

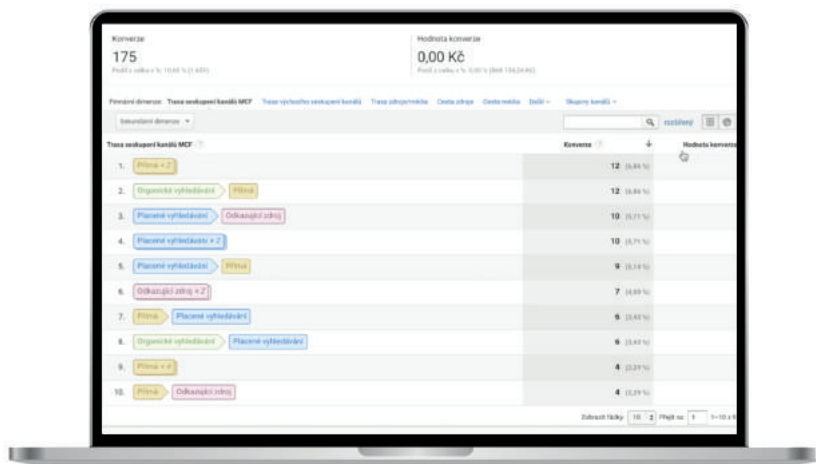
Základy SEO: jasně a stručně

Obrázková příloha

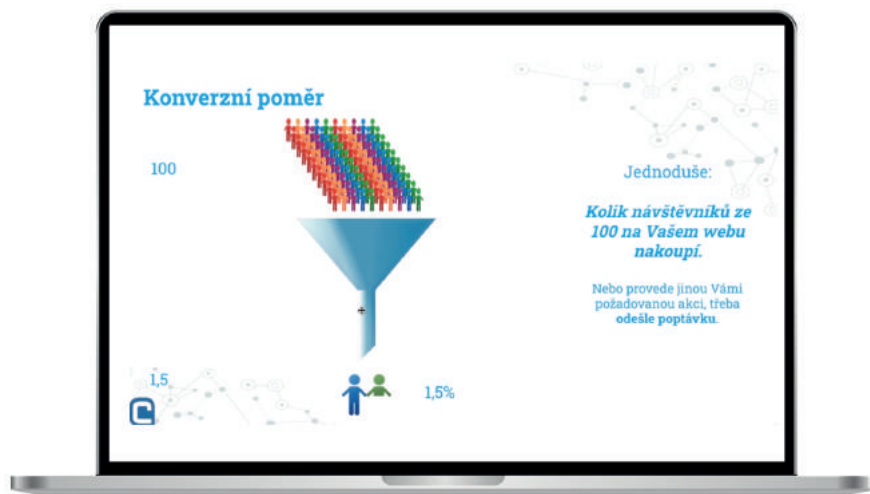
© Michal Binka a Dalibor Jaroš, 2022



Obrázek 1: Obecná představa uživatelů o průběhu nákupního procesu uživatele



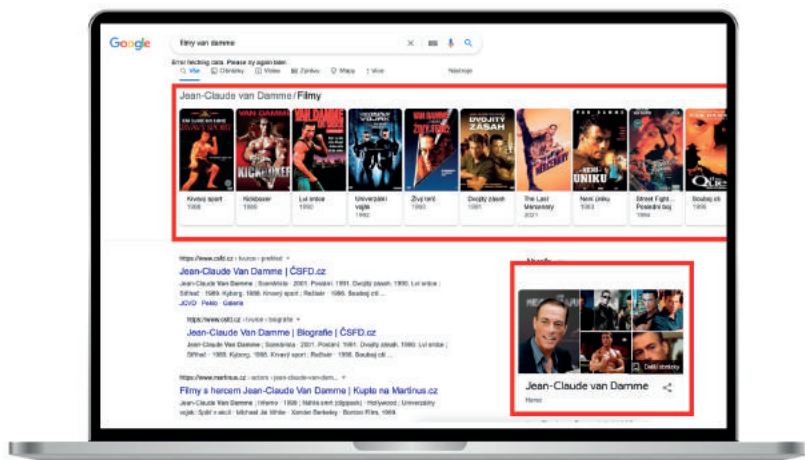
Obrázek 2: Návštěvníci Collabimu za poslední měsíc prošli až 92 různými cestami k dosažení finální konverze



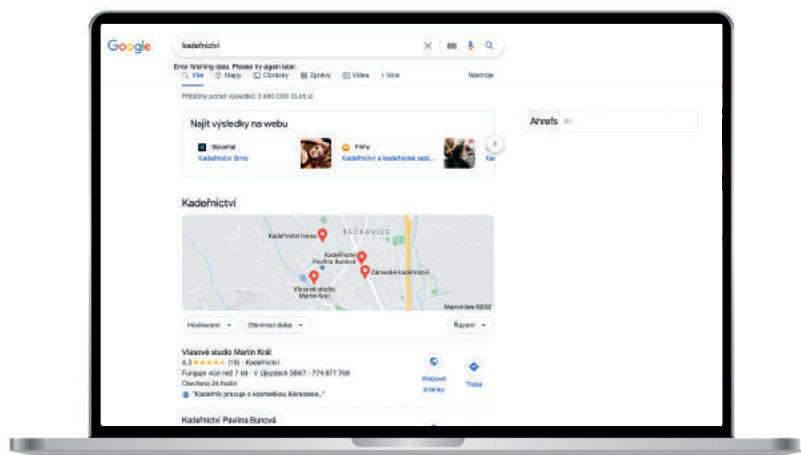
Obrázek 3: Na obrázku níže vidíte, jak na web vstoupilo 100 návštěvníků (vrchní část trychtýře), pouze 1,5 návštěvníka v průměru ale udělalo požadovanou akci. Konverzní poměr je tak 1,5 %.



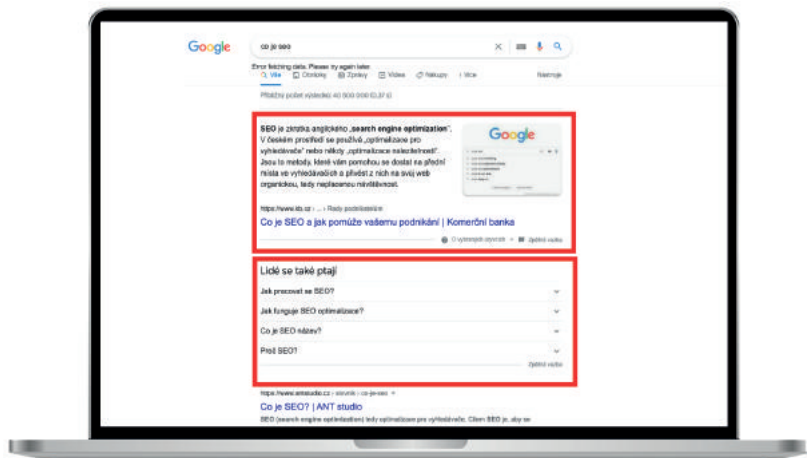
Obrázek 4: V červeném obdélníku jsou placené výsledky z reklamní sítě Google Ads. V zeleném obdélníku jsou organické (přirozené) výsledky vyhledávání k zadané frázi „SEO“. Při optimalizaci stránek se snažíme umístit na co nejlepší pozici pod placenými výsledky.



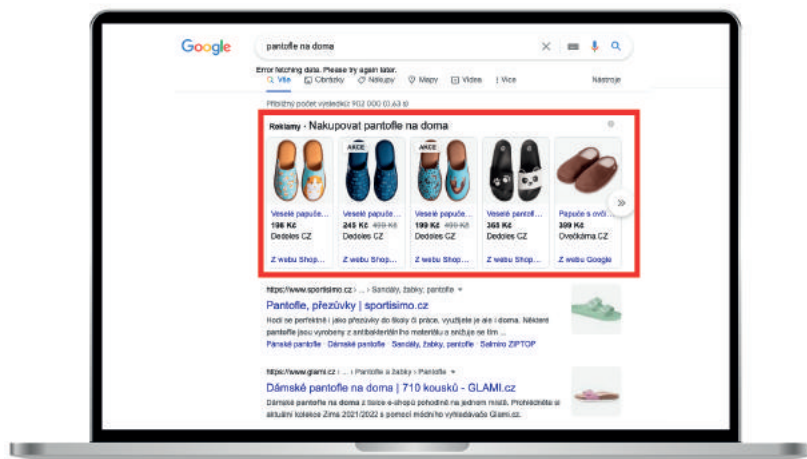
Obrázek 19: Ukázka feature snippets – rozšířených výsledků vyhledávání, které přinášejí odpověď přímo v SERP



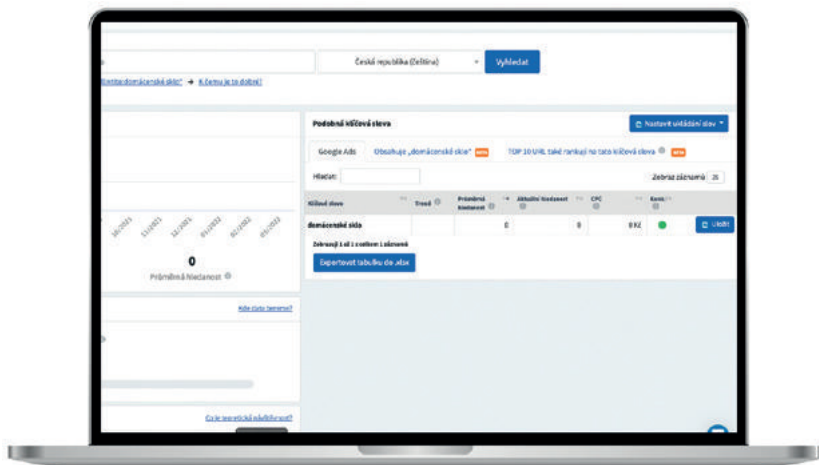
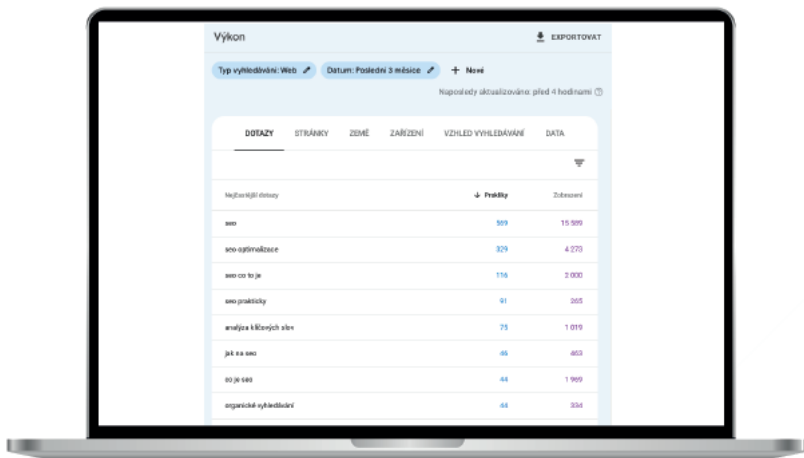
Obrázek 20: Výsledky pro vyhledávací dotaz „kadeřnictví“. Vzhledem k mému poloze v Brně dostávám nabídku brněnských kadeřnických salónů.



