki:

8. Wdrożenie danych strukturalnych (Schema Markup)

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy produkty, opinie, ceny i dostępność mają odpowiedni schema markup?
- ✓ Czy Google wyświetla rich snippets dla sklepu w wynikach wyszukiwania?

Sugestie:

- ✓ Dodaj schema dla produktów, opinii, FAQ, ofert promocyjnych.
- ✓ Testuj poprawność markup w Google Rich Results Test.
- ✓ Regularnie aktualizuj dane przy zmianach produktów lub cen.

Notatki:

9. Testy indeksowania w Google Search Console

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy wszystkie strony produktu i kategorii są zaindeksowane?
- ✓ Czy nie ma blokad w robots.txt ani metatagach „noindex”?

Sugestie:

- ✓ Regularnie sprawdzaj raport indeksowania w GSC.
- ✓ Używaj funkcji „Sprawdź URL” dla nowych i zmienionych podstron.
- ✓ Popraw błędy i monitoruj skuteczność po wdrożeniu zmian.

Notatki: