

Audyt SEO

<http://www.orientec.pl/produkty/dysze-filtracyjne.html>

2015-03-13 09:45

Ocena: **85%**

- ✓ poprawne: 23
- ! warto poprawić: 7
- ✗ należy poprawić: 2

Dobry wynik - Twoja witryna jest w dobrej kondycji i spełnia większość wymagań jakościowych wyszukiwarki!

Nasza analiza elementów składowych strony wykazała, że Twój serwis **w większości spełnia podstawowe wymagania jakościowe wyszukiwarki**, oraz bazowe zasady optymalizacyjne, które są niezmiernie ważne zarówno dla podniesienia rankingu strony - jak i z punktu widzenia zwykłego użytkownika.

Tzw. roboty skanujące zasoby sieci mogą bez problemu odnaleźć, odczytać i zinterpretować informacje zawarte na Twojej witrynie, co pomaga umiejscowić ją **wyżej w rankingu** i sprawia, że jest ona bardziej promowana ze względu na spełnianie **aktualnie obowiązujących standardów jakościowych**.

Jeśli mimo wszystko jesteś perfekcjonistą i chciałbyś jeszcze bardziej poprawić ten wynik - skontaktuj się z nami za pomocą formularza umieszczonego z boku strony.

Jesteśmy do Twojej dyspozycji!

Szczegóły raportu

Dane/statystyki domeny

- Domena www.orientec.pl

Prawidłowo dobrana i przyjazna użytkownikowi domena powinna być możliwie najkrótsza, nie powinna zawierać więcej niż jednego myślnika oraz najlepiej jeśli kojarzy się z przedmiotem działalności firmy - lub ewentualnie zawiera główną frazę kluczową. Rodzaj domeny oraz jej nazwa nie mają wpływu na postrzeganie witryny przez wyszukiwarkę, ale mogą pomóc użytkownikom.

- IP 62.129.206.159

Adres IP nie jest "numerem rejestracyjnym" komputera – nie identyfikuje jednoznacznie fizycznego urządzenia – może się dowolnie często zmieniać (np. przy każdym wejściu do sieci Internet) jak również kilka urządzeń może dzielić jeden publiczny adres IP. Jest to numeryczne wyrażenie adresu Twojego serwera i witryny.

Z pomocą adresu IP można również ustalić fizyczne położenie serwera.

- Wiek domeny brak danych

Wiek domeny jest istotnym parametrem określającym jej wartość, pod warunkiem, że jej historia jest dobra i nie była naznaczona działaniami spammerskimi lub problemami technicznymi.

Dłuższa historia może oznaczać, że strona posiada wiele linków polecających. Jeśli była od początku pozycjonowana i optymalizowana konkurowanie z nią może być o wiele trudniejsze, niż ze stroną która ruszyła niedawno.

- Geolokalizacja serwera Polska (PL)

Jest to parametr czysto informacyjny. Geolokalizacja serwera jest jedynie ciekawostką i nie ma wpływu na SEO. Wiele współdzielonych, polskich hostingów ma wykupione serwery dedykowane za granicą.

- Page Rank brak danych

[Page Rank](#) to metoda nadawania indeksowanym stronom internetowym określonej wartości liczbowej, oznaczającej ich jakość oraz dobrą historię. Wyrażany jest w skali od **0** do **10**.

- Alexa Rank brak danych

[Alexa Rank](#) to orientacyjny ranking najpopularniejszych witryn w internecie. Wartość, którą widzisz przy swojej domenie to umowne miejsce na światowej liście, które zajmuje Twoja witryna pod względem popularności.

Ogólne parametry SEO istotne dla wyszukiwarki

- ✓ Widoczność/indeksowanie serwisu meta robots: ok - strona widoczna dla wyszukiwarki
robots.txt: ok - strona widoczna dla wyszukiwarki

Aby strona mogła pojawić się w wynikach wyszukiwania, **niezbędna jest jej wcześniejsza indeksacja** - czyli zapisanie w bazie wyszukiwarki danych o stronie internetowej. Domeny, które nie pozwalają na indeksowanie swojej zawartości zwyczajnie nie są brane pod uwagę w wynikach wyszukiwania.