Obrázek 21: Rozšířený výsledek vyhledávání v podobě definice a panelu „Lidé se také ptají“



Obrázek 22: Výsledky vyhledávání pro transakční dotaz „pantofle na doma“





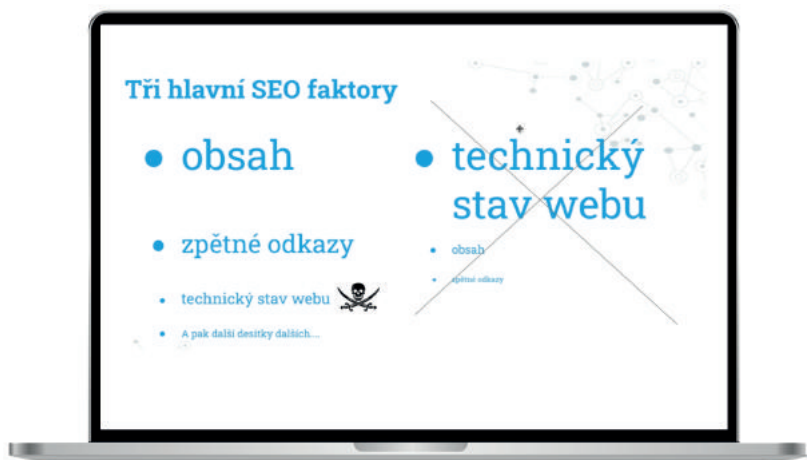
Obrázek 6: Vizualizace frameworku STDC¹⁶



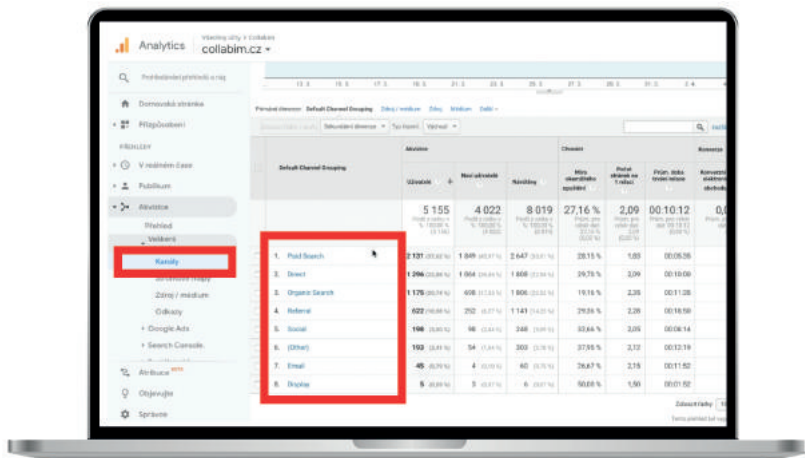
Obrázek 7: Takto nějak může vypadat aplikace frameworku STDC pro případ nástroje Collabim.



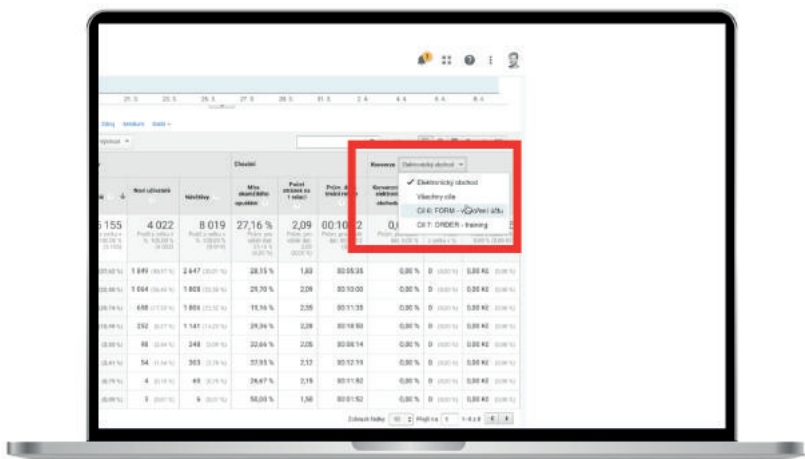
Obrázek 8: Podíl vývoje vyhledávačů v ČR¹⁸



Obrázek 9: Technický stav vám v SEO zásadně nepomůže, ale může vám významně ublížit. Rozhodujícím faktorem úspěchu je obsah.



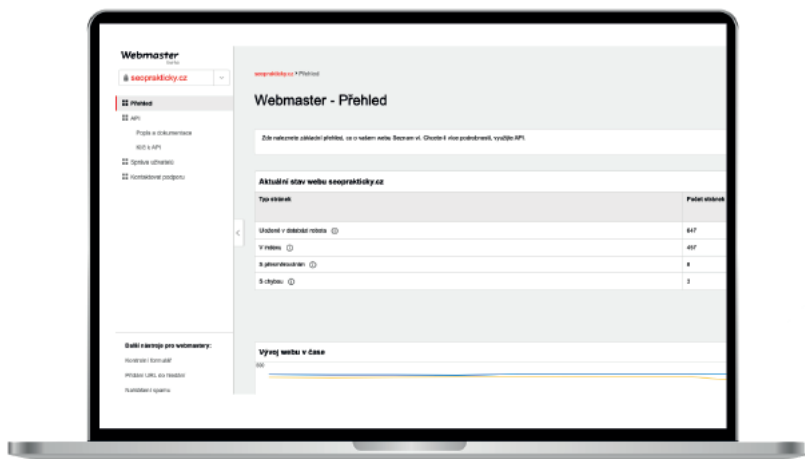
Obrázek 10: Jedním z důležitých reportů v GA jsou Akvizice > Kanály, tzn. zdroje návštěvnosti.



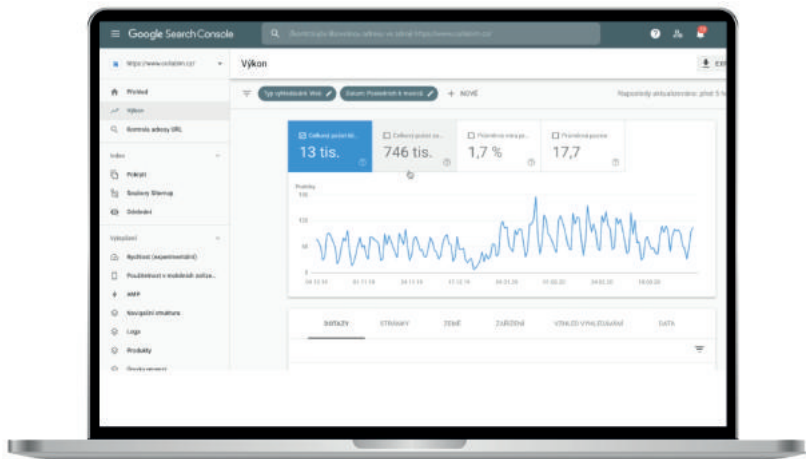
Obrázek 11: Dobře zvažte, které konverzní cíle si v rámci projektu definujete a které budete sledovat.



Obrázek 12: Základní rozdíly mezi Google Analytics a Google Search Console



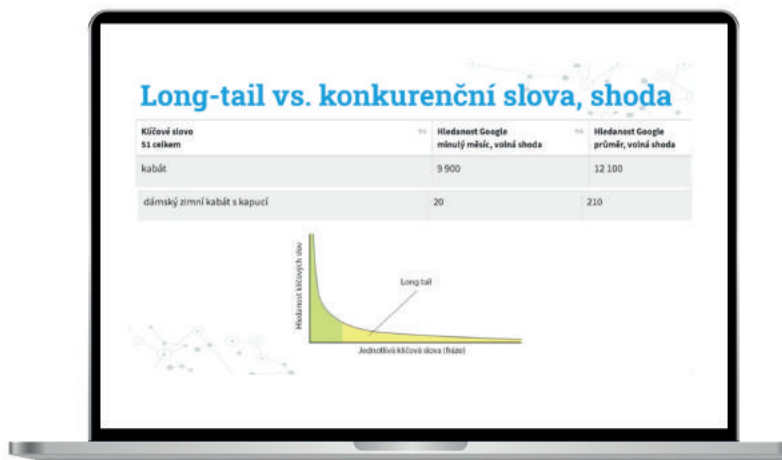
Obrázek 13: Náhled aplikace Seznam ^Webmaster – správa stránek pro vyhledávač Seznam.cz



Obrázek 14: Ukázka prostředí GSC, kde vidíte výkon webových stránek ve vyhledávači Google



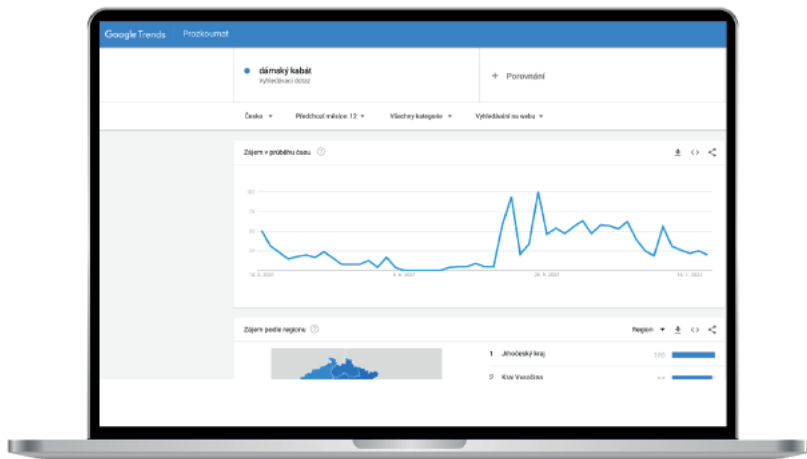
Obrázek 15: Statistika hledanosti dvou významově podobných termínů. Který z nich vyberete?



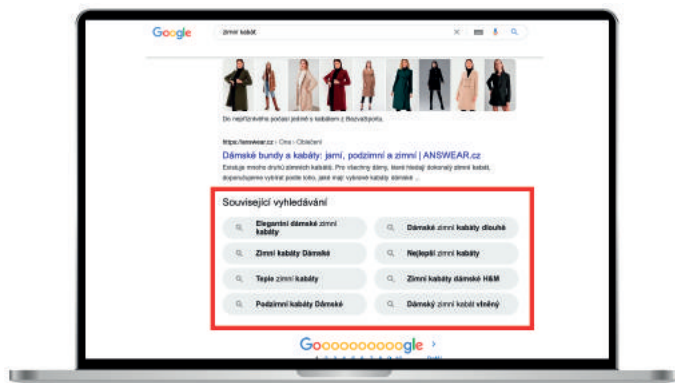
Obrázek 16: Ukázka long tailu v grafu



Obrázek 17: Čtyři základní typy vyhledávacích dotazů. Na každý typ vyhledávače se zobrazí jiný typ výsledků.



Obrázek 18: Objem hledání dámského kabátu v průběhu celého roku s kulminací na začátku zří



Obrázek 24: Související fráze k vyhledávané frázi naleznete na Googlu vždy v dolní části stránky.



Obrázek 25: Segmentace frází na menší sourodé tematické celky (štítky alias vstupní stránky)

Keyword SL in total	Searches (longtail) The amount of searches for the keyword in the last month	Searches (longtail) The average amount of searches for the keyword
dávka zmrzlí kaviár	9,300	2,300
dávka kaviár	9,300	2,400
dávka bundy	5,400	2,400
zmrzlí kaviár dávka	5,400	1,300
kaviár dávka	3,600	1,300
dávka kaviár	3,600	1,300
kaviár dávka	5,400	1,300
Keyword SL in total	Searches (longtail) The amount of searches for the keyword in the last month	Searches (longtail) The average amount of searches for the keyword
zmrzlí bundy výjimečně	390	590
dávka zmrzlí kaviár výjimečně	880	590
zmrzlí bundy dávka výjimečně	320	480
dávka zmrzlí bundy výjimečně	390	390

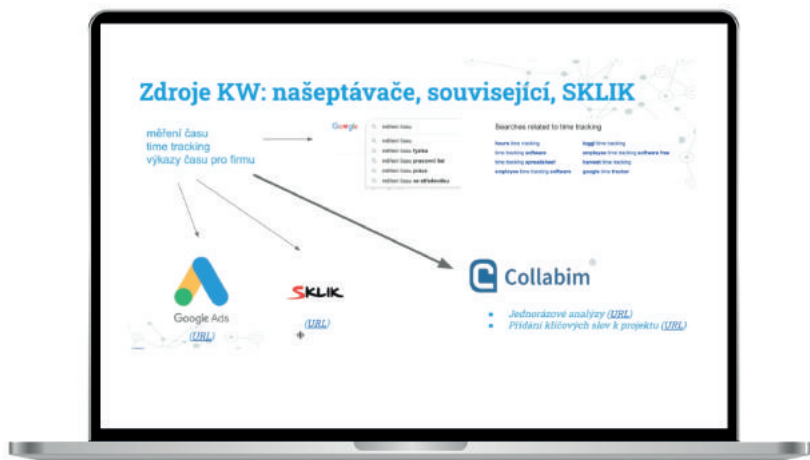
Obrázek 26: Ukázka vyhledání souvisejících frází v Collabimu



