

Dokument společnosti Google

Optimalizace pro vyhledávače – příručka pro začátečníky

Verze 1.1, publikováno 13. listopadu 2008

Vítejte v dokumentu společnosti Google Optimalizace pro vyhledávače – příručka pro začátečníky. Účelem tohoto dokumentu původně bylo poskytovat nápovědu týmům ve společnosti Google. Později nás ale napadlo, že stejně užitečný by mohl být i pro webmastery, kteří jsou v oblasti optimalizace stránek pro vyhledávače nováčky a chtějí zdokonalit interakci svých stránek s uživateli a vyhledávači. I když tato příručka neprozrazuje žádná tajemství, která by vaše stránky katapultovala na první příčky ve výsledcích vyhledávání Google (je nám to vážně líto), postupy uvedené níže usnadní vyhledávačům procházení a indexování vašeho obsahu.

Optimalizace pro vyhledávače spočívá často v drobných úpravách částí webových stránek. Jednotlivě mohou tyto změny působit pouze jako drobná vylepšení, v kombinaci s dalšími prvky optimalizace však mají významný dopad na umístění ve výsledcích přirozeného vyhledávání a na výsledný dojem uživatele. Mnohá témata v této příručce vám pravděpodobně budou blízká, protože jsou nedílnou součástí tvorby webových stránek. Je však možné, že z některých nezískáváte maximální užitek.

The screenshot shows a Google search results page for the query "baseball cards". The search bar at the top contains the text "baseball cards" and a "Search" button. Below the search bar, the page is divided into several sections:

- Web Shopping News Books**: Navigation links.
- Results 1 - 10 of about 4,690,000 for baseball cards (0.15 seconds)**: Search statistics.
- Sponsored Links**: Two sponsored links for "Sell Your Baseball Cards" and "Get Baseball Cards".
- Placené vyhledávání, AdWords**: A large text overlay indicating paid search results.
- Related searches**: "baseball cards prices", "selling baseball cards".
- Přirozené vyhledávání**: Organic search results including "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth", "Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!", and "Baseball Cards 1887-1914".
- Shopping results for baseball cards**: A table of product listings with prices and retailers.
- Baseball Cards at Homeruncards.com**: A link to a website selling baseball cards.

Optimalizace pro vyhledávače má vliv pouze na výsledky přirozeného vyhledávání, nikoliv na výsledky placeného nebo „sponzorovaného“ vyhledávání, jako je například služba Google AdWords.

Ačkoli název příručky obsahuje slovo „vyhledávač“, doporučujeme řídit se při rozhodování o optimalizaci především tím, co je nejlepší pro návštěvníky stránek. Jsou hlavními konzumenty vašeho obsahu a vyhledávače používají k nalezení vaší práce. Pokud se soustředíte výhradně na konkrétní vylepšení, která umožňují dosáhnout lepšího hodnocení ve výsledcích přirozeného vyhledávání, nemusíte dosáhnout požadovaných výsledků. Cílem optimalizace stránek pro vyhledávače je poskytnout stránkám co nejlepší startovní pozici v oblasti viditelnosti ve vyhledávačích.

Nejlépe se vysvětluje pomocí příkladu, proto jsme vytvořili fiktivní webové stránky, které v rámci příručky poslouží jako názorná ukázka. U každého tématu uvádíme o tomto webu tolik informací, kolik je potřeba k vysvětlení příslušné problematiky. Zde je několik základních informací o použitých stránkách:

- Název firmy nebo webových stránek: Brandon's Baseball Cards
- Název domény: brandonsbaseballcards.com
- Zaměření: Prodej baseballových karet online, cenové příručky, články a novinky
- Velikost: Malá, okolo 250 stránek

Vaše stránky mohou být větší nebo menší než tyto a nabízet zcela odlišný obsah, probíraná témata optimalizace se však vztahují na stránky všech velikostí a typů.

Doufáme, že vám naše příručka poskytne nové nápady, jak zlepšit své webové stránky. Oceníme, pokud nám své dotazy, názory nebo příběhy úspěchů sdělíte ve [Fóru nápovědy Google pro webmastery](#).