Zablokowane indeksowanie to całkowite wyeliminowanie witryny z gry!

- ! Liczba zaindeksowanych stron brak danych

Liczba zaindeksowanych stron to nic innego, jak zakładki i podstrony Twojego serwisu, które odnalazła wyszukiwarka i zapisała w swoich zasobach. Serwisy o większej liczbie zaindeksowanych podstron mają większy potencjał, ze względu na szersze możliwości zamieszczania treści, zdjęć i linków. Jeśli zauważyłeś, że przy Twojej stronie wynik jest niski, mimo, iż posiadasz wiele zakładek - **być może masz problemy z indeksowaniem własnych zasobów**. Należy to poprawić!

- ✗ Przekierowanie WWW / bez WWW nie

Rozmiar serwisu jest wyrażany w KB (Kilobajty). Mimo, iż na przestrzeni ostatnich 3 lat waga stron wzrosła średnio 1.5 raza, to wciąż zasada "im mniej tym lepiej" ma swoje zastosowanie.

Wielkość strony ma wpływ na czas jej ładowania, a tym samym na jej ogólną ocenę przez wyszukiwarkę. Zbyt wolno ładująca się strona zniechęca także użytkowników.

Jeśli to możliwe, staraj się, aby Twój serwis nie odstawał od światowych standardów - czyli ~320KB.

Wskazówka: jeśli posiadasz duże zdjęcia bądź "ciężkie" animacje postaraj się zmniejszyć ich rozmiar. Duże serwisy internetowe zazwyczaj nie mają możliwości zmieszczenia się w powyższych standardach, co nie jest rozpatrywane jako błąd.

✓ Adresy URL przyjazne wyszukiwarce tak

Adresy URL powinny zawierać słowa kluczowe ważne dla poszczególnych podstron serwisu oraz powinny być możliwie jak najkrótsze. Należy unikać nieprzyjaznych i niezrozumiałych dla człowieka znaków specjalnych, parametrów czy tzw. *session ID*. (np. *?sid=188_ad77*)

Po ewentualnej zmianie adresów URL na przyjazne, należy **zawsze przekierować dotychczasowe adresy** na adresy poprawione za pomocą przekierowania 301. Należy również poprawić linkowanie do starych adresów na każdej podstronie, na której występują linki do zmienionych adresów.

Uwaga: ta zmiana wymaga zaawansowanej wiedzy, a samodzielne wprowadzanie zmian może doprowadzić do wielu problemów w obrębie witryny - skontaktuj się z nami jeśli chcesz, aby zajęli się tym profesjonalści.

✓ Obecność technologii Flash nie

Animacja Flash umożliwia zaprojektowanie efektownych graficznie rozwiązań, które wzbogacają estetycznie stronę. Niestety dla wyszukiwarki **jest to technologia nieprzyjazna i mało wartościowa**, ponieważ zazwyczaj nie idzie w parze z tekstem pisanym. Zastosowanie Flash wydłuża także czas ładowania strony, ponieważ animacje zajmują dużo miejsca, a prawidłowe wyświetlanie strony wymaga załadowania całego pliku.

Warto także pamiętać, że **prawie połowa z nas korzysta z urządzeń mobilnych, których większość niestety nie obsługuje Flasha**.

Jeśli więc Twój serwis w głównej mierze opiera się na animacji - **warto zastanowić się nad jego przebudową**, co niejednokrotnie jest inwestycją, która się szybko zwraca!

✓ Obecność ramek nie

Ramki to bloki na stronie, w które wczytywana jest określona treść. **Roboty wyszukiwarek nie pobierają z tych obszarów żadnych informacji**. Często także utrudniają szybkie załadowanie całej zawartości strony. Jeśli chciałbyś, aby Twoje zasoby były w pełni indeksowane - upewnij się, że nic nie jest umieszczone w ramkach.

Wskazówka: Bardzo często wtyczki społecznościowe (np. Facebook lub mapy Google) korzystają właśnie z tego rozwiązania. W tym wypadku nie jest to postrzegane negatywnie. Dodatkowo, **nasz audytor rozpoznaje takie sytuacje, nie traktując ich jako błąd**.