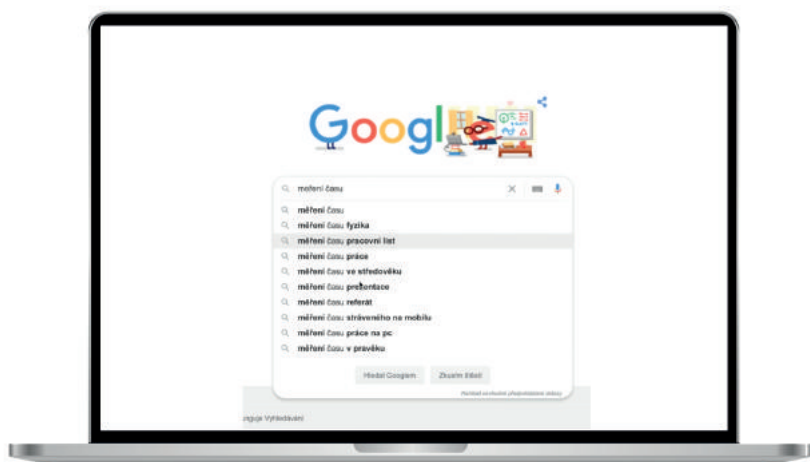
Obrázek 27: Zobrazení procesu od vyhledání fráze až po konverzi



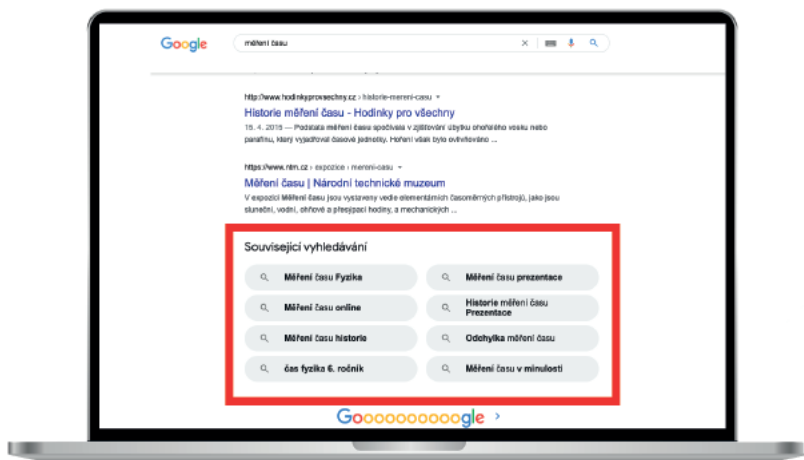
Obrázek 28: Míra reálné CTR pro prvních 8 pozic SERP podle výzkumu Collabimu realizovaného v květnu 2020



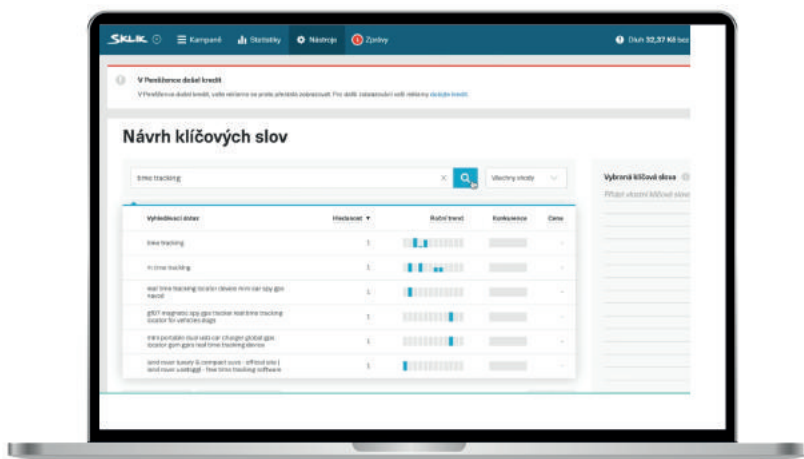
Obrázek 29: Rozkreslení naší úvahy nad tématy a zdroji klíčových slov pro analýzu nástrojů pro trackování času



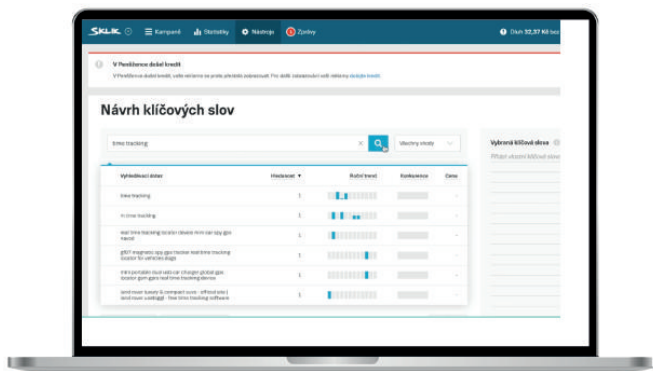
Obrázek 30: Našeptávač může být jedním ze zdrojů pro klíčové fráze na vybrané téma



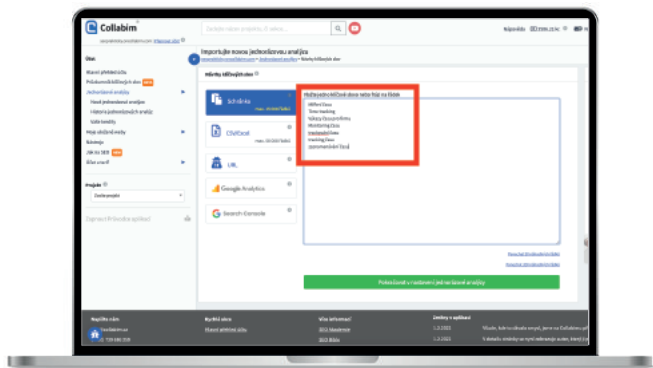
Obrázek 31: Související dotazy ve výsledku vyhledávání Google



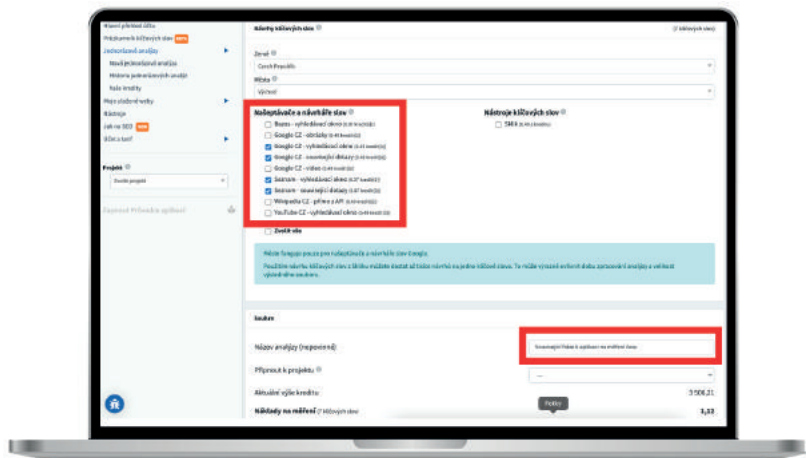
Obrázek 32: Náhled aplikace Plánovač klíčových slov v Google Ads



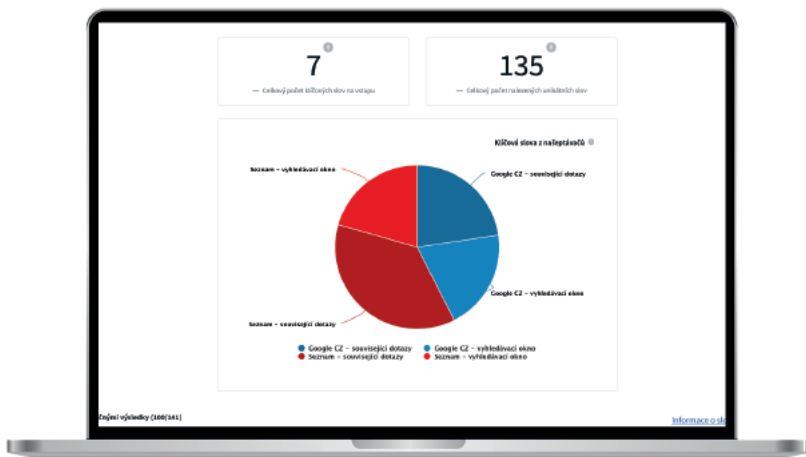
Obrázek 33: Náhled aplikace Návrh klíčových slov od Sklik.cz



Obrázek 34: Náhled jednorázové analýzy v Collabimu pro získání souvisejících frází k tématu



Obrázek 35: V Collabimu si vybereme zdroje, ze kterých chceme náš dataset frází rozšířit



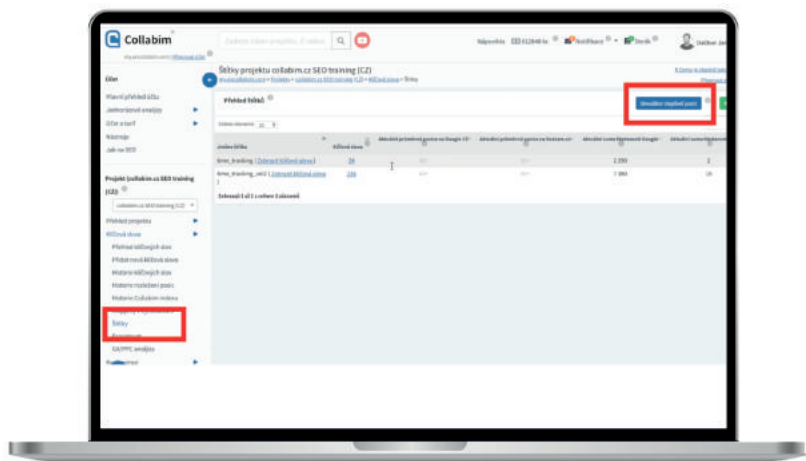
Obrázek 36: Výsledek analýzy, u něhož jsme rozšířili náš základní okruh témat o související fráze a slova z našepřátavče

Keyword	Suggester	City	Suggest	Suggested words count
time tracking Data	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	incentiv časopis	
time tracking Data	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času práce	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking app	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking app free	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking apps	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking color	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking google	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking line	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking methods	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking tool	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking tool	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času fyzika	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času historie	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času pracovní list	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času prezentace	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času práce	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v historii	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v minulosti	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v pravku	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času ve středověku	
trackování času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	trackování času	
zpracování času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	zpracování času 2021	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy firmy	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy společnosti	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy výběry	
time tracking	Seznam - vyhledávací oblasť	-	časový tracking time	
měření času	Seznam - vyhledávací oblasť	-	historie měření času	
měření času	Seznam - vyhledávací oblasť	-	měření času	
time tracking	Seznam - vyhledávací oblasť	-	trackování času	

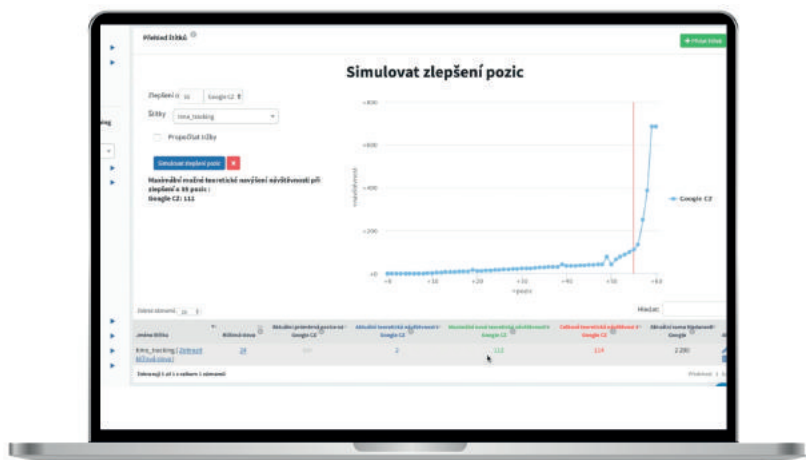
Obrázek 37: Výstup naší analýzy ve formátu Excel