Vytvořte jedinečné a výstižné názvy stránek

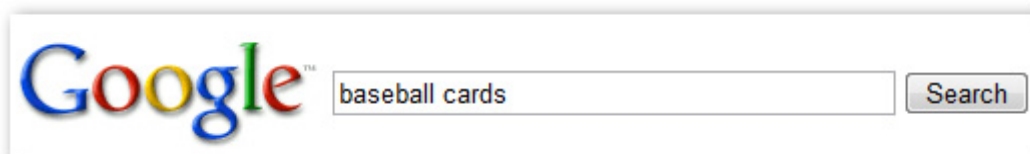
Značka <title> sděluje uživateli i vyhledávači, co je tématem dané stránky. Značka <title> by v dokumentu HTML měla být umístěna v části <head>. V ideálním případě byste měli pro každou stránku na svém webu vytvořit jedinečný název.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of baseball cards, including rookie cards, short prints, and more.">
</head>
<body>
...
```

Název domovské stránky našeho webu s baseballovými kartami, který uvádí název firmy a tři hlavní oblasti zájmu

Pokud se váš dokument zobrazí na stránce s výsledky vyhledávání, je obsah značky title obvykle uveden na prvním řádku výsledku. (Pokud se v různých částech výsledku vyhledávání Google neorientujete, můžete zhlédnout video [anatomie výsledku vyhledávání](#) od Matta Cuttse, inženýra společnosti Google, nebo si prostudovat toto užitečné [schéma stránky s výsledky vyhledávání Google](#).) V názvu jsou tučně zvýrazněna slova, která se vyskytují ve vyhledávacím dotazu uživatele. Uživatelé tak mohou snáze zjistit, nakolik je stránka relevantní vzhledem k jejich vyhledávání.

Název domovské stránky může obsahovat název webových stránek nebo firmy a další důležité informace, jako je fyzické umístění firmy, její zaměření nebo nabídku.

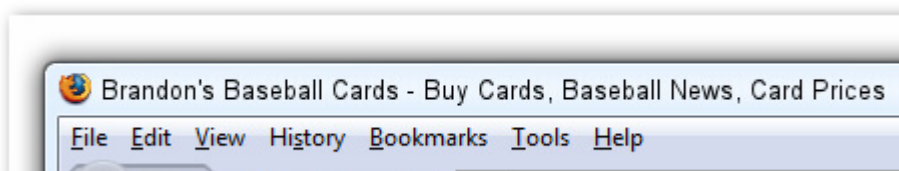


Uživatel zadal dotaz [baseball cards]

Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices

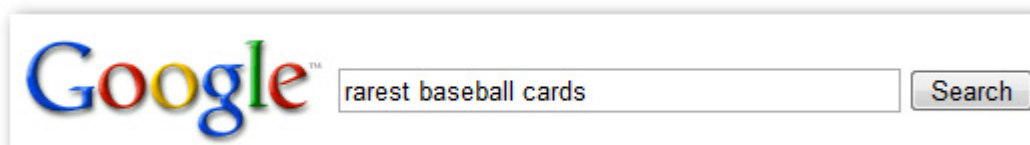
Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...
www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

Naše domovská stránka se zobrazí jako výsledek vyhledávání, s názvem uvedeným na prvním řádku (hledané výrazy zadané uživatelem jsou zobrazeny tučně).



Pokud uživatel klikne na výsledek a navštíví stránku, zobrazí se název stránky v horní části prohlížeče.

Názvy stránek umístěných hlouběji na vašem webu by měly výstižně popisovat zaměření konkrétní stránky a mohou také zahrnovat název webu nebo firmy.



Uživatel zadal dotaz [rarest baseball cards]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

Jako výsledek se zobrazí relevantní stránka (jejíž název je jedinečný vzhledem k jejímu obsahu) umístěná hlouběji na našem webu

Osvědčené postupy pro značky názvů stránek

- **Výstižně popište obsah stránky** – Zvolte název, který efektivně sděluje téma obsahu stránky.
Vyhněte se:
 - použití názvu, který nijak nesouvisí s obsahem stránky,
 - použití výchozích nebo vágních názvů, jako „Bez názvu“ nebo „Nová stránka 1“.
- **Vytvořte jedinečné značky názvů pro každou stránku** – Každá z vašich stránek by v ideálním případě měla mít jedinečnou značku <title>, která vyhledávači Google umožní rozeznat, jak se stránka liší od ostatních na vašem webu.
Vyhněte se:
 - použití jediné značky <title> v rámci velké skupiny stránek nebo všech stránek na webu.
- **Použijte krátké, ale výstižné názvy** – Názvy mohou být krátké a informativní zároveň. Pokud je název příliš dlouhý, Google ve výsledku vyhledávání zobrazí pouze jeho část.
Vyhněte se:
 - použití extrémně dlouhých názvů, které jsou nevýhodné pro uživatele,
 - vkládání nepotřebných klíčových slov do značek <title>.

Využijte značku metadat „description“

Značka metadat „description“ stránky poskytuje vyhledávači Google a jiným vyhledávačům souhrnné informace o tom, co je obsahem dané stránky. Zatímco název stránky je tvořen několika slovy nebo souslovím, značka metadat „description“ může obsahovat jednu či dvě věty nebo krátký odstavec. Nástroje pro webmastery Google poskytují užitečnou [část analýzy obsahu](#), která poskytuje informace o všech značkách metadat „description“, které jsou příliš krátké, příliš dlouhé nebo jsou příliš často duplikovány (stejně informace se zobrazí i pro značky <title>). Značka metadat „description“ by měla být umístěna uvnitř značky <head> dokumentu HTML, podobně jako značka <title>.