✓ Plik robots.txt tak (dyrektywa Sitemap: tak)

Plik *robots.txt* służy do poinformowania robotów wyszukiwarek, które odpowiadają za analizę naszej witryny, na które pliki lub katalogi nie powinny zwracać uwagi oraz nie powinny ich indeksować.

Plik ten powinien także wskazywać bezpośrednią ścieżkę do *sitemap.xml*.

✓ Plik sitemap.xml tak

Plik *sitemap.xml* jest specjalnie tworzoną mapą - listą adresów dostępnych w naszym serwisie. Jest to plik pomagający wyszukiwarce Google (korzystają z niego również roboty innych wyszukiwarek np. Yahoo czy Bing) w szybszym i sprawniejszym indeksowaniu podstron naszej witryny.

Sitemap.xml jest swego rodzaju nawigacją dla robotów, które szybciej i sprawniej mogą poruszać się po zasobach strony.

Sitemap.xml powinien być także zgłoszony do **Google Webmaster Tools** - jeśli nie wiesz jak to zrobić, skontaktuj się z nami,

✓ Kod Google™ Analytics tak

Google Analytics to narzędzie służące do monitorowania ruchu na stronie, źródeł tego ruchu oraz wszelkich statystyk dotyczących odwiedzin naszej witryny przez internautów.

Dzięki *Google Analytics* możemy sprawdzić ilu użytkowników odwiedza naszą stronę w określonym czasie, które podstrony są najbardziej popularne, na jakich urządzeniach następują połączenia ze stroną. Mamy także wgląd do wielu innych parametrów, które pozwalają na lepsze poznanie osób odwiedzających naszą witrynę.

Analiza tych statystyk jest niezmiernie ważna z punktu widzenia zarówno marketingu jak i możliwości reagowania na ewentualne spadki.

Serwisy, które mają podpięty kod analityczny są także nieco bardziej wiarygodne dla wyszukiwarki.

Zawartość serwisu widziana przez wyszukiwarkę i użytkownika

✓ Meta Title liczba znaków: 37
Dysze filtracyjne do uzdatniania wody

Meta Title, czyli *tytuł strony* to **jeden z najważniejszych elementów serwisu www**, który jest skanowany przez roboty na samym początku ich drogi.

Tytuł strony będzie się wyświetlał w wynikach wyszukiwania Google. Powinien być unikatowy dla każdej podstrony oraz adekwatny do jej zawartości. Zalecana długość meta title to 56-60 znaków.

Pamiętaj, aby zawierał on **ważne dla witryny frazy kluczowe**, jednak nie powtarzane zbyt często i w nienaturalny sposób.

✓ Meta Description liczba znaków: 116
Dysze filtracyjne oferujemy najwyższej jakości systemy dystrybucyjne, oraz nakretki i podkładki światowego lidera

Meta Description, czyli *opis strony* to po *Meta Title* **drugi najważniejszy element optymalizacyjny**, który podobnie jak tytuł, powinien być unikatowy dla każdej podstrony, określać jej zawartość oraz zawierać słowa kluczowe. Podobnie jak title, może się wyświetlać w wynikach wyszukiwania. Zalecana długość meta opisu to maksymalnie 160 znaków.

Tu również należy pamiętać o naturalnym i zbilansowanym doborze fraz kluczowych ważnych dla serwisu.

! Meta Keywords Dysze filtracyjne, Uzdatnianie wody, Serwis, Membrany Filmtec, uzdatnianie wody, Dysza filtracyjna, Stacje Ro

Jest to meta tag, którego rola w wyświetlaniu strony w wynikach wyszukiwania **została wykluczona**. Od kilku lat nie jest brany pod uwagę przez wyszukiwarkę Google. Uwzględniając meta keywords na stronie dajemy konkurencji wgląd we frazy, na które dana witryna ma się pojawiać w wynikach wyszukiwania przez co możemy paść ofiarą tzw. *scrapowania danych*.

Zaleca się usuwanie tagu meta keywords z kodu strony.