Keyword	Suggester	City	Suggest	Suggested words count
time tracking Data	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	incentiv časopis	
time tracking Data	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času práce	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking app	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking app free	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking apps	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking color	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking google	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking line	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking methods	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking tool	
time tracking	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	time tracking tool	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času fyzika	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času historie	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času pracovní list	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času prezentace	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času práce	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v historii	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v minulosti	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času v pravku	
měření času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	měření času ve středověku	
trackování času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	trackování času	
zpracování času	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	zpracování času 2021	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy firmy	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy společnosti	
výkazy času pro firmu	Google CZ - vyhledávací oblasť	-	výkazy výběry	
time tracking	Seznam - vyhledávací oblasť	-	časový tracking time	
měření času	Seznam - vyhledávací oblasť	-	historie měření času	
měření času	Seznam - vyhledávací oblasť	-	měření času	
time tracking	Seznam - vyhledávací oblasť	-	trackování času	

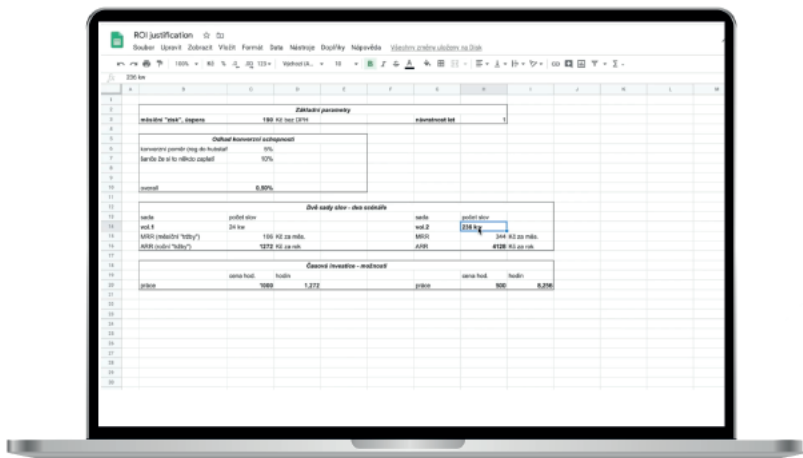
Obrázek 38: Sloupeček se štítky v přehledu klíčových slov



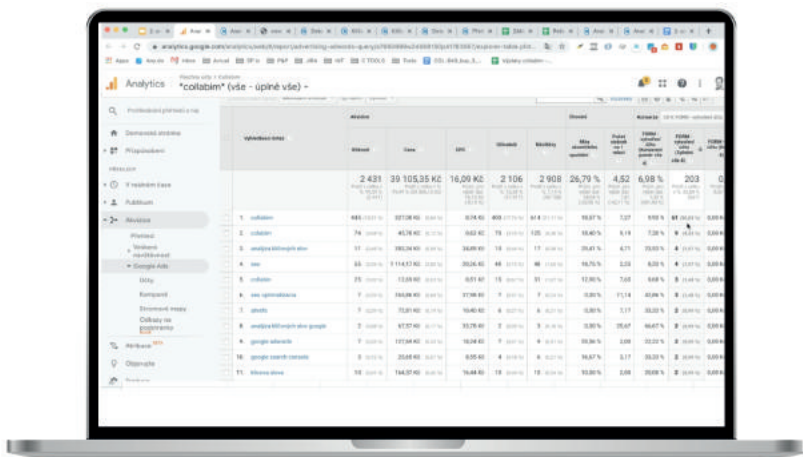
Obrázek 39: Přehled všech štítků projektu najdete v sekci Klíčová slova > Štítky.



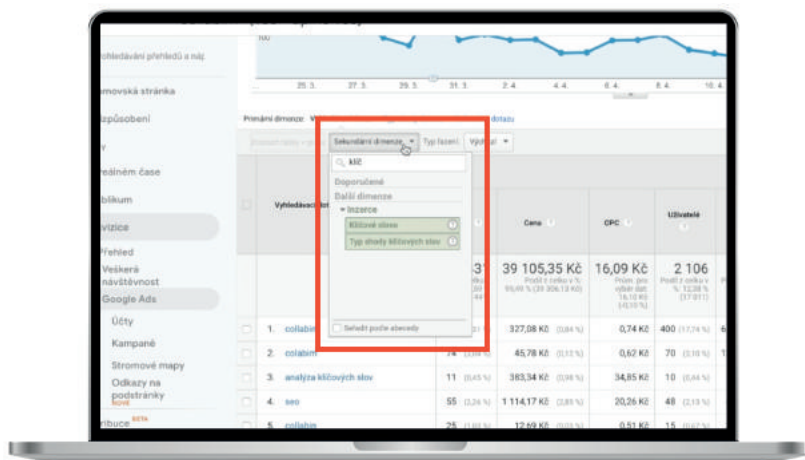
Obrázek 40: Simulace potenciální organické návštěvnosti v Collabimu



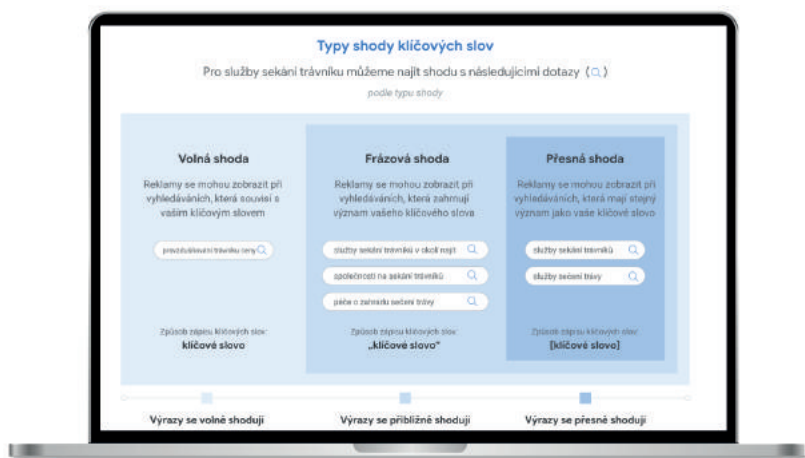
Obrázek 41: Výpočet ROI na námi analyzované téma



Obrázek 42: Přehled vyhledávacích dotazů, na jejichž základě nás navštívili uživatelé z reklamní sítě Google Ads



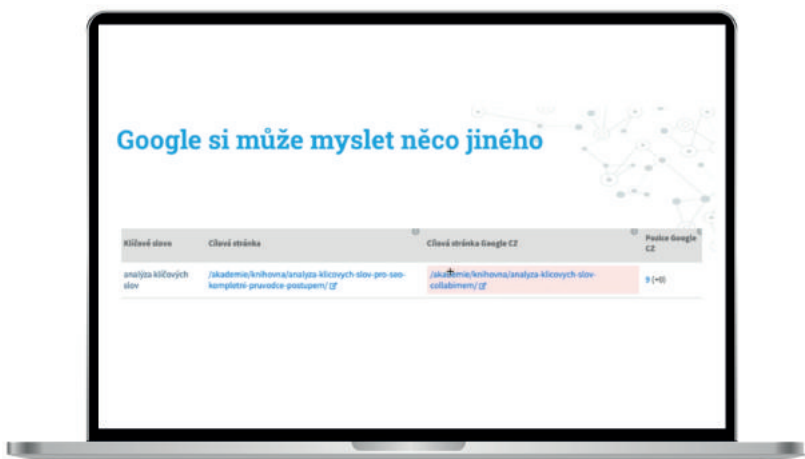
Obrázek 43: Zobrazení klíčových slov pomocí sekundární dimenze v GA



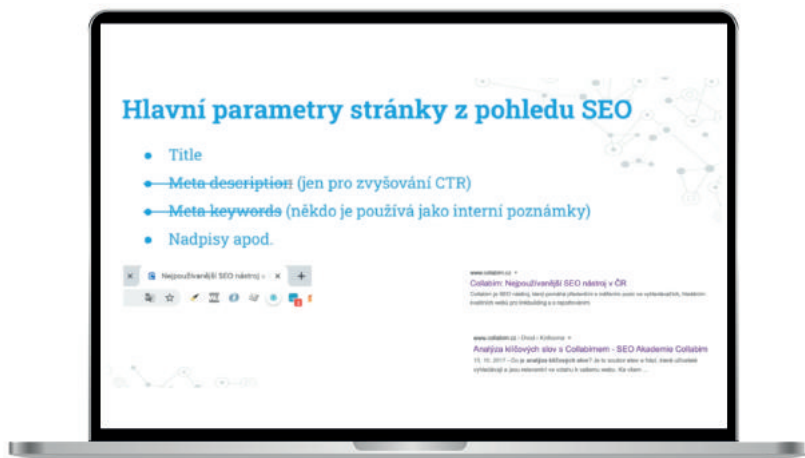
Obrázek 44: Typy shod frází, jak je definuje reklamní systém Google Ads³⁶



Obrázek 45: Praktická ukázka typů shod u frází, na které cílí nástroj Collabim



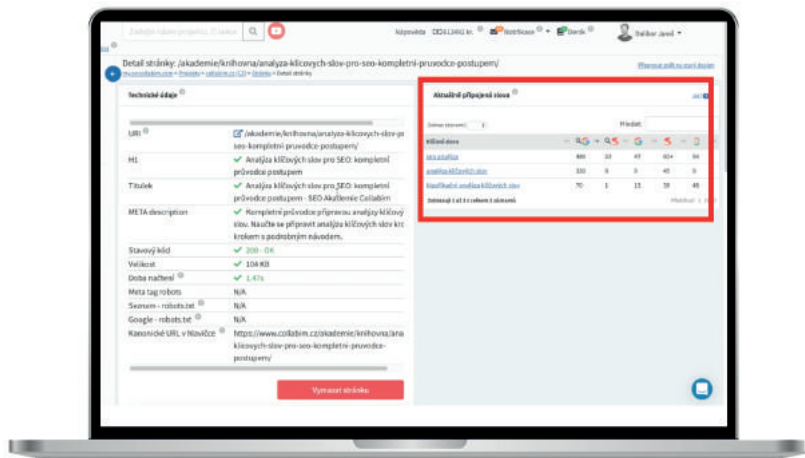
Obrázek 46: Google může klíčovému slovu přiřadit jinou vstupní stránku, než jsme plánovali.



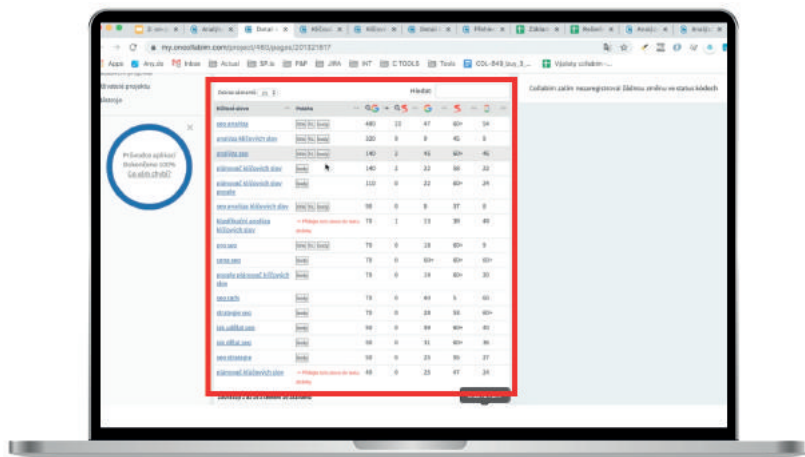
Obrázek 47: Ne všechny on page faktory jsou pro hodnocení stránky důležité.