```

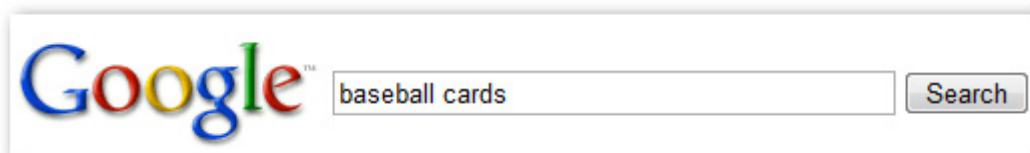
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...

```

Začátek značky metadat „description“ naší domovské stránky, který poskytuje krátký přehled o tom, co náš web nabízí.

Značky metadat „description“ jsou důležité, protože je Google může využít jako úryvky pro vaše stránky. Slovo „může“ je použito úmyslně. Pokud část viditelného textu stránky odpovídá hledanému výrazu uživatele, může Google použít tuto relevantní část. Google také může použít popis webu v adresáři [Open Directory Project](#), pokud jsou vaše webové stránky v tomto adresáři uvedeny (další informace o tom, jak zabránit prohlížeči, aby zobrazoval data z adresáře ODP, naleznete [zde](#)). Na každou stránku je vždy vhodné přidat značku metadat „description“ pro případ, že Google nenalezne vhodnou část textu pro použití v úryvku. V blogu Centra pro webmastery je k dispozici informativní příspěvek o [zdokonalování úryvků pomocí lepších značek metadat „description“](#).

Úryvky se ve výsledku vyhledávání zobrazují pod názvem stránky a nad adresou URL stránky.



Uživatel zadal dotaz [baseball cards]

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)
 Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...
[www.brandonsbaseballcards.com/](#) - 30k - Cached - Similar pages

Jako výsledek se zobrazí naše domovská stránka s částí značky metadat „description“ použitou jako úryvek

Pokud se slova v úryvku vyskytují v hledaném výrazu uživatele, zobrazí se tučně. Uživatel tak může zjistit, zda obsah stránky odpovídá hledaným informacím. Další příklad umístěný níže zobrazuje úryvek ze značky metadat „description“ na hlouběji umístěné stránce (v ideálním případě s vlastní jedinečnou značkou metadat „description“), která obsahuje článek.



rarest baseball cards

Search

Uživatel zadal dotaz [rarest baseball cards]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

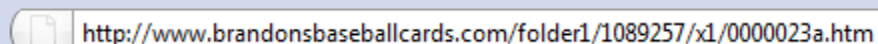
Jako výsledek se zobrazí jedna z našich hlouběji umístěných stránek. Jako úryvek je použita jedinečná značka metadat „description“.

Osvědčené postupy pro značky metadat „description“

- **Výstižně shrňte obsah stránky** – Pokud se značka metadat „description“ zobrazí jako úryvek ve výsledku vyhledávání, měl by váš popis uživatele zároveň zaujmout i informovat.
Vyhněte se:
 - použití značky metadat „description“, která se k obsahu stránky nijak nevztahuje,
 - použití obecných popisů, jako „Toto jsou webové stránky“ nebo „Stránka o baseballových kartách“,
 - vyplnění značky „description“ pouze klíčovými slovy,
 - zkopírování a vložení celého obsahu dokumentu do značky metadat „description“.
- **Použijte jedinečný popis pro každou stránku** – Použití jedinečné značky metadat „description“ pro každou stránku pomáhá uživatelům i vyhledávači Google – především v případě vyhledávání, jehož výsledky zahrnují několik stránek ve vaší doméně (např. vyhledávání pomocí [operátoru site](#)). Pokud mají vaše webové stránky tisíce nebo dokonce miliony stránek, ruční vytváření značek metadat „description“ pravděpodobně není možné. V takovém případě můžete značky metadat „description“ vygenerovat automaticky na základě obsahu každé stránky.
Vyhněte se:
 - použití jedné značky metadat „description“ na mnoha nebo na všech stránkách webu.

Zlepšete strukturu svých adres URL

Pokud vytvoříte popisné kategorie a názvy souborů dokumentů na webových stránkách, pomůže vám to stránky nejen lépe uspořádat, ale může to vést i k lepšímu procházení vašich dokumentů vyhledávači. Můžete tak také vytvořit jednodušší a čitelnější adresy URL pro uživatele, kteří chtějí odkazovat na váš obsah. Extrémně dlouhé a tajemné adresy URL, které obsahují pouze několik rozpoznatelných slov, mohou návštěvníky odradit.



Adresa URL stránky na našem webu o baseballových kartách, s kterou může mít uživatel problémy.

Adresy URL podobné této mohou být matoucí a nepříjemné. Uživatelům může působit problémy si takovou adresu URL zapamatovat nebo na ni vytvořit odkaz. Uživatelé se také mohou domnívat, že některá část adresy URL je nepotřebná, především v případě, že adresa URL zobrazuje velké množství obtížně rozpoznatelných parametrů. Může se stát, že část vynechají a odkaz tím naruší.

Někteří uživatelé mohou vytvořit odkaz na vaši stránku tak, že použijí adresu URL této stránky jako text odkazu. Pokud adresa URL obsahuje relevantní slova, poskytnete uživatelům nebo vyhledávačům o stránce více informací, než ID nebo parametr s podivným názvem.



Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

Výše uvedená zvýrazněná slova mohou uživatele nebo vyhledávače informovat o obsahu cílové stránky předtím, než přejdou na odkaz.

Adresa URL dokumentu se ve vyhledávači Google zobrazí jako část výsledku vyhledávání, a to pod názvem dokumentu a úryvkem. Podobně jako v případě úryvku nebo názvu se slova v adrese URL zobrazí tučně, pokud se nacházejí v hledaném výrazu uživatele.



baseball cards

Search

Uživatel zadal dotaz [baseball cards]

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)

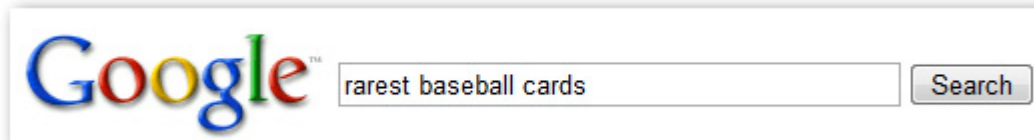
Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...

www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

Jako výsledek se zobrazí naše domovská stránka s adresou URL uvedenou pod názvem a úryvkem

Níže je uveden další příklad adresy URL v naší doméně. Jedná se o adresu stránky, která obsahuje článek o nejvzácnějších baseballových kartách (rarest baseball cards). Slova v adrese URL budou uživateli připadat pravděpodobně zajímavější než číslo ID, např.

www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/.



Uživatel zadal dotaz [rarest baseball cards]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

Jako výsledek se zobrazí hlouběji umístěná stránka, jejíž adresa URL lépe odpovídá typu obsahu na této stránce

Google velmi dobře zvládá procházení všech typů struktur adres URL, i v případě, že jsou velmi složité. Pokud ale věnujete čas zjednodušení adres URL, usnadníte tím práci uživatelům i vyhledávačům. Někteří webmasteři se toho snaží dosáhnout přepisem [dynamických adres URL](#) na statické. Google s tím nemá žádný problém, ale chtěli bychom vás upozornit, že se jedná o náročný postup, a pokud není proveden správně, může dojít k problémům s procházením vašich stránek. Pokud chcete získat další informace o vhodné struktuře adres URL, doporučujeme tuto stránku Centra nápovědy pro webmastery o [vytváření adres URL podporujících technologie Google](#).

Osvědčené postupy pro struktury adres URL

- **Použijte v adresách URL slova** – Adresy URL, které obsahují slova relevantní k obsahu a struktuře vašich webových stránek, jsou pro návštěvníky procházející vaše stránky výhodnější. Návštěvníci si je lépe zapamatují a je možné, že na ně budou častěji odkazovat.

Vyhňte se:

- použití dlouhých adres URL obsahujících nadbytečné parametry nebo ID relací,
- použití obecných názvů stránek, jako „page1.html“,

- použití nadměrného množství klíčových slov, například „baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm“.
- **Vytvořte jednoduchou strukturu adresářů** – Použijte strukturu adresářů, která vhodným způsobem uspořádá váš obsah a usnadní návštěvníkům orientaci na vašich stránkách. Pokuste se pomocí struktury adresářů určit typ obsahu, který se na dané adrese URL nachází.

Vyhněte se:

 - hlubokému vnoření podadresářů, např. „.../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html“,
 - použití názvů adresářů, které nijak nesouvisí s jejich obsahem.
- **Poskytněte jednu verzi adresy URL určenou k dosažení dokumentu** – Pokud se chcete vyhnout tomu, aby někteří uživatelé odkazovali na jednu verzi adresy URL a jiní uživatelé na jinou verzi (může to vést k rozdělení reputace daného obsahu mezi různé verze adresy URL), zaměřte se na to, abyste ve struktuře a interních odkazech svých stránek používali vždy stejnou adresu URL. Pokud zjistíte, že uživatelé přistupují ke stejnému obsahu prostřednictvím několika adres URL, doporučujeme nastavit [přesměrování 301](#) z neupřednostňovaných adres URL na dominantní adresu URL.

Vyhněte se:

 - přístupu ke stejnému obsahu ze subdomén a kořenového adresáře (např. „domain.com/page.htm“ a „sub.domain.com/page.htm“),
 - směšování verzí adres URL s předponou www a bez ní v interní struktuře odkazů,
 - náhodnému použití velkých a malých písmen v adresách URL (mnozí uživatelé očekávají adresy URL uvedené malými písmeny a lépe si je pamatují).

Usnadněte procházení stránek

Systém navigace na webu je důležitý, protože může návštěvníkům usnadnit rychlé vyhledání požadovaného obsahu. Vyhledávačům také umožňuje rozeznat, který obsah považuje webmaster za důležitý. Ačkoliv jsou výsledky vyhledávání Google poskytovány na úrovni stránky, je pro Google důležité i to, jakou roli stránka hraje v širším pohledu na web.

Všechny stránky mají domovskou neboli „kořenovou“ stránku, která je obvykle nejnavštěvovanější stránkou na webu a pro mnoho uživatelů slouží při procházení jako výchozí bod. Pokud váš web neobsahuje pouze malý počet stránek, měli byste se zamyslet, jakým způsobem budou návštěvníci z obecné stránky (vaší kořenové stránky) přecházet na stránky se specifitějším obsahem. Máte dostatečný počet stránek se stejným tématem k tomu, aby mělo smysl vytvořit stránku popisující tyto související stránky (např. kořenová stránka -> seznam souvisejících témat -> konkrétní téma)? Nabízíte stovky různých produktů, které je potřeba roztrždit na různé stránky kategorií a podkategorií?