Stosunek treści do kodu

14%

tekst: 2805 B

HTML: 20580 B

Text to HTML ratio, czyli stosunek ilości treści do kodu strony określa jej treść widoczną w przeglądarce, w odniesieniu do ilości kodu strony, który odpowiada za poprawne jej wyświetlanie. Wskazane jest, żeby ten współczynnik był jak najwyższy. Można zredukować kod strony wykorzystując zewnętrzne pliki CSS i JavaScript lub rozbudowywać treść poprzez copywriting SEO.

Serwisy www, które stosunek treści do kodu mają **niższy niż 10% nie są wartościowe** z punktu widzenia wyszukiwarki. **Optymalny wynik dla tego parametru zaczyna się od 25%**.



Liczba słów i znaków

słów: 340

znaków: 2359

Liczba słów i znaków w serwisie jest parametrem nawiązującym do *text to html ratio*. Warto wiedzieć czym dysponujemy, aby lepiej zaplanować ewentualne działania copywriterskie.

Pamiętaj, że wyszukiwarka czyta, nie ogląda!



Nagłówki H1, H2 i H3

H1 = 1

H2 = 11

H3 = 0

H1: Dysze filtracyjne

H2: Membrany FilmtecTM

H2: Żywice jonowymienne

H2: Uzdatnianie wody

H2: Dysze filtracyjne

H2: Lampy UV

H2: Filtry Everblue

H2: Membrany do myjni samochodowych

H2: Chemikalia Avista

H2: Pozostałe produkty

H2: ZASTOSOWANIE DYSZ FILTRACYJNYCH

H2: INFORMACJE DOTYCZĄCE MATERIAŁU Z KTÓREGO ZOSTAŁY WYKONANE DYSZE FILTRACYJNE

Nagłówki są ważnym elementem struktury strony, które podobnie jak meta dane dostarczają robotom wyszukiwarki informacje dotyczące tematyki serwisu. Na każdej podstronie powinien występować **1 unikatowy nagłówek H1** z treścią adekwatną do zawartości danej podstrony, oraz jeśli to możliwe **minimum 1 nagłówek H2** (tzw. śródtytuł).

Nagłówki H3 świadczą o urozmaiconej treści i dopracowanej konstrukcji serwisu i również warto, aby się znalazły w tekście.

Należy pamiętać, aby nagłówki zawierały **ważne dla serwisu słowa kluczowe**.



Pogrubienia w tekście

tak

Pogrubienia służą wyróżnieniu najważniejszych zagadnień w treści. Dzięki nim tekst staje się przejrzysty i przyjazny użytkownikowi. Wyróżnienia w treści pomagają odbiorcy poruszać się po stronie w poszukiwaniu informacji. Harmonijny tekst zachęca użytkownika do zapoznania się z ofertą i pozostania na stronie, co może mieć korzystne przełożenie na współczynnik odrzuceń.

Urozmaicony i ostylowany tekst jest także sygnałem dla wyszukiwarki o dopracowanej zawartości serwisu.



Atrybut ALT przy grafikach

liczba obrazków (błędne / wszystkie): 0 / 21

Opisy alternatywne, czyli tzw. **ALTy** dodane do obrazków pozwalają robotom wyszukiwarek na lepsze zrozumienie zawartości strony, co sprzyja indeksowaniu witryny. Dzieje się tak, ponieważ **roboty nie potrafią rozpoznać zawartości grafik i szukają ich opisów alternatywnych**. W przypadku nie wyświetlenia się obrazka na stronie (często z przyczyn technicznych) użytkownik widzi opis alternatywny, adekwatny do tego, co zawiera grafika.

Ważne, aby ALTy grafik w serwisie również zawierały frazy kluczowe.



Mikroformaty

Mikrodane: nie
Mikroformaty: nie
RDFa: nie

Mikroformaty i *Mikrodane* są specyficznymi znacznikami w kodzie, które zostały ustandaryzowane przez organizację Schema.org i pomagają wyszukiwarkom rozpoznawać ważne dane zawarte na stronach internetowych, lepiej je interpretować i dzięki temu dostarczać wyczerpujące wyniki wyszukiwania.