Obrázek 48: Zobrazení titulku v kódu stránky



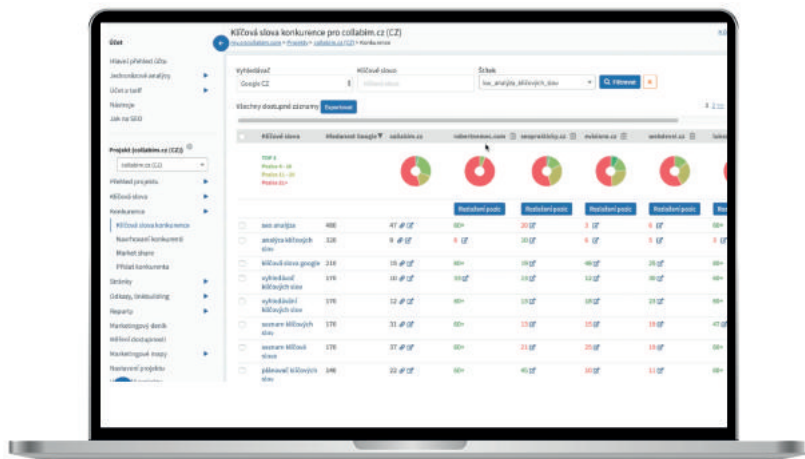
Obrázek 49: Ukázka propojení konkrétní stránky s monitorovanými KW v Collabimu



Obrázek 50: Přehled KW, na která se daná stránka zobrazuje ve výsledku vyhledávání

[illegible]

Obrázek 53: Tabulka frází souvisejících s problematikou SEO faktorů



Obrázek 54: Analýza konkurence pro zvolené téma – analýza klíčových slov

	A	B	C	D	E	F	G
1	Referencie konkurence ke "analyzer klíčových slov" a návrh dalšího postupu						
2	Seznam Referencí						
3	1	https://www.marketingmiles.com/keyword-analysis-kl...	Typ	reputační návod step-by-step			
4	2	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
5	3	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
6	4	klíčových slov a návrh dalšího postupu	průběh				
7	5	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
8	6	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
9	7	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
10	8	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
11	9	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	návrh "průběh" návod				
12	10	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				

Obrázek 55: Hodnocení obsahu konkurenčních webů v TOP 10

	A	B	C	D	E	F	G
1	Referencie konkurence ke "analyzer klíčových slov" a návrh dalšího postupu						
2	Seznam Referencí						
3	1	https://www.marketingmiles.com/keyword-analysis-kl...	Typ	reputační návod step-by-step			
4	2	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
5	3	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
6	4	klíčových slov a návrh dalšího postupu	průběh				
7	5	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
8	6	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
9	7	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
10	8	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	průběh				
11	9	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	návrh "průběh" návod				
12	10	reputační návod na jednorázovou analýzu k...	reputační návod				
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
52							
53							
54							
55							
56							
57							
58							
59							
60							
61							
62							
63							
64							
65							
66							
67							
68							
69							
70							
71							
72							
73							
74							
75							
76							
77							
78							
79							
80							
81							
82							
83							
84							
85							
86							
87							
88							
89							
90							
91							
92							
93							
94							
95							
96							
97							
98							
99							
100							

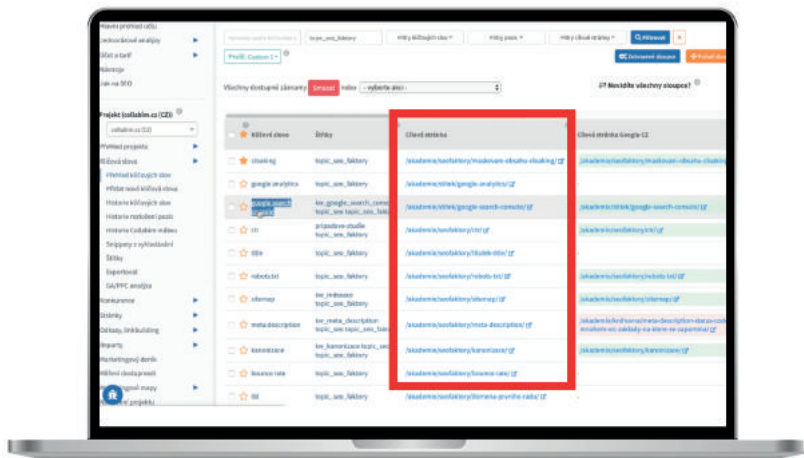
Obrázek 56: Podrobnější analýza TOP obsahu na téma „Analýza klíčových slov“

[illegible]

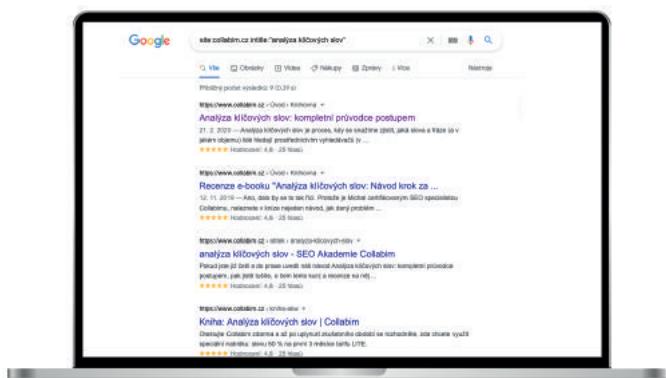
Obrázek 57: Přehled výkonu původního článku na téma „Analýza klíčových slov“

Odhad pracnosti		MSTL, h	
Popis	Unit	1	2
Kontrola účtu VDAIT	0,5	0,5	0,5
Uprava stylu first-pastor na my	0,5	0,5	0,5
Kontrola použitých KW v městě - např. od Cofibetru	0,25	0,25	0,25
Nové smlouvy, nové description	0,25	0,25	0,25
Upravení kódů původního článku po diskontu	0,25	0,25	0,25
rozpočet STDC	0,5	0,5	0,5
Náklady (správní) články - proskládání na externí interní zdroje	1	1	1
rozpočet rozvoje na tržby a náklady do článku	1	1	1
Náklady (správní) články - doplnění poznámek o Cofibetru	2	2	2
Náklady (správní) články - výpočet srovnání, nové příklady	2	2	2
rozpočet nových výdajů (open-reflex, excel, GA, GEO, Cofibetru)	2,5	2,5	2,5
rozpočet příklady (+ poplatek vzory od certifikačních specializací)	4	4	4
Upravení 0,500 a více nové články	0,5	0,5	0,5
Upravení a nových webů (interní + externí + help coibetru at a další)	1,5	1,5	1,5

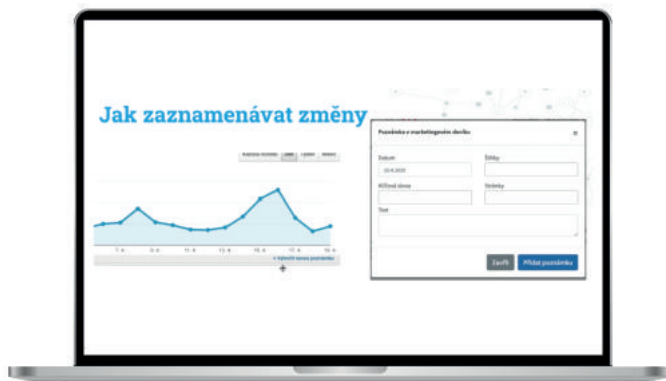
Obrázek 58: Odhad pracnosti přípravy nového obsáhlého článku



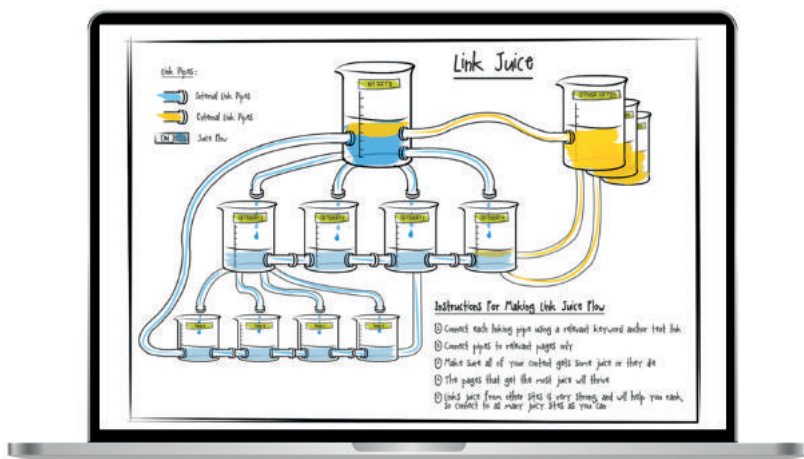
Obrázek 59: Collabim vám zodpoví, jestli frázi řešíte na stejné URL jako vyhledávač.



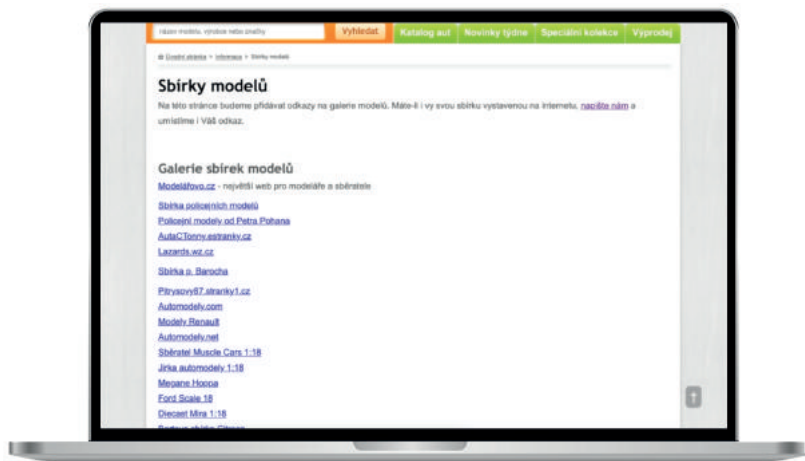
Obrázek 60: Seznam stránek, které má Google v indexu na doméně Collabim.cz, které mají v titulku „analýza klíčových slov“.



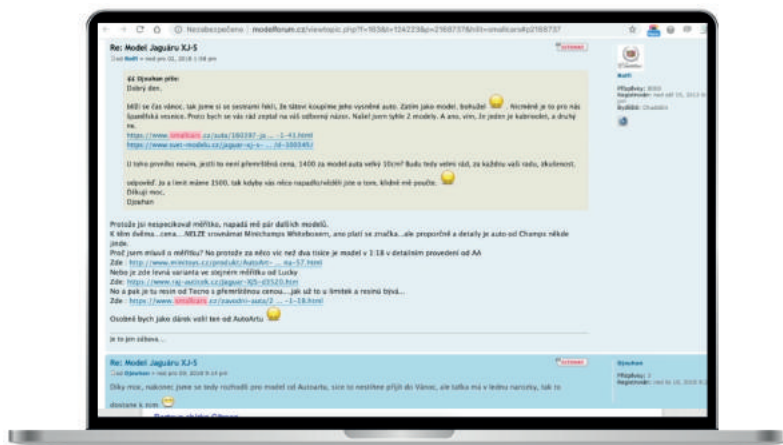
Obrázek 61: Všechny důležité velké změny si zaznamenejte do GA nebo do Marketingového deníku v Collabimu



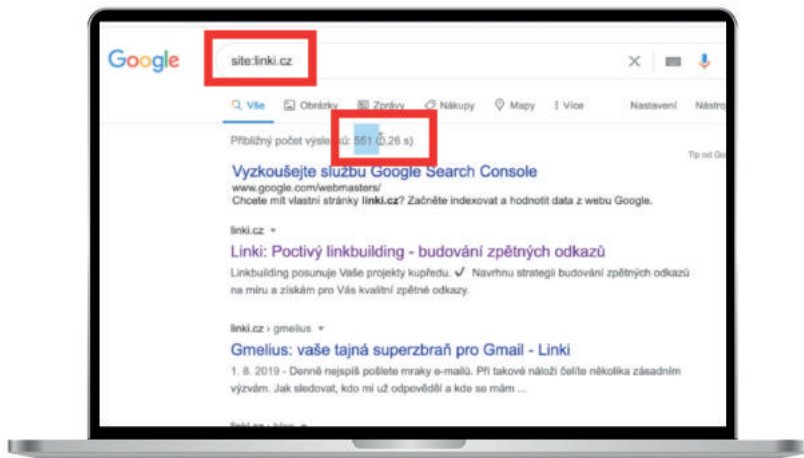
Obrázek 62: Ukázka proudění link juice ze stránky na stránku⁴⁰