```

/
/about/
/articles/
/news/
  /2006/
  /2007/
  /2008/
/price-guides/
  /1900-1949/
  /1950-1999/
  /2000-present/
/shop/
  /modern/
    /autographs/
    /rookie-cards/
    /star-cards/
  /vintage/
    /autographs/
    /hall-of-famer-cards/

```

Struktura adresářů našeho malého webu o baseballových kartách

Mapa webu je jednoduchá stránka, na které je zobrazena struktura webových stránek. Obvykle se jedná o hierarchický seznam stránek na vašem webu. Uživatelé mohou tuto stránku navštívit, když mají problémy s vyhledáním stránek na vašem webu. Vyhledávače tuto stránku navštěvují také, čímž získají odkazy na všechny stránky na webu. Stránka je však určena především návštěvníkům z řad uživatelů.

Soubor Sitemap (s velkým písmenem) ve formátu XML, který lze odeslat prostřednictvím [Nástrojů pro webmastery](#) společnosti Google, usnadňuje vyhledávači Google odhalení stránek na vašem webu. Použití souboru Sitemap také představuje jeden ze způsobů, jak vyhledávač Google informovat o tom, kterou adresu URL upřednostňujete jako kanonickou (např. <http://brandonsbaseballcards.com/> nebo <http://www.brandonsbaseballcards.com/>). Další informace naleznete v tématu [co je to preferovaná doména](#). Společnost Google se podílela na vytváření [Generátoru souborů Sitemap](#) s otevřeným zdrojovým kódem, aby usnadnila vytvoření souboru Sitemap pro váš web. Pokud o souborech Sitemap chcete získat další informace, Centrum nápovědy pro webmastery poskytuje užitečnou [příručku pro soubory Sitemap](#).

Osvědčené postupy pro navigaci na webu

- **Vytvořte hierarchii s přirozenou návazností** – Usnadněte uživatelům v nejvyšší možné míře přecházení z obecného obsahu na konkrétní obsah, který na vašem webu hledají. Pokud je to potřeba, přidejte navigační stránky a efektivně je zapracujte do struktury interních odkazů.

Vyhňte se:

- vytváření rozsáhlých webů tvořených navigačními odkazy, např. odkazováním z každé stránky na všechny ostatní stránky na webu,
- nadměrnému členění obsahu (přechod na hluboko uložený obsah vyžaduje 20 kliknutí).

- **Pro navigaci používejte převážně text** – Pokud lze na vašem webu přecházet ze stránky na stránku převážně pomocí textových odkazů, usnadňuje to vyhledávačům procházení a interpretaci vašeho webu. Tento přístup také preferuje velké množství uživatelů, především v zařízeních, která nepodporují funkce Flash nebo JavaScript.

Vyhněte se:

- použití navigace založené výhradně na rozevíracích nabídkách, obrázcích nebo animacích. Některé (ne všechny) vyhledávače tyto odkazy na webu objeví, pokud ale uživatel může ke stránkám na webu získat přístup prostřednictvím běžných textových odkazů, zvýší to přístupnost vašeho webu. (Další informace o tom, jakým způsobem Google zachází s jinými než textovými soubory, naleznete [zde](#).)
- **Použijte navigaci s popisem cesty** – Navigace s popisem cesty je řádek interních odkazů umístěný v horní nebo spodní části stránky, který návštěvníkům umožňuje rychle přejít zpět na předchozí část nebo kořenovou stránku. U většiny navigací s popisem cesty je odkaz na nejobecnější stránku (obvykle kořenovou stránku) zobrazen zcela vlevo a odkazy na konkrétnější části jsou řazeny směrem doprava.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

Odkazy navigace s popisem cesty zobrazené na stránce článku hlouběji na našem webu

- **Vložte na svůj web stránku s mapou webu ve formátu HTML a použijte soubor Sitemap ve formátu XML** – Užitečná může být jednoduchá stránka s mapou webu, která obsahuje odkazy na všechny stránky nebo na ty nejdůležitější z nich (pokud má váš web stovky nebo tisíce stránek). Vytvořením souboru Sitemap ve formátu XML pro svůj web zajistíte, že vyhledávače objeví stránky na vašem webu.

Vyhněte se:

- použití zastaralé stránky s mapou webu ve formátu HTML s nefunkčními odkazy,
- vytvoření mapy webu ve formátu HTML, která stránky uvádí v seznamu bez setřídění (například podle předmětu).
- **Zvažte, co se stane, pokud uživatel část adresy URL odebere** – Někteří uživatelé mohou váš web procházet neobvyklým způsobem. Měli byste s tím počítat. Namísto použití odkazů v navigaci s popisem cesty na stránce se uživatel může pokusit vyhledat obecnější obsah například tak, že odstraní část adresy URL. Může třeba navštívit adresu <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm> a potom se pokusit zobrazit všechny novinky z roku 2008 tak, že do prohlížeče zadá adresu <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/>. Zobrazí se v takové situaci obsah vašeho webu nebo chyba 404 (stránka nebyla nalezena)? A co přesunout se o úroveň adresáře výš na adresu <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/>?

- **Zajistěte užitečnou stránku chyby 404** – Uživatelé občas přejdou na stránku, která na vašem webu neexistuje, obvykle použitím přerušeno odkazu nebo zadáním nesprávné adresy URL. [Vlastní stránka chyby 404](#), která uživateli pomůže přejít zpět na funkční stránku na vašem webu, může výrazně posílit kladné hodnocení webu uživatelem. Stránka chyby 404 by měla obsahovat odkaz zpět na kořenovou stránku. Může poskytovat také odkazy na populární nebo související obsah na vašem webu. Google poskytuje [widget 404](#), který můžete vložit na svou stránku chyby 404 a tím na ní automaticky přidat celou řadu užitečných funkcí. Pomocí Nástrojů pro webmastery Google můžete také vyhledat [zdroje adres URL, které způsobují chyby „stránka nebyla nalezena“](#).

Vyhněte se:

- povolení indexování svých stránek chyby 404 ve vyhledávačích (zkontrolujte, že je váš webový server nakonfigurován tak, aby při požadavku na neexistující stránky vrátil [stavový kód HTTP 404](#)),
- poskytování neurčitých zpráv, jako „Nenalezeno“ nebo „404“, nebo úplnému vynechání stránky chyby 404,
- použití návrhu stránky chyby 404, který není konzistentní se zbytkem vašeho webu.

Poskytujte kvalitní obsah a služby

Vytváření vysoce kvalitního a užitečného obsahu ovlivní váš web pravděpodobně více, než kterýkoli ze zde zmiňovaných faktorů. Uživatelé dobrý obsah rozpoznají na první pohled a je pravděpodobné, že na něj odkážou jiné uživatele. Mohou to udělat prostřednictvím příspěvků blogu, sociálních služeb médií, e-mailu, fór nebo pomocí jiných prostředků. Přirozené šíření nebo šíření ústní formou pomáhá budovat reputaci vašeho webu mezi uživateli i v rámci služeb Google. Informace o webu, který nemá kvalitní obsah, se šíří zřídka.

Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

Blogger objevil část vašeho obsahu, která ho zaujala, a umístil odkaz na tuto část do příspěvku blogu.

Ačkoliv se vytvářený obsah může týkat prakticky čehokoli, zde je několik doporučených osvědčených postupů:

Osvědčené postupy pro obsah

- **Pište dobře čitelný text** – Uživatelé dávají přednost obsahu, který je dobře napsán a snadno se čte.

Vyhněte se:

- ledabylému psaní textů s množstvím pravopisných nebo gramatických chyb,

- vkládání textu ve formě obrázků (uživatelé takový text nemohou zkopírovat a vložit a vyhledávače jej nedokážou číst).
- **Držte se tématu** – Vždycky se vyplatí uspořádat obsah tak, aby měli návštěvníci přehled o tom, kde téma končí a kde začíná další. Rozdělením obsahu do významových celků nebo útvarů umožníte uživatelům rychleji vyhledávat informace.