Dodatkowo dane objęte mikroformatami mogą pojawiać się w tzw. *rich snippets* czyli fragmentach rozszerzonych w wynikach wyszukiwania wzbogacając wyniki o np. dane personalne szukanej osoby lub ceny produktów zawartych na stronie. Oznaczenie geolokalizacji może z kolei wspomóc widoczność strony w wynikach lokalnych.



Liczba linków wewnętrznych

15
<http://www.orientec.pl/>
<http://www.orientec.pl/onas.html>
<http://www.orientec.pl/produkty.html>
<http://www.orientec.pl/serwis.html>
<http://www.orientec.pl/artykuly.html>
<http://www.orientec.pl/kontakt.html>
<http://www.orientec.pl/produkty/membrany-filmtec.html>
<http://www.orientec.pl/produkty/zywice-jonowymienne.html>
<http://www.orientec.pl/produkty/uzdatnianie-wody.html>
<http://www.orientec.pl/produkty/lampy-uv-tma.html>
...

Linkowanie wewnętrzne pomaga użytkownikom Internetu i robotom wyszukiwarki poruszać się po stronie w poszukiwaniu potrzebnych informacji. Nie ma limitu w zakresie liczby linków na stronie. Zaleca się jednak wykorzystanie w serwisie tyle odsyłaczy, ile jest potrzebnych dla użyteczności strony przy zachowaniu klarowności i funkcjonalności struktury linkowania.



Liczba linków wychodzących i ich atrybuty (dofollow, nofollow)

5
<http://www.dowwaterandprocess.com/en/products> (dofollow)
http://www.dowwaterandprocess.com/en/products/reverse_osmosis_an... (dofollow)
<http://inaqua.pl/> (dofollow)
<http://www.avistatech.com/> (dofollow)
<http://www.tma.pl/> (dofollow)

Linki wychodzące z witryny (czyli prowadzące do innych, zewnętrznych serwisów) powinny kierować do stron zbliżonych tematycznie oraz możliwie o wyższej jakości (z punktu widzenia robotów Google). Należy wystrzegać się linków do stron o słabej wartości merytorycznej. Dodatkowo strona, do której linkujemy, a która nie przestrzega wskazówek Google dla webmasterów, **może obniżyć ranking naszej witryny**.

Każdy link wychodzący ze strony przekazuje „moc” naszej witryny tej, do której linkujemy, a nie zawsze jest to działanie przez nas pożądane. Takim linkom należy nadać atrybut *“nofollow”*, dzięki czemu m.in. wzmacnianie innych domen kosztem naszej zostanie zablokowane. Taki link zatrzyma robota wyszukiwarki w obrębie naszego serwisu.

Dopuszcza się pozostawienie linków do social media i stron naszych partnerów z atrybutem *“dofollow”*, pod warunkiem, że są powiązane tematycznie z naszą witryną.

- Czy strona ma Blog tak (<http://blog.orientec.pl/>)

Blog jest miejscem w sieci, które można wykorzystać do **budowy świadomości marki**. Może funkcjonować jako doskonałe **centrum informacyjne**, które będzie odpowiedzią na problemy użytkowników poszukujących w Internecie konkretnych rozwiązań. Systematycznie aktualizowany blog, wzbogacony słowami kluczowymi, linkami i podpięty pod domenę strony firmowej, może stanowić **dotatkowe źródło ruchu w serwisie firmy**.

Bardzo często blog jest także doskonale indeksowany, pojawiając się niekiedy w wynikach wyszukiwania na ważne dla nas frazy kluczowe.

Pozostałe elementy serwisu do optymalizacji SEO

- ✓ Liczba błędów w kodzie wg. W3C Validator 0 ([raport](#))

Przeglądarka internetowa nie zawsze ujawni błędy w konstrukcji serwisu, natomiast błędna składnia może utrudniać przeszukiwanie dokumentów przez roboty wyszukiwarki. [W3C Validator](#) umożliwia sprawdzenie witryny pod kątem nieprawidłowości w jej strukturze, posiadając wszystkie aktualne wytyczne jakościowe. Błędy w kodzie należy poprawić, aby serwis był bardziej wartościowy.

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby nanieść te poprawki we własnym zakresie - skontaktuj się z nami.