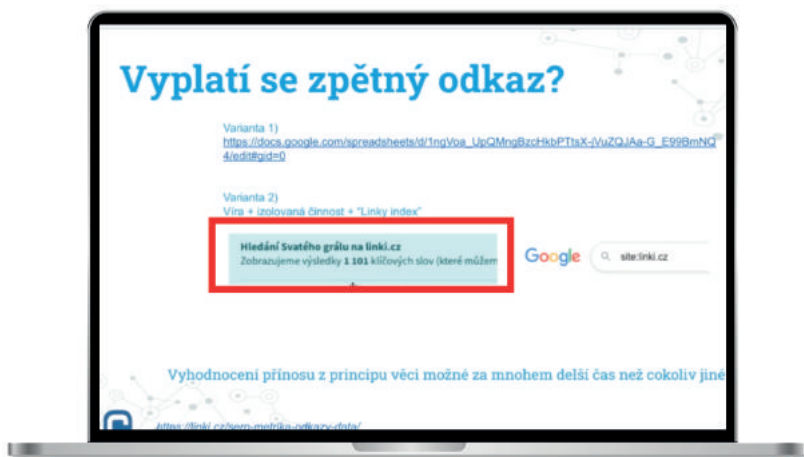
Obrázek 63: Katalog sběratelů modelů autíček na Smallcars.cz



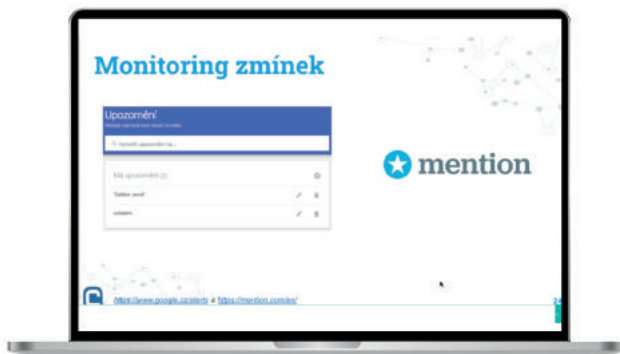
Obrázek 64: Ukázka odkazů vzniklých v diskuzním fóru



Obrázek 67: Zjištění počtu indexovaných URL pro konkrétní doménu v SERP



Obrázek 68: Svatý grál webu linki.cz



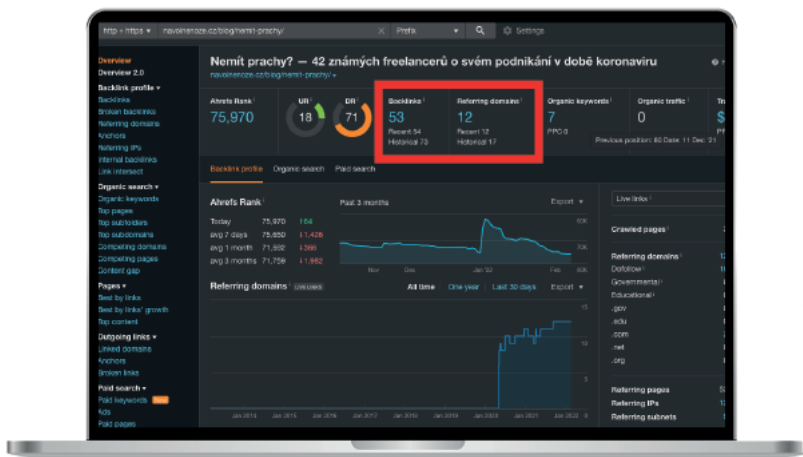
Obrázek 69: Ukázka monitoringu zmínek



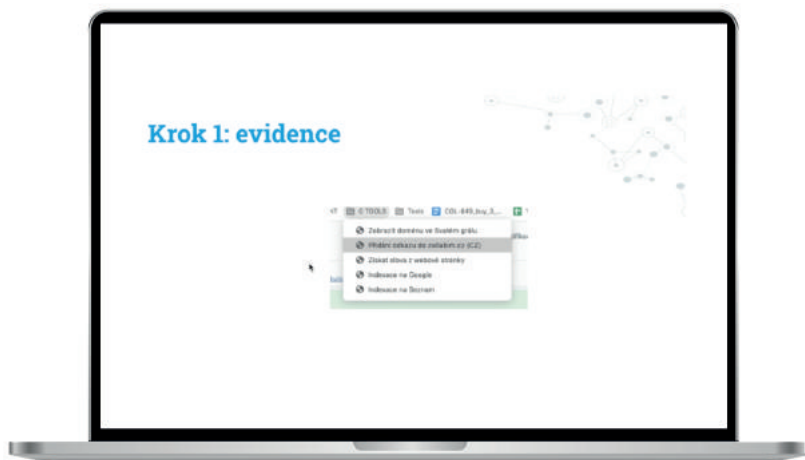
Obrázek 70: Princip affiliate programu



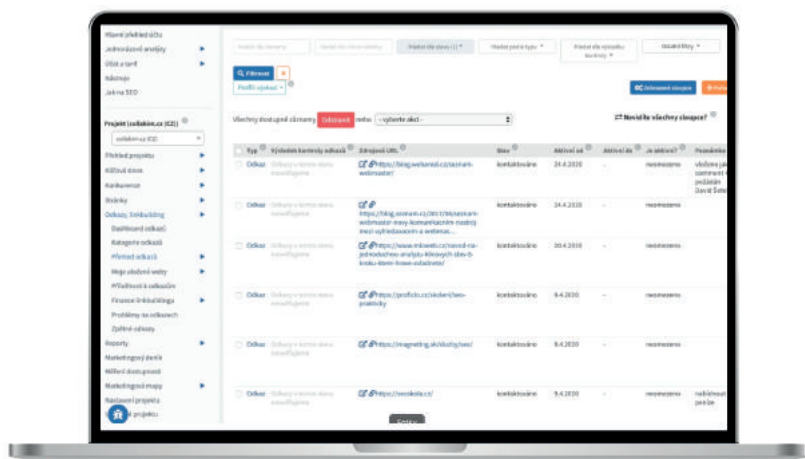
Obrázek 71: Ukázka prolinkování z patičky kontaktu jednoho SEO specialisty, v níž vidíte prolinkování na Collabim a Shoptet certifikaci



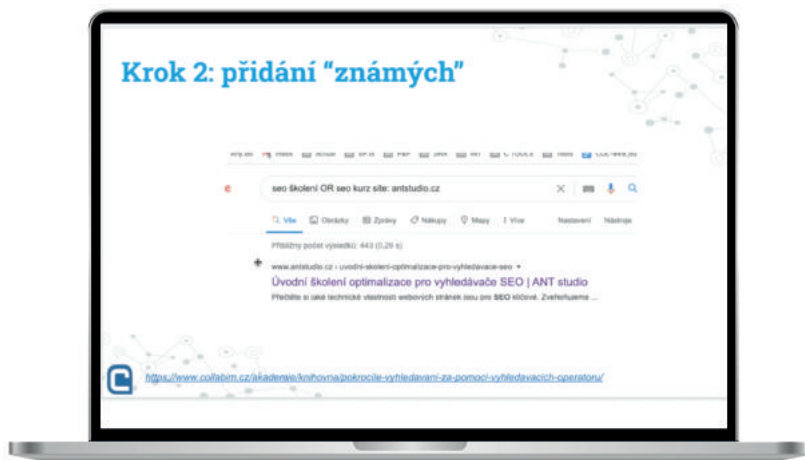
Obrázek 72: Odkazový profil článku s rozhovory s influencery v nástroji Ahrefs



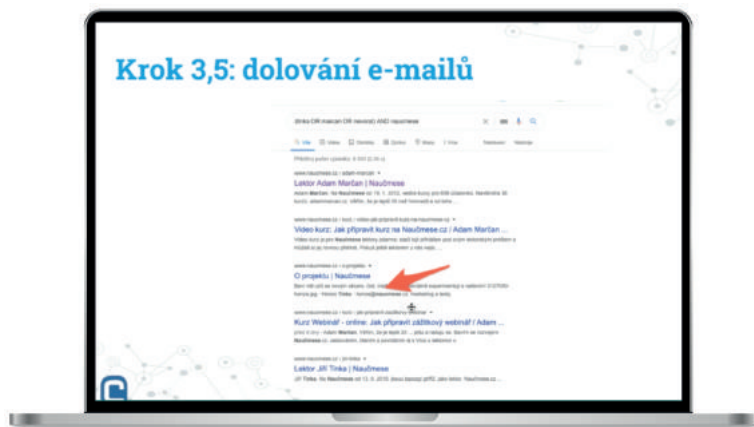
Obrázek 73: Vytipovanou stránku si přidáme rychle pomocí bookmarketu do našeho projektu v Collabimu.



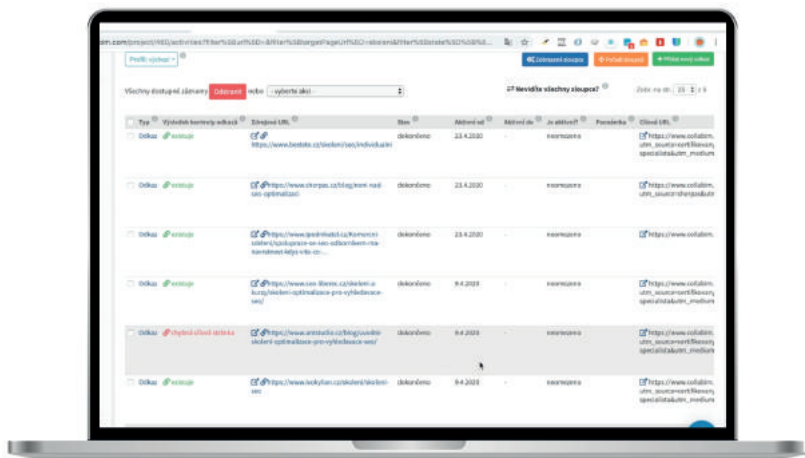
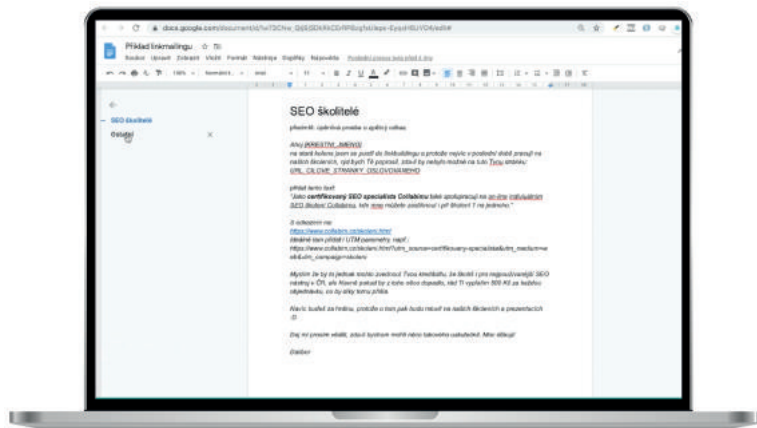
Obrázek 74: Přehled stránek vhodných pro získání zpětného odkazu v Collabimu

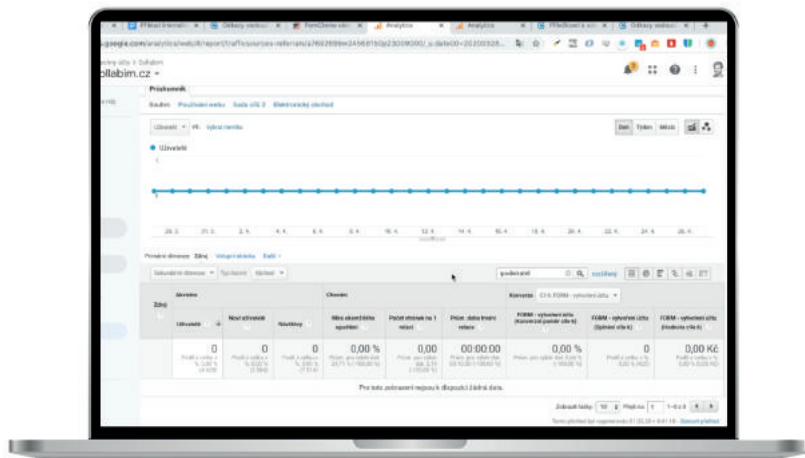


Obrázek 75: Druhým krokem je identifikace relevantního obsahu na sprátených webech.

