

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. W jaki sposób działa wyszukiwarka stron WWW	9
Krótka prezentacja popularnych wyszukiwarek	9
Wyszukiwanie danych	11
Przeszukiwanie grup dyskusyjnych	26
Wyszukiwanie plików graficznych	26
Przeszukiwanie katalogów stron	30
Zapytania i operatory	31
W jaki sposób działa wyszukiwarka	37
W jaki sposób wyszukiwarka zarabia	38
Rozdział 2. Co daje wysoka pozycja w wynikach wyszukiwania	43
Budowa wizerunku	43
Potencjalny wzrost liczby odwiedzin	44
Potencjalny wzrost zysków z prowadzonej strony	45
Sprzedaż	46
Powierzchnia reklamowa	47
Reklama kontekstowa	47
Programy partnerskie	60
Rozdział 3. Walka o pozycję to nie wszystko	61
Wysoki poziom zawartości merytorycznej	61
Czytelność kodu strony	64
Przemyślany układ i system nawigacji	66
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów strony głównej	68
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów podstrony	75
Nazewnictwo stosowane w menu	76
Szata graficzna	80
Rozdział 4. Frazy i słowa kluczowe	85
Dobór słów	85
Myśl jak potencjalny gość, a nie jak właściciel strony	85
Skorzystaj z rankingów najczęściej wyszukiwanych haseł	86
Ocena stopnia trudności oraz konkurencyjności i opłacalności danej frazy	
— analiza konkurencji	100
Odnosiniki prowadzące do strony	102
Wiek domeny	107

Optymalizacja stron konkurencyjnych	108
Konkurencja reklamodawców	109
Rozmieszczenie słów i fraz na stronie	109
Nasycenie strony słowami kluczowymi	111
Stosuj nagłówki	112
Słowa kluczowe w tekście i wyróżnienia	113
Opisy odsyłaczy	114
Umieść słowa i frazy w znacznikach meta	115
Zadbaj o tytuł każdej strony	115
Stosuj atrybuty alt i title	116
Rozdział 5. Hiperłącza	119
Linki przychodzące	121
Różne domeny	122
Różne IP	122
Opis odnośnika	124
Odsyłacze graficzne	127
Odsyłacze z przekierowaniem	127
Linki w JavaScriptcie	129
Przyrost linków wraz z upływem czasu	131
Linki z systemów wymiany linków	133
Linki wychodzące	134
Linki zewnętrzne	134
Linki wewnętrzne	137
PageRank	137
Rozdział 6. Własne zaplecze	141
Wybór domeny	142
Własna domena	143
Wybór rejestratora	144
Pozyskiwanie starych domen	145
Wybór hostingu	148
Zaplecze tematyczne	149
Katalogi stron	149
Presell Pages	151
Scuttle	157
Budowa zaplecza w oparciu o kanały RSS	158
Fora internetowe	159
Galerie zdjęć	160
Strony z filmami wideo	160
Budowa zaplecza pod systemy wymiany linków	161
Gotowce	163
Łańcuch Markowa	164
Pozycjonowanie zaplecza	164
Linkowanie	165
Rozdział 7. Systemy wymiany linków	167
e-WebLink.com	168
Rejestracja i konfiguracja	168
Użytkowanie	172
Dodatkowe możliwości	177
STATLINK.pl	179
Rejestracja i konfiguracja	179
Użytkowanie	183
Dodatkowe możliwości	187

SeoDopalacz.pl	187
Rejestracja i konfiguracja	188
Użytkowanie	193
Dodatkowe możliwości	196
Pozostałe systemy wymiany linków	197
Rozdział 8. Indeksacja witryny	199
Jak to wygląda w praktyce	199
Sprawdzanie stopnia indeksacji	207
Sposoby poprawy indeksacji witryny	212
Plik robots.txt	212
Dodatkowe znaczniki <meta>	216
Udrażnianie systemu nawigacyjnego	217
Mapa witryny	231
Zwiększanie liczby odsyłaczy zewnętrznych	240
Kontrola szybkości indeksacji witryny przez Google	245
Rozdział 9. Nieetyczne sposoby pozycjonowania	249
Najpopularniejsze metody	250
Ukryty tekst	250
CSS w służbie pozycjonera	253
Pozycjonowanie pod frazy niezgodne z tematyką witryny	258
Cloaking	259
Przekierowania i doorway pages	266
Fałszywy PageRank	268
Mirrory stron	271
Rozdział 10. Prezentacja potencjalnych zagrożeń i błędów	273
Najczęściej popełniane błędy	273
Błędnie dobrane słowa kluczowe	273
Błędne rozmieszczenie słów kluczowych na stronie	274
Przesycenie strony słowami kluczowymi	274
Źle dobrane domeny	275
Duża liczba subdomen ze słowami kluczowymi	275
Słowa kluczowe w adresach podstron	275
Zła konstrukcja strony	276
Błędne linkowanie wewnętrzne	276
Zduplikowana treść	277
Zbyt szybki przyrost linków	278
Złe sąsiedztwo	278
Brak dostępności strony dla robotów wyszukiwarek	279
Konsekwencje błędów lub stosowania nieetycznych metod pozycjonowania	279
Ban	280
Filtry	284
Sposoby walki z konsekwencjami nieodpowiedzialnego pozycjonowania strony	285
Pozbycie się bana	285
Pozbycie się filtra	287
Rozdział 11. Śledzenie ruchu na stronie	289
Statystyki oglądalności	289
Stat24	289
AWStats	301
Google Analytics	307
Monitoring rankingów wyszukiwarek	318
Pozycja w wynikach wyszukiwania	318

Kontrola stopnia indeksacji	324
Kontrola liczby odsyłaczy zewnętrznych	325
Kreator stanu witryny	325
Rozdział 12. Reklama w wyszukiwarkach jako sposób na szybkie wyniki	329
Zasady działania kampanii reklamowych w wyszukiwarkach	330
Koszt	330
Słowa kluczowe	330
Treść boksu sponsorowanego	332
Landing Page	334
OnetBoksy	334
Rejestracja	336
Tworzenie kampanii	336
Zarządzanie kampaniami i boksami	339
Linki sponsorowane Adkontekst	341
Rejestracja i tworzenie kampanii	342
Zarządzanie kampaniami i reklamami	345
AdWords	349
Rejestracja i tworzenie kampanii	349
Zarządzanie kampaniami	352
Tworzenie kampanii	356
Podsumowanie	359
Rozdział 13. Dodatek	363
Prezentacja przydatnych narzędzi	363
Web Developer	363
CustomizeGoogle	364
Search Status	364
SEO for Firefox	366
Pozostałe dodatki	368
Colour Contrast Analyser	368
Web-Tools	368
Google Webmaster Tools	385
Inne sposoby zwiększania popularności witryny	404
Sygnatury	404
Biuletyny informacyjne	404
Kanały RSS, ping i tracback	409
Dane identyfikacyjne robotów wyszukiwarek	412
Słownik pojęć	412
Podsumowanie	421
Skorowidz	423