- ✓ Liczba arkuszy stylu CSS 1

Kaskadowe arkusze stylu (CSS) umożliwiają oddzielenie warstwy odpowiadającej za wygląd strony od części definiującej jej strukturę. Stosowanie arkuszy CSS sprawia, że kod staje się przejrzysty i łatwiej odczytywany przez roboty wyszukiwarek. Z reguły redukcja kodu skraca czas ładowania witryny. Jednak jeżeli strona wykorzystuje wiele plików CSS, ich rozmiar jest duży i zawartość niepotrzebnie powielana, serwer może mieć problemy z wgraniem strony. **Zaleca się, aby liczba arkuszy stylu CSS nie przekraczała 4.**

- ✓ Zgodność z urządzeniami mobilnymi tak

Czy wiesz, że od 21 kwietnia 2015 tzw. **responsywność (RWD - Responsive Web Design)** to jeden z czynników rankujących uznawanych oficjalnie przez algorytm Google? Chodzi tu o nic innego, jak to, **czy Twój serwis internetowy wyświetla się poprawnie na smartfonach i tabletach.**

Google bardzo przywiązuje do tego wagę, gdyż stale rośnie liczba zapytań do wyszukiwarki właśnie z urządzeń przenośnych - w Polsce, w 2015 roku to już nieco ponad 15%.

Jeśli Twoja strona nie będzie dostosowana do tych urządzeń, będziesz tracić na starcie.

Pamiętaj również, że obecność technologii Flash (nawet na stronie, która posiada RWD) to także gwarantowane problemy z wyświetlaniem się tych elementów na tabletach i smartfonach.

Jeśli więc Twój serwis w głównej mierze opiera się na animacji - **warto zastanowić się nad jego przebudową**, co niejednokrotnie jest inwestycją, która się szybko zwraca!



Czas ładowania na urządzeniach mobilnych 0.25 s

Strona powinna być dostosowana do wymogów technicznych urządzeń mobilnych. Jedną z najważniejszych cech wersji mobilnej witryny jest jej czas ładowania na urządzeniach, którym jest dedykowana. Wskazane jest, aby był jak najkrótszy. Użytkownik, który poszukuje informacji w Internecie potrzebuje szybkich i prostych rozwiązań. Długi czas ładowania strony uniemożliwia mu dotarcie do informacji, które są mu potrzebne. Wyświetlanie strony można usprawnić przygotowując jej wersję mobilną z przyjazną dla użytkownika nawigacją, także ograniczając do minimum elementy graficzne.

Pamiętaj, prawie połowa Polaków korzysta ze smartfonów, a wyszukiwania mobilne stanowią coraz większy procent ruchu w wyszukiwarkach!



Obecność na Facebooku

shares: 0

likes: 0

comments: 0

clicks: 0

Facebook daje firmie możliwość budowania społeczności wokół marki. Posiadanie i prowadzenie profilu w serwisie aktywizuje użytkowników i stanowi **dodatkowe źródło ruchu na stronie** internetowej, ponieważ można wykorzystać fan page do linkowania witryny. Należy pamiętać, aby profil na Facebooku był upubliczniony i miał do niego dostęp również osoby niezalogowane do serwisu.

Zarówno *Facebook* jak i inne portale Social Media są doskonałym generatorem wartościowego ruchu, oraz uwiarygodniają Twój serwis i markę.



Obecność na Google Plus

Google+: 1

Posiadanie wpisu w Google Moja Firma to wiele korzyści: otrzymujemy **Stronę firmową na Google Plus, wpis do map Google oraz kolejne źródło wartościowego ruchu.**

Integracja z rozwiązaniami Wyszukiwarki Google uwiarygodnia także naszą witrynę, dając robotom więcej możliwości na dotarcie do niej oraz - co najważniejsze - nasz serwis ma szansę pojawiać się w tzw. **nieorganicznych wynikach wyszukiwania**, czyli tych, które są nam prezentowane przy geolokalnych zapytaniach komercyjnych (np. *restauracja włoska Warszawa*).

Wszelkie działania w obszarze Social Media to również wzmocnienie marki, zwiększenie jej wiarygodności oraz potencjalne skierowanie innych użytkowników na naszą witrynę.