Vyhněte se:
 - nahromadění velkého objemu textu k různým tématům na stránce bez odstavců, podnadpisů nebo odděleného rozložení.
- **Používejte relevantní jazyk** – Zvažte, jaká slova uživatel použije pro vyhledání obsahu. Uživatelé, kteří jsou s tématem dobře obeznámeni, mohou použít jiná klíčová slova než uživatelé, kteří se s tématem seznámili nedávno. Dlouholetý baseballový fanoušek může hledat výraz [nlcs], akronym pro název soutěže National League Championship Series, zatímco nový fanoušek může použít obecnější dotaz, například [baseball playoffs]. Pokud tyto rozdíly ve vyhledávacích návycích předvídáte a přizpůsobíte jim psaní obsahu (použitím vhodné kombinace sousloví klíčových slov), můžete dosáhnout dobrých výsledků. Služba Google AdWords poskytuje užitečný [Nástroj pro návrh klíčových slov](#), který pomáhá objevit nové varianty klíčových slov a umožňuje zjistit přibližný počet výskytů každého klíčového slova ve vyhledávání. Služba Nástroje pro webmastery Google také poskytuje [nejvýznamnější vyhledávací dotazy](#), které vedly k zobrazení vašeho webu, a dotazy, které na váš web přivedly nejvíce uživatelů.
- **Vytvořte aktuální a jedinečný obsah** – Nový obsah přiměje stávající návštěvníky, aby se vraceli zpět, a přiláká návštěvníky nové.
Vyhněte se:
 - přepracování (či dokonce zkopírování) existujícího obsahu, které má pro uživatele minimální hodnotu,
 - duplicitním verzím obsahu na vašem webu nebo verzím, které duplikát připomínají (další informace naleznete v části [duplicitní obsah](#)).
- **Nabízejte exkluzivní obsah nebo služby** – Zvažte vytvoření nové, užitečné služby, kterou nenabízí žádný jiný web. Můžete také napsat nápaditou výzkumnou zprávu, zveřejnit vzrušující novinku nebo využít svoji jedinečnou uživatelskou základnu. Jiným webům k tomu mohou chybět potřebné zdroje nebo zkušenosti.
- **Vytvářejte obsah pro uživatele, nikoli pro vyhledávače** – Pokud web navrhnete s ohledem na potřeby návštěvníků a zároveň zajistíte jeho dobrou přístupnost pro vyhledávače, dosáhnete pravděpodobně dobrých výsledků.
Vyhněte se:
 - vkládání mnoha nepotřebných klíčových slov, která jsou zaměřena na vyhledávače, ale pro uživatele jsou obtížná nebo nesrozumitelná,
 - blokům textu, jako „časté pravopisné chyby vyskytující se při pokusech o přístup na tuto stránku“, které pro uživatele nemají téměř žádnou hodnotu,
 - klamnému [skrývání textu před uživateli](#) a současnému zobrazení tohoto textu pro vyhledávače.

Napište lepší text odkazu

Text odkazu je text, na který lze kliknout a který se uživateli zobrazí jako výsledek odkazu. Je umístěn uvnitř značky ukotvení ``.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

Tento text odkazu výstižně popisuje obsah jedné nebo více našich stránek článků

Tento text poskytuje uživatelům a vyhledávači Google informace o stránce, na kterou odkazujete. Odkazy na vaši stránce mohou být interní (odkazují na další stránky na vašem webu) nebo externí (odkazují na obsah na jiných webech). V obou těchto případech platí, že čím lepší je váš text odkazu, tím snáze mohou uživatelé na web přejít. Také vyhledávač Google může snáze rozpoznat zaměření stránky, na kterou odkazujete.

Osvědčené postupy pro text odkazů

- **Zvolte popisný text** – Text odkazu by měl poskytovat alespoň základní informace o tom, jaké je zaměření stránky, na kterou odkazuje.

Vyhnete se:

- psaní obecných textů odkazů, např. „stránka“, „článek“ nebo „klikněte sem“,
- textu, který nesouvisí s tématem nebo obsahem stránky, na kterou odkazujete,
- častému použití adresy URL stránky jako textu odkazu (někdy však může být takové použití opodstatněné, například při propagaci nové adresy webu nebo odkazování na ni).

- **Pište výstižné texty** – Zaměřte se na krátký, ale popisný text tvořený obvykle několika slovy nebo krátkou frází.

Vyhnete se:

- dlouhým textům odkazů, například dlouhým větám nebo krátkým odstavcům.

- **Naformátujte odkazy, aby je bylo snadné rozpoznat** – Usnadněte uživatelům odlišení běžného textu a textu odkazů. Pokud uživatelé odkazy přehlédnou nebo na ně kliknou náhodně, váš obsah bude méně užitečný.

Vyhnete se:

- použití jazyka CSS nebo stylu textu, který způsobí, že budou odkazy vypadat jako běžný text.

- **Zamyslete se také nad textem interních odkazů** – Je možné, že o odkazování obvykle uvažujete ve smyslu odkazování na jiné weby, než je ten váš. Pokud věnujete více pozornosti textu použitému pro interní odkazy, můžete uživatelům a vyhledávači Google usnadnit procházení vašeho webu.

Vyhněte se:

- textu odkazů vytvořenému pouze s ohledem na vyhledávače, který je příliš dlouhý nebo obsahuje nadměrné množství klíčových slov,
- nepotřebným odkazům, které uživatelům procházení webu nijak neusnadňují.

Používejte správně značky nadpisu

Účelem značek nadpisu (nezaměňovat se značkou HTML <head> nebo hlavičkami protokolu HTTP) je popsat uživatelům strukturu stránky. Existuje šest velikostí značek nadpisu, od velikosti <h1> (nejdůležitější) po velikost <h6> (s nejnižší důležitostí).

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised to find several hundred dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After sorting through them, he decided to give the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

Na stránce obsahující zprávy lze název webu umístit do značky <h1> a téma zprávy do značky <h2>..

Značky nadpisu obvykle zvětší velikost textu, který je v nich obsažen, oproti běžnému textu na stránce. Uživatelům tak slouží jako vizuální pomůcka pro identifikaci důležitého textu a mohou vypovídat o obsahu pod textem nadpisu. Několik velikostí nadpisů použitých ve správném pořadí vytvoří hierarchickou strukturu obsahu a usnadní uživatelům procházení dokumentu.

Osvědčené postupy pro značky nadpisu

- **Představte si, že píšete osnovu** – Pokud určíte hlavní a vedlejší body obsahu na stránce (podobně, jako při psaní osnovy k rozsáhlému textu), můžete vhodným způsobem použít značky nadpisu.
Vyhněte se:
 - umístění textu do značek nadpisu způsobem, který neusnadňuje určení struktury stránky,
 - použití značek nadpisu v případech, kdy je vhodné použít jiné značky, např. nebo ,
 - neuspořádanému přiřazování velikostí značek jednotlivým nadpisům.
- **Značky nadpisů používejte na stránce v rozumném množství** – Používejte značky nadpisů pouze tam, kde to má smysl. Příliš velké množství značek nadpisu na stránce může uživatelům ztížit procházení obsahu. Také pro ně bude těžší určit, kde končí téma a začíná jiné.

Vyhněte se:

- nadměrnému použití značek nadpisu na stránce,
- umístění celého textu stránky do značky nadpisu,
- použití značek nadpisu pouze ke stylizaci textu a nikoliv k vytvoření struktury.

Optimalizujte použití obrázků

Obrázky se mohou zdát jako málo komplikovaná součást vašeho webu, jejich použití však lze optimalizovat. Každý obrázek může mít výstižný název souboru a atribut „alt“. Obojí můžete využít ve svůj prospěch.

Atribut „alt“ umožňuje zadat alternativní text, který se zobrazí v případě, že z nějakého důvodu nelze zobrazit obrázek.