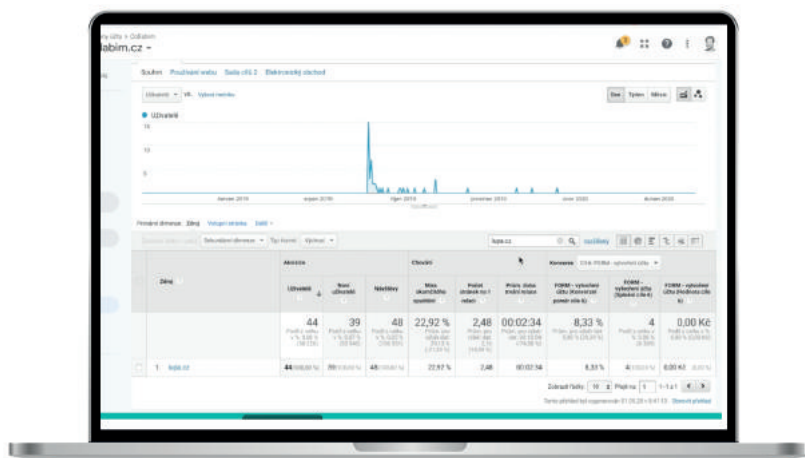


Obrázek 76: A máme je: e mail přímo na vedení projektu

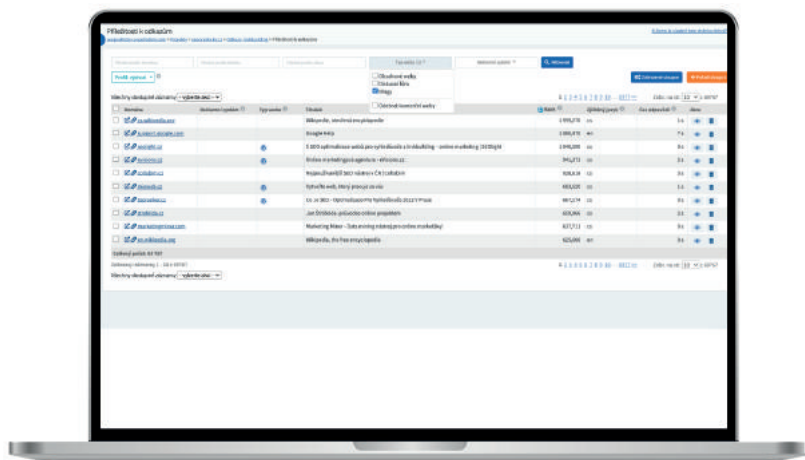




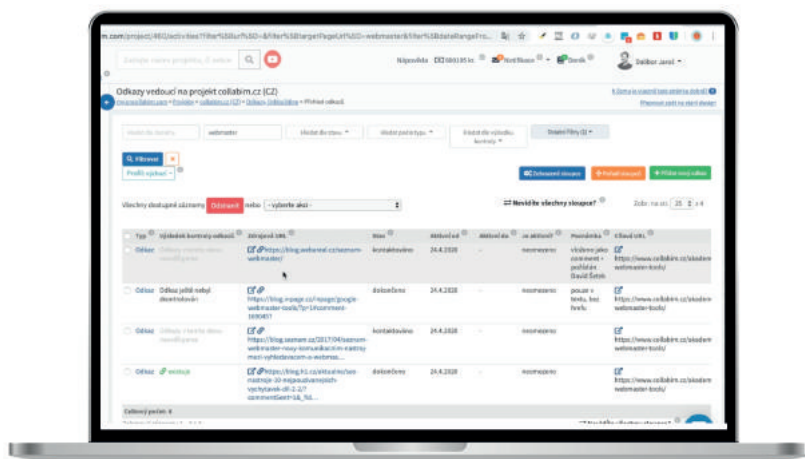
Obrázek 79: Nulová návštěvnost z placeného článku



Obrázek 80: Náhled do GA na článek publikovaný na Lupa.cz



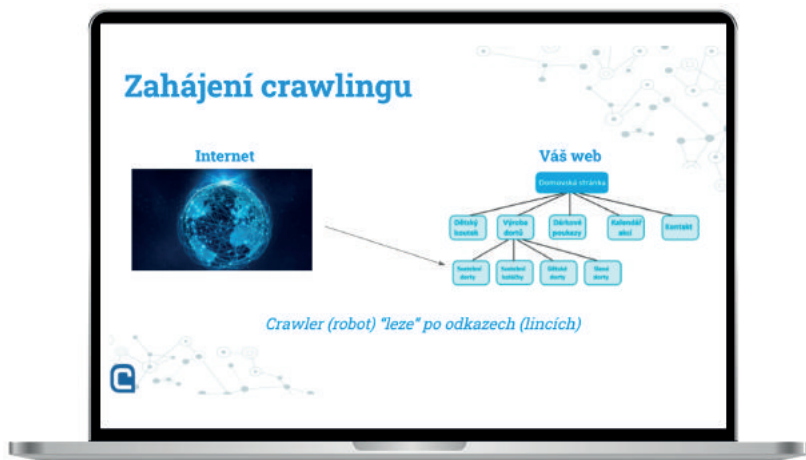
Obrázek 81: Odkazové příležitosti v Collabimu



Obrázek 82: Zpětné odkazy v diskuzích evidované v Collabimu



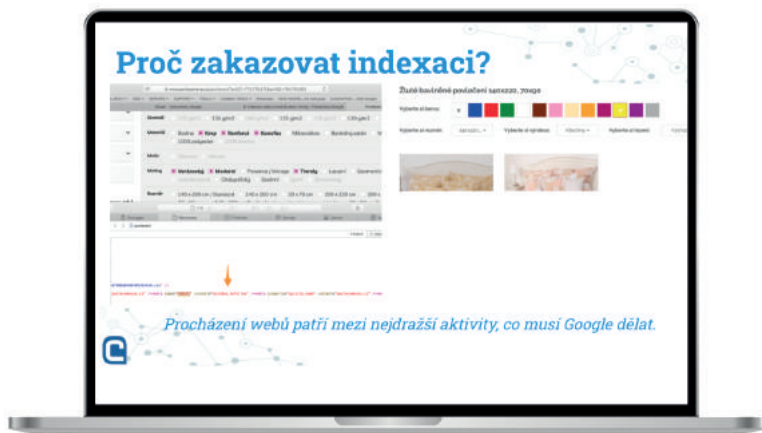
Obrázek 83: Všechny vyhledávače se skládají ze 3 základních částí: crawleru, indexeru a hodnocení relevance.



Obrázek 84: Crawling je zahájen poté, co boti vyhledávačů stránky objeví na základě jiných odkazů.



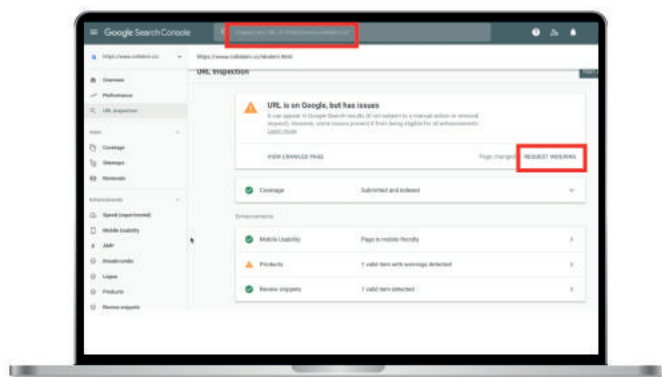
Obrázek 85: Dva způsoby, jak ovlivnit chování robotů vyhledávačů. V levé části je ukázka souboru robots.txt, v pravé části ukázka kódu, který zakazuje indexaci stránky.



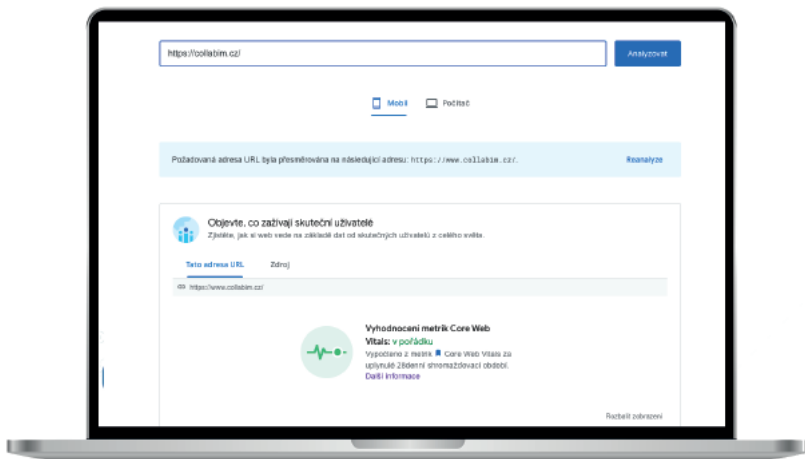
Obrázek 86: Ukázka filtrace na stránkách, která může vygenerovat miliony kombinací „neužitečných“ URL adres



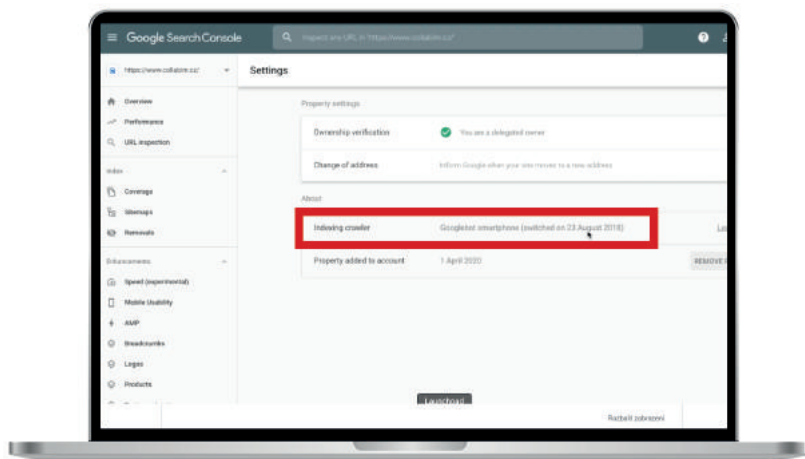
Obrázek 87: Ukázka mapy URL adres v projektu – sitemap.xml



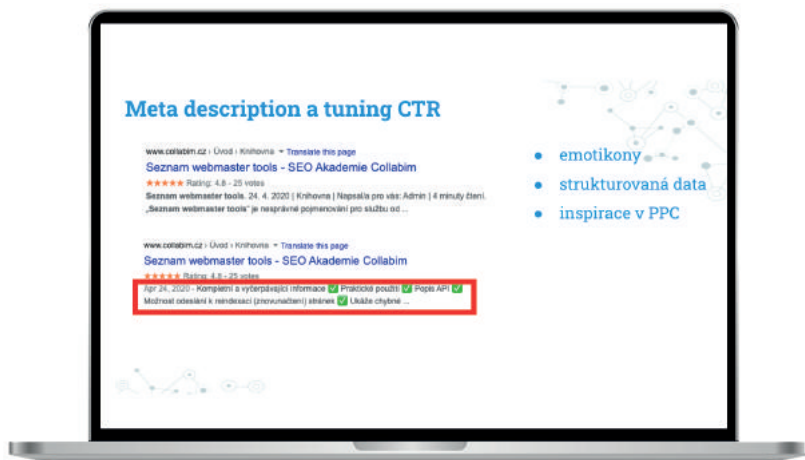
Obrázek 88: Poslání URL k manuální indexaci v Google Search Console



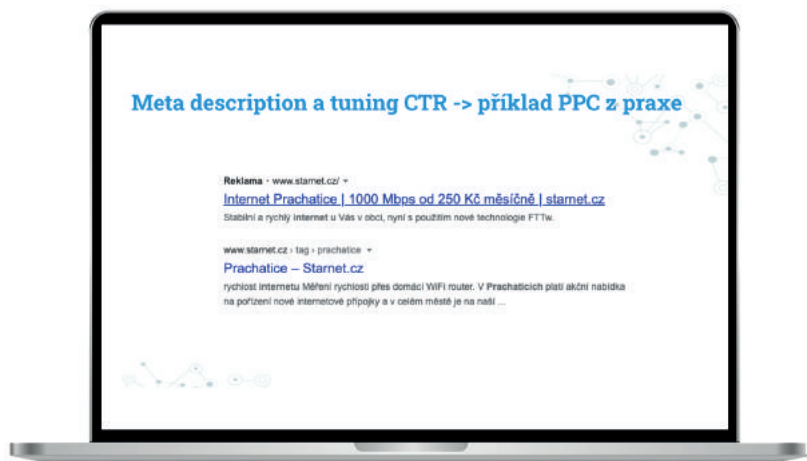
Obrázek 93: Výsledky měření rychlosti stránek Collabim.cz v nástroji Google Page Speed Insights



