

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. W jaki sposób działa wyszukiwarka stron WWW	9
Krótka prezentacja popularnych wyszukiwarek	9
Wyszukiwanie danych	14
Przeszukiwanie grup dyskusyjnych	26
Wyszukiwanie plików graficznych	26
Zapytania i operatory	29
W jaki sposób działa wyszukiwarka	33
W jaki sposób wyszukiwarka zarabia	34
Rozdział 2. Co daje wysoka pozycja w wynikach wyszukiwania	39
Budowa wizerunku	39
Potencjalny wzrost liczby odwiedzin	40
Potencjalny wzrost zysków z prowadzonej strony	42
Sprzedaż	42
Powierzchnia reklamowa	43
Reklama kontekstowa	43
Programy partnerskie	55
Rozdział 3. Walka o pozycję to nie wszystko	57
Wysoki poziom zawartości merytorycznej	57
Czytelność kodu strony	60
Przemyślany układ i system nawigacji	63
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów strony głównej	63
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów podstrony	71
Nazewnictwo stosowane w menu	72
Szata graficzna	75
A co na to Panda... ..	78
Mikroformaty	81
Rozdział 4. Frazy i słowa kluczowe	87
Dobór słów	87
Myśl jak potencjalny gość, a nie jak właściciel strony	87
Skorzystaj z rankingów najczęściej wyszukiwanych haseł	88
Hasła wyszukane w Twoim serwisie	102
Sugestie wyszukiwarki Google	104

Ocena stopnia trudności oraz konkurencyjności i opłacalności danej frazy	
— analiza konkurencji	104
Odnośniki prowadzące do strony	106
Wiek domeny	111
Optymalizacja stron konkurencyjnych	112
Konkurencja reklamodawców	112
Rozmieszczenie słów i fraz na stronie	113
Nasylenie strony słowami kluczowymi	113
Stosuj nagłówki	113
Słowa kluczowe w tekście i wyróżnienia	114
Opisy odsyłaczy	116
Umieść słowa i frazy w znacznikach meta	117
Zadbaj o tytuł każdej strony	117
Stosuj atrybuty alt i title	118

Rozdział 5. Hiperłącza 121

Linki przychodzące	123
Różne domeny	124
Różne IP	124
Opis odnośnika	126
Odsyłacze graficzne	128
Odsyłacze z przekierowaniem	129
Linki w JavaScriptcie	131
Przyrost linków wraz z upływem czasu	132
Linki z systemów wymiany linków	134
Linki wychodzące	135
Linki zewnętrzne	136
Linki wewnętrzne	139
PageRank	140
PageRank i nofollow	141

Rozdział 6. Własne zaplecze 143

Wybór domeny	144
Własna domena	145
Wybór rejestratora	145
Pozyskiwanie starych domen	146
Wybór hostingu	148
Zaplecze tematyczne	150
Katalogi stron	151
Presell Pages	153
Budowa zaplecza na bazie kanałów RSS	158
Fora internetowe	158
Galerie zdjęć	159
Strony z filmami wideo	160
Budowa zaplecza pod systemy wymiany linków	161
Gotowce	162
Łańcuch Markowa	163
Pozycjonowanie zaplecza	163
Linkowanie	164
Pingowanie	165

Rozdział 7. Systemy wymiany linków 167

e-WebLink	168
Rejestracja i konfiguracja	168
Użytkowanie	173
Dodatkowe możliwości	176

Statlink	180
Rejestracja i konfiguracja	180
Użytkowanie	183
Dodatkowe możliwości	184
Pozostałe systemy wymiany linków	185

Rozdział 8. Indeksacja witryny 187

Jak to wygląda w praktyce	187
Sprawdzanie stopnia indeksacji	197
Sposoby poprawy indeksacji witryny	198
Plik robots.txt	199
Dodatkowe znaczniki meta	202
Udrażnianie systemu nawigacyjnego	203
Ramki	212
Mapa witryny	216
Zwiększanie liczby odsyłaczy zewnętrznych	222
Szybkość wczytywania witryny	227
Kontrola szybkości indeksacji witryny przez Google	230

Rozdział 9. Nieetyczne sposoby pozycjonowania 233

Najpopularniejsze metody	234
Ukryty tekst	234
CSS w służbie pozycjonera	237
Pozycjonowanie pod frazy niezgodne z tematyką witryny	242
Cloaking	242
Przekierowania i doorway pages	249
Fałszywy PageRank	251
Mirrory stron	254
Masowe zdobywanie linków	254

Rozdział 10. Prezentacja potencjalnych zagrożeń i błędów 257

Najczęściej popełniane błędy	257
Błędnie dobrane słowa kluczowe	257
Błędne rozmieszczenie słów kluczowych na stronie	258
Przesycenie strony słowami kluczowymi	258
Źle dobrane domeny	259
Duża liczba subdomen ze słowami kluczowymi	259
Słowa kluczowe w adresach podstron	259
Zła konstrukcja strony	260
Błędne linkowanie wewnętrzne	260
Zduplikowana treść	261
Zbyt szybki przyrost linków	262
Złe sąsiedztwo	263
Brak dostępności strony dla robotów wyszukiwarek	263
Konsekwencje błędów lub stosowania nieetycznych metod pozycjonowania	264
Ban	264
Filtry	268
Sposoby walki z konsekwencjami nieodpowiedzialnego pozycjonowania strony	269
Pozbycie się bana	269
Pozbycie się filtra	271

Rozdział 11. Śledzenie ruchu na stronie 273

Statystyki oglądalności	273
Podstawowe pojęcia	273
AWStats	274
Google Analytics	280

Monitoring rankingów wyszukiwarek	290
Pozycja w wynikach wyszukiwania	291
Kontrola stopnia indeksacji	293
Kontrola liczby odsyłaczy zewnętrznych	294

Rozdział 12. Reklama w wyszukiwarkach jako sposób na szybkie wyniki 297

Zasady działania kampanii reklamowych w wyszukiwarkach	298
Koszt	298
Słowa kluczowe	298
Treść boksu sponsorowanego	300
Landing Page	301
OnetBoksy	302
Rejestracja	302
Tworzenie kampanii	304
Zarządzanie kampaniami i bokсами	306
Linki sponsorowane Adkontekst	308
Rejestracja i tworzenie kampanii	309
Zarządzanie kampaniami i reklamami	311
AdWords	315
Rejestracja	315
Tworzenie kampanii	316
Zarządzanie kampaniami	319
Podsumowanie	323

Rozdział 13. Dodatek 325

Prezentacja przydatnych narzędzi	325
Web Developer	325
Search Status	326
Foxy SEO Tool	326
Pozostałe dodatki	327
Colour Contrast Analyser	328
Web-Tools	328
Google Webmaster Tools	344
SEO Bohater — katalogowanie może być szybkie i przyjemne	355
ProLink — giełda linków tekstowych	361
Inne sposoby zwiększania popularności witryny	366
Sygnatury	366
Biuletyny informacyjne	367
Kanały RSS, ping i trackback	371
Serwisy społecznościowe	374
Dane identyfikacyjne robotów wyszukiwarek	375
Słownik pojęć	376

Podsumowanie 385

Skorowidz 387