```

```

Alternativní text je v tomto případě stručným a výstižným popisem obrázku

Jaké jsou důvody k použití tohoto atributu? Pokud uživatel zobrazí váš web pomocí prohlížeče, který nepodporuje obrázky, nebo používá alternativní technologie, například hlasovou čtečku, poskytne mu obsah atributu „alt“ informace o daném obrázku.

A rectangular placeholder box with a thin red border. Inside the box, the text "2008 Signed World Series Baseball" is written in a simple, black, sans-serif font.

Pictured above is a baseball signed by the winning team of the 2008 World Series. This is a great collectible for all fans.

Náš obrázek se uživateli z nějakého důvodu nezobrazil, je tedy zobrazen alespoň alternativní text.

Dalším důvodem je, že pokud používáte obrázek jako odkaz, alternativní text daného obrázku má stejnou funkci, jako viditelný text textového odkazu. Pokud je to možné, doporučujeme používat k navigaci na webu spíše textové odkazy než obrázky. Optimalizace názvů souborů a alternativních textů obrázků také usnadňuje rozpoznávat obrázky projektům vyhledávání obrázků, jako je služba [Vyhledávání obrázků Google](#).

Osvědčené postupy pro obrázky

- **Používejte krátké a výstižné názvy souborů nebo alternativní texty** – Pro názvy souborů a alternativní texty (pro jazyky ASCII) platí stejná pravidla, jako pro jiné části stránky určené k optimalizaci. Nejlepší jsou tehdy, pokud jsou krátké a výstižné.

Vyhňte se:

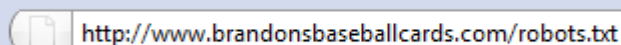
- obecným názvům souborů, např. „obrazek1.jpg“, „foto.gif“ nebo „1.jpg“ (pokud je to možné – některé weby obsahující tisíce obrázků mohou zvolit automatické přidělování názvů obrázkům),
 - příliš dlouhým názvům souborů,
 - zaplnění alternativního textu klíčovými slovy nebo kopírování a vkládání celých vět.
- **Zadejte alternativní text, pokud obrázky používáte jako odkazy** – Pokud se rozhodnete použít obrázek jako odkaz, zadáním alternativního textu umožníte vyhledávači Google získat další informace o stránce, na kterou odkazujete. Představte si, že píšete text pro textový odkaz.

Vyhňte se:

- příliš dlouhému alternativnímu textu, který lze považovat za spam,
 - procházení webu založenému výhradně na odkazech ve formě obrázků.
- **Obrázky ukládejte do jejich vlastních adresářů** – Namísto rozptýlení obrázků do mnoha adresářů a podadresářů v doméně zvažte jejich soustředění do jednoho adresáře (např. brandonsbaseballcards.com/images/). Zjednodušíte tak cestu ke svým obrázkům.
- **Používejte běžně podporované typy souborů** – Většina prohlížečů podporuje obrázky ve formátu [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) nebo [BMP](#). Doporučujeme upravit příponu souboru tak, aby odpovídala typu souboru.

Využijte efektivně soubor robots.txt

Soubor robots.txt informuje vyhledávače o tom, zda mohou přistupovat k částem vašeho webu a procházet je. Tento soubor musí mít název „robots.txt“ a je umístěn v kořenovém adresáři vašeho webu.



<http://www.brandonsbaseballcards.com/robots.txt>

Adresa našeho souboru robots.txt