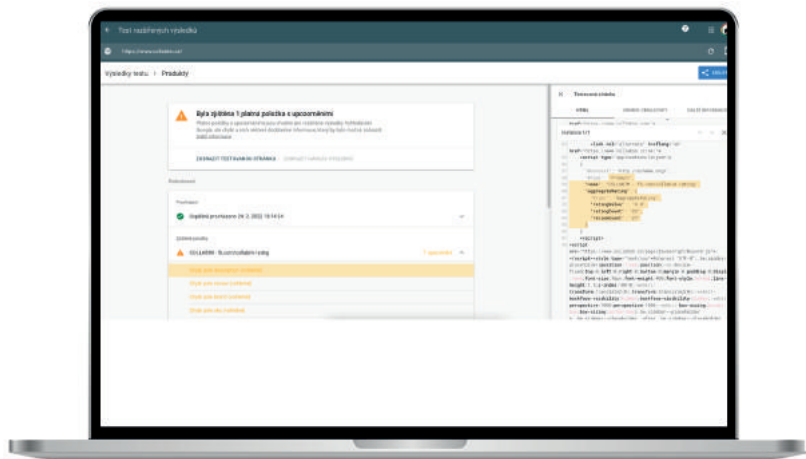
Obrázek 94: Informace o použití typu prohlédáváče v Google Search Console



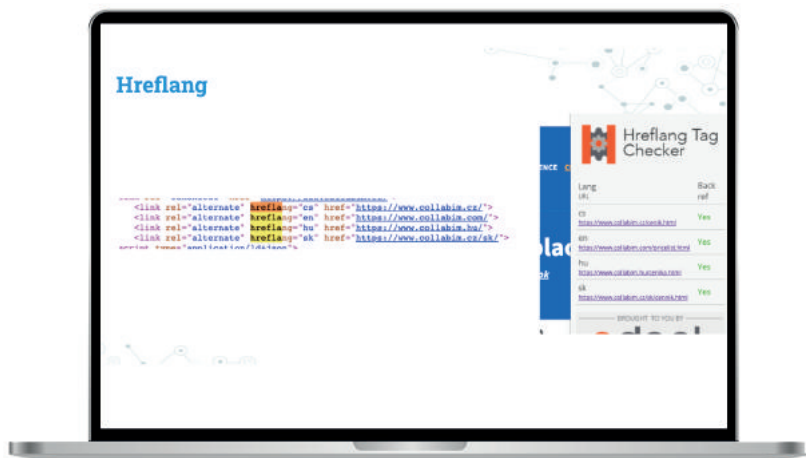
Obrázek 95: Ukázka popisku stránky – meta description – ve výsledku vyhledávání



Obrázek 96: Ukázka rozdílu mezi PPC reklamou a organickým výsledkem vyhledávání stejné domény



Obrázek 97: Ukázka testování strukturovaných dat



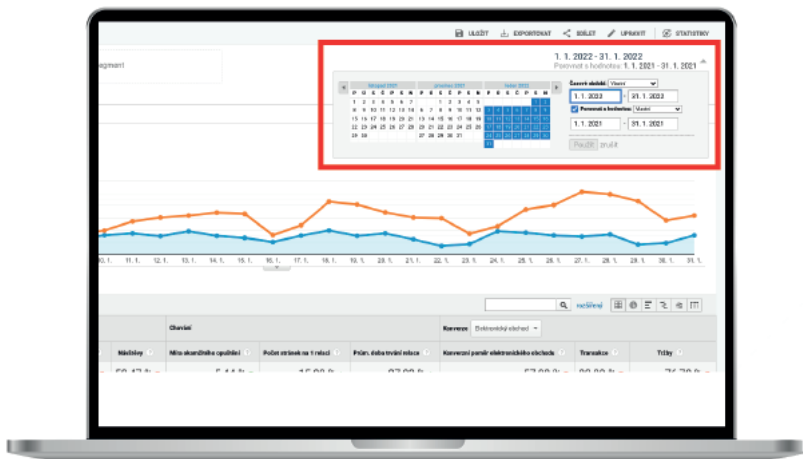
Obrázek 98: Ukázka nasazení hreflang v kódu stránek



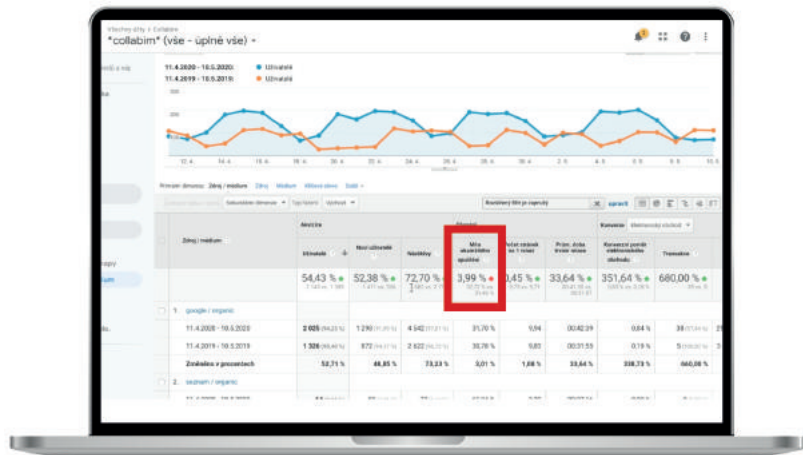
Obrázek 99: Ukázka průchodu botů stránkami

The slide is titled 'Google Analytics - vlastní zdroje'. It includes a bullet point 'Utm parametry' and a section 'Google January 2020 Core Update'. Below this, there are two URLs with UTM parameters: https://static.oncolabim.com/accounts/new?plan=52&localeCode=cs_CZ&invoicingPeriod=12&utm_source=akademie&utm_medium=article&utm_campaign=top and <https://www.collabim.cz/akademie/seozpracovadastri/google-core-update-may-2020/>. At the bottom, there is a link to a GA dev tool: <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>.

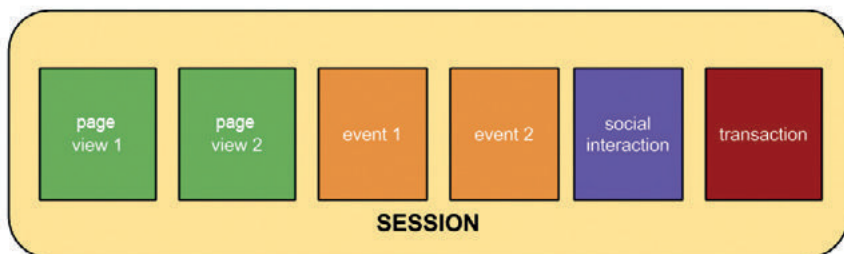
Obrázek 100: UTM parametry v GA



Obrázek 101: Filtrace a porovnání měsíce ledna 2021 a ledna 2022 v GA



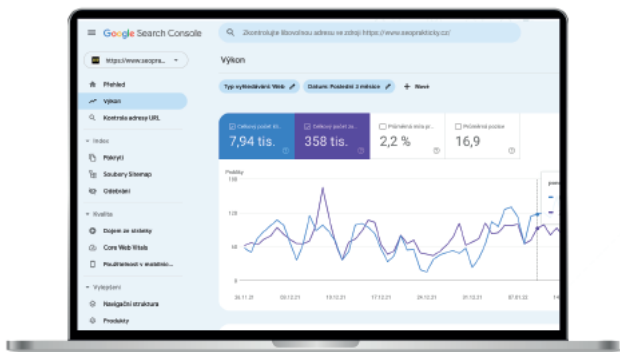
Obrázek 102: Zobrazení bounce rate (míry okamžitého opuštění) v GA Session



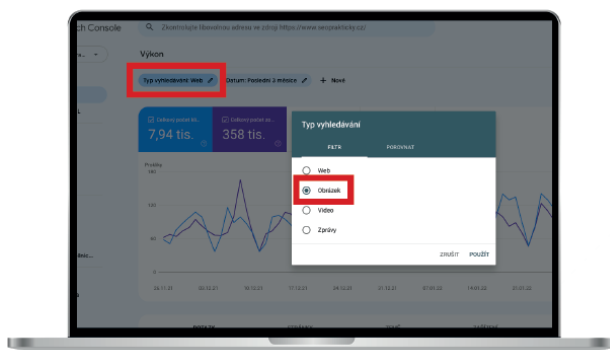
Obrázek 103: Jedna session může zahrnovat několik interakcí jednoho uživatele



Obrázek 104: Útočník vstřelí gól, ale jeho podíl na něm je jen částečný. To řeší atribuce.



Obrázek 105: GSC – sekce Výkon – nabízí přehled o tom, jak se zobrazujete v SERP.



Obrázek 106: Volba přehledu pro obrázkové vyhledávání v Google Search Console

Externí odkazy

Nejčastější cílové stránky

https://www.seopratycky.cz/	181
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku.html	18
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	14
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	13
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	11

Nejčastější odkazující stránky

statistik.org	85
statistik.org	34
statistik.org	22
statistik.org	16

Interní odkazy

Nejčastější cílové stránky

https://www.seopratycky.cz/na-rybicku.html	1384
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	787
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	630
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	647
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	629
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	623
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	609
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	580
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	563
https://www.seopratycky.cz/na-rybicku-odpovek.html	519

Obrázek 107: Zobrazení zpětných odkazů k projektu v GSC

Webmaster - Přehled

Zde můžete získat přehled o vašem webu Seznam v. Chcete-li více podrobností, využijte API.

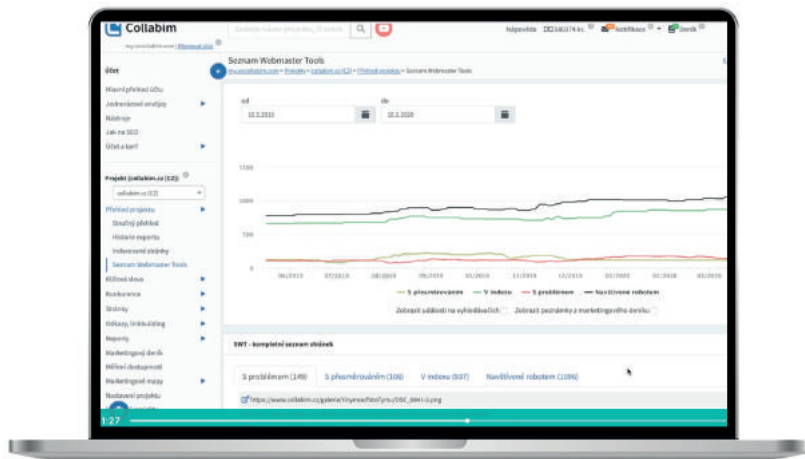
Aktuální stav webu seopratycky.cz

Typ stavu	Počet stránek
Uloženo v seznamu robotů	549
V indexu	464
S přesvědčením	8
S příznakem	3

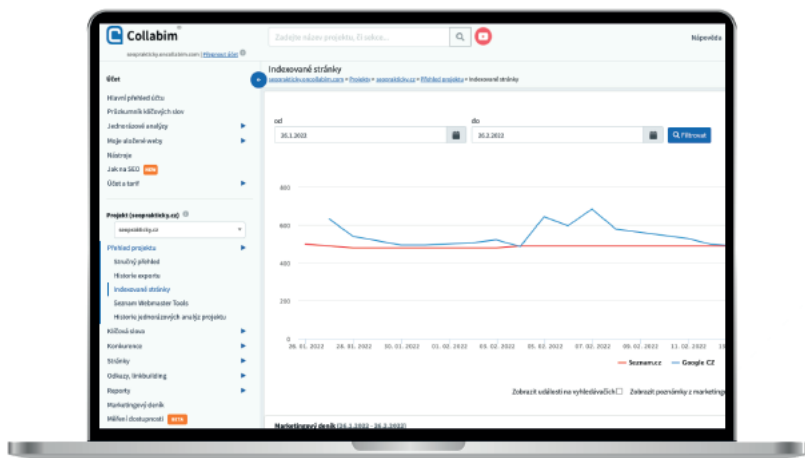
Vývoj webu v čase

Line chart showing the development of the website over time.

Obrázek 108: Prostředí Seznam Webmaster