```
User-agent: *  
Disallow: /images/  
Disallow: /search
```

*Žádní kompatibilní vyhledávací roboti (označení symbolem zástupného znaku *) nemohou přistupovat k obsahu v adresáři /images/ nebo k jakékoli adrese URL, jejíž cesta začíná na /search. Tento obsah nemohou vyhledávací roboti ani procházet.*

Je možné, že zobrazení některých stránek ve výsledcích vyhledávání nepřinese uživatelům žádný užitek. V takovém případě můžete chtít zabránit jejich procházení. Vyhledávačům můžete v procházení vašich stránek zabránit pomocí [generátoru souboru robots.txt](#), který poskytuje služba Nástroje pro webmastery Google. Pokud váš web používá subdomény a chcete zabránit procházení stránek v určité subdoméně, je nutné vytvořit pro danou subdoménu oddělený soubor robots.txt. Chcete-li získat další informace o souboru robots.txt, doporučujeme příručku Centra nápovědy pro webmastery týkající se [použití souborů robots.txt](#).

Existuje celá řada dalších způsobů, jak zabránit zobrazení obsahu ve výsledcích vyhledávání. Můžete například přidat atribut „NOINDEX“ ke značce metadat robots, použít soubor .htaccess k ochraně adresářů heslem nebo pomocí služby Nástroje pro webmastery Google odebrat obsah, který byl již procházen. Zhlédněte video, ve kterém inženýr společnosti Google Matt Cutts hovoří o [rizicích spojených s jednotlivými metodami blokování adres URL](#).

Osvědčené postupy pro soubor robots.txt

- **Pro citlivý obsah používejte bezpečnější postupy** – Soubor robots.txt není pro blokování citlivého nebo důvěrného obsahu dostatečný. Pokud se na internetu stále nacházejí odkazy na blokované adresy URL (například v protokolech odkazujícího serveru), vyhledávače mohou na tyto adresy stále odkazovat (zobrazí se pouze adresa URL, bez názvu nebo úryvku). Nekompatibilní nebo neautorizované vyhledávače, které nerespektují protokol Robots Exclusion Standard, se nemusí instrukcemi vašeho souboru robots.txt řídit. Může se dokonce stát, že si zvědavý uživatel zobrazí adresáře nebo podadresáře ve vašem souboru robots.txt a uhodne adresu URL obsahu, který nechcete zpřístupnit. Chcete-li zvolit bezpečnější alternativu, můžete soubor šifrovat nebo jej chránit heslem pomocí souboru .htaccess.

Vyhnete se:

- povolení procházení stránek podobných stránkám s výsledky vyhledávání (uživatelé nemají v oblibě přecházení z jedné stránky s výsledky vyhledávání na jinou, které nepřináší významnou přidanou hodnotu),
- povolení procházení velkého množství automaticky vytvořených stránek se stejným nebo mírně odlišným obsahem: „Skutečně by v indexu vyhledávače mělo být těchto 100 000 téměř duplicitních stránek?“,
- povolení procházení adres URL vytvořených jako výsledek služeb serveru proxy.

Věnujte pozornost atributu rel="nofollow" pro odkazy

Nastavení atributu „rel“ odkazu na hodnotu “nofollow“ informuje vyhledávač Google, že by neměly být sledovány určité odkazy na vašem webu nebo že by reputace vašeho webu neměla být předávána na odkazované stránky. Sledování odkazu lze zamezit přidáním atributu rel="nofollow" do značky ukotvení daného odkazu.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

Pomocí hodnoty nofollow můžete zabránit předávání reputace vašeho webu na odkazovaný, ale nedůvěryhodný web.

Kdy to může být užitečné? Pokud je součástí vašeho webu blog se zapnutým veřejným komentováním, odkazy umístěné v těchto komentářích mohou předat vaši reputaci na web, za který byste se nezaručili. Oblasti blogu určené pro komentáře jsou náchylné k výskytu nevyžádaných komentářů. Pokud zvolíte možnost nesledovat tyto odkazy přidané uživateli, zajistíte, že těžce vydobytá reputace vašeho webu nebude předávána na web obsahující spam. Celá řada softwarových balíčků určených k psaní blogu automaticky nastaví hodnotu nofollow pro odkazy v komentářích uživatelů. Balíčky, které tuto akci neprovádějí, lze obvykle upravit ručně. Toto doporučení se týká také dalších oblastí vašeho webu, které mohou zahrnovat obsah vytvářený uživateli, např. návštěvní knihy, fóra, fóra shoutboard, záznamy odkazujících serverů atd. Pokud se chcete zaručit za odkazy přidané třetími stranami (např. pokud je autor komentáře důvěryhodnou osobou na vašem webu), není třeba používat v odkazech atribut nofollow. Odkazování na weby, které podle vyhledávače Google šíří spam, může však poškodit reputaci vašeho webu. Centrum nápovědy pro webmastery poskytuje další tipy týkající se [předcházení nevyžádaným komentářům](#), například použití kontrolních obrazců nebo zapnutí moderování komentářů.

[CheapPillz](#) said... on 10/12/08 - 3:25PM

Hi, nice site!

Check out my site [cheap viagra](#).
Thanks!

Spammer zanechal zprávu k jednomu z našich příspěvků. Zřejmě doufá, že získá část reputace našeho webu.

Atribut nofollow můžete využít také v případě, že píšete obsah a chcete v něm odkázat na web, ale nechcete na tento web předávat svou reputaci. Představte si například, že píšete příspěvek do blogu na téma nevyžádaných komentářů a chcete uvést web, který nedávno přidal nevyžádané komentáře do vašeho blogu. Chcete varovat ostatní uživatele na webu, takže do obsahu zahrnete odkaz. Zároveň však danému webu nechcete prostřednictvím odkazu poskytnout svou reputaci. V takovém případě je vhodné použít atribut nofollow.

Pokud chcete, aby nebyl sledován žádný z odkazů na stránce, můžete atribut nofollow použít ve značce metadat robots, která je umístěna ve značce <head> kódu HTML příslušné stránky. V blogu Centra pro webmastery naleznete užitečný příspěvek týkající se [použití značky metadat robots](#). Zápis této metody je následující: <meta name="robots" content="nofollow">.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Base
<meta name="description" content="Brandon's Baseb
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

Žádný z odkazů na stránce nebude sledován

Propagujte svoje stránky správným způsobem

Množství odkazů na vaše stránky bude přibývat postupně, s tím, jak lidé budou objevovat váš obsah, pomocí vyhledávání i jinak, a odkazovat na něj. Společnost Google chápe vaše přání, aby co nejvíce lidí ocenilo úsilí, které jste do svého obsahu vložili. Rychlejšímu objevování vašeho nového obsahu zájemci o stejné téma může pomoci efektivní propagace. Stejně jako u ostatních bodů tohoto dokumentu může přílišné následování těchto rad ve skutečnosti reputaci vašich stránek poškodit.

Doporučené postupy pro propagaci vašich stránek

- **Blog o novém obsahu a nových službách** – Dobrým způsobem, jak dát světu vědět o novém obsahu a službách, může být příspěvek v blogu na vašich stránkách, který všechny návštěvníky upozorní na nově přidaný obsah. Této novinky si mohou všimnout i ostatní správci webů, kteří sledují vaše stránky nebo váš zdroj RSS.
- **Nezapomeňte na propagaci offline** – Užitek může přinést i zaměření se na propagaci vaší společnosti nebo vašich stránek offline. Pokud máte například obchodní stránky, nezapomeňte jejich adresu URL uvádět na vizitkách, v hlavičkách dopisů, na plakátech atd. Můžete také prostřednictvím e-mailu klientům rozesílat pravidelné bulletiny, které je informují o novém obsahu na stránkách společnosti.

- **Mějte přehled o stránkách komunitních služeb** – Stránky založené na sdílení a interakci mezi uživateli usnadnily cestu relevantního obsahu k zájmovým skupinám.

Vyhňte se:

- pokusů o propagaci každé vytvořené jednotky obsahu, propagujte významné a zajímavé věci,
- zapojování vašich stránek do podvodných praktik, které uměle zvyšují popularitu vašeho obsahu ve službě.

- **Přidejte svoji firmu do Adresáře firem společnosti Google** – Pokud provozujete firmu, může vám její přidání do [Adresáře firem](#) společnosti Google pomoci najít nové zákazníky prostřednictvím Map Google a vyhledávání na webu. Další tipy pro [propagaci lokálních firem](#) naleznete v Centru nápovědy pro webmastery.

- **Oslovte komunitu, která s vašimi stránkami souvisí** – Je to možné, stránek zabývajících se podobným tématem jako ty vaše je mnoho. Navázání komunikace s takovými stránkami je obvykle přínosné. Diskuze ve vašem oboru nebo komunitě mohou přinést nové nápady ohledně obsahu nebo budování komunitních zdrojů.

Vyhňte se:

- rozšiřování nevyžádaných žádostí o přidání odkazu na všechny stránky související s vaším tématem,
- nakupování odkazů z jiných stránek s cílem zvýšit hodnocení PageRank namísto skutečné návštěvnosti.

Využijte bezplatných nástrojů pro webmastery

Přední vyhledávače, Google nevyjímaje, poskytují bezplatné nástroje pro webmastery. [Nástroje pro webmastery společnosti Google](#) pomáhají správcům webů lépe ovládat interakci svých stránek s Google a získávat pomocí Google užitečné informace o svých stránkách. Používání Nástrojů pro webmastery nepomůže zvýšit preference vašich stránek, může vám ale pomoci rozpoznat problémy, jejichž vyřešení může zlepšit pozici vašich stránek ve výsledcích vyhledávání. Tato služba webmasterům umožňuje:

- zobrazit, se kterými [částmi stránek měl problém vyhledávač Googlebot](#),
- nahrát [soubor Sitemap XML](#),
- [analyzovat a vytvářet soubory robots.txt](#),
- [odstranit adresy URL, které už vyhledávač Googlebot prošel](#),
- [zadat preferovanou doménu](#),
- [rozpoznat problémy se značkami metadat názvu a popisu](#),
- zjistit, jaké [dotazy vyhledávání na stránky nejčastěji odkazují](#),
- podívat se, [jak vidí stránky vyhledávač Googlebot](#),
- [odebrat nechtěné odkazy Sitelinks](#), které Google využívá při vyhledávání,
- [dostávat oznámení o porušení pokynů týkajících se kvality](#) a [odesílat požadavky na nové posouzení](#).

Společnosti Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) a Microsoft ([Live Search Webmaster Tools](#)) také nabízejí bezplatné nástroje pro webmastery.

Využijte služeb webové analýzy

Pokud jste již vylepšili prohledávání a indexování vašich stránek pomocí Nástrojů pro webmastery Google nebo jiné služby, jistě vás bude zajímat, jaká je návštěvnost vašich stránek. Programy webové analýzy, jako je služba [Google Analytics](#), jsou pro takovou reflexi cenným zdrojem. Umožní vám:

- získat přehled o tom, jak uživatelé najdou vaše stránky, a o jejich činnosti na stránkách,
- určit nejoblíbenější obsah na stránkách,
- měřit účinnost optimalizací vašich stránek (např. zda změna značek metadat názvu a popisu zlepšila návštěvnost prostřednictvím vyhledávačů).

Pokročilým uživatelům mohou informace dodané analytickým balíčkem spolu s daty ze [souborů protokolu serveru](#) poskytnout ještě podrobnější údaje o interakci návštěvníků s vašimi dokumenty (např. dodatečná klíčová slova, která pomohou vyhledávačům najít vaše stránky).

A nakonec společnost Google nabízí ještě nástroj jménem [Optimalizátor webových stránek Google](#), který umožňuje experimentálně ověřit, jaké změny na stránkách povedou ke zlepšení míry konverze návštěvníků. V kombinaci se službou Google Analytics a Nástroji pro webmastery Google (viz naše video o používání „[hattricku Google](#)“) představuje skvělý způsob zlepšování stránek.

Užitečné zdroje pro webmastery

[Fórum nápovědy pro webmastery Google](#) – Máte dotazy nebo připomínky k našemu průvodci? Informujte nás

[Blog Centra Google pro webmastery](#) – Časté příspěvky uživatelů Google o zlepšování stránek

[Centrum nápovědy pro webmastery Google](#) – Množství podrobných dokumentů s tematikou správy stránek

[Nástroje pro webmastery Google](#) – Optimalizujte interakci vašich stránek s vyhledávačem Google

[Pokyny pro správce webu Google](#) – Pokyny společnosti Google týkající se designu, obsahu, technického řešení a kvality

[Google Analytics](#) – Zjistěte, odkud vaši návštěvníci přicházejí a co prohlíží, a změřte účinnost změn

[Optimalizátor webových stránek Google](#) – Spusťte na svých stránkách experiment a zjistěte, které změny vám pomůžou a které ne

[Tipy ohledně najmutí optimalizátora pro vyhledávače \(SEO\)](#) – Pokud se do ničeho nechcete pouštět sami, tyto tipy vám pomohou s výběrem společnosti SEO

Pokud zde není uvedeno jinak, řídí se obsah tohoto dokumentu licencí Creative Commons Attribution 3.0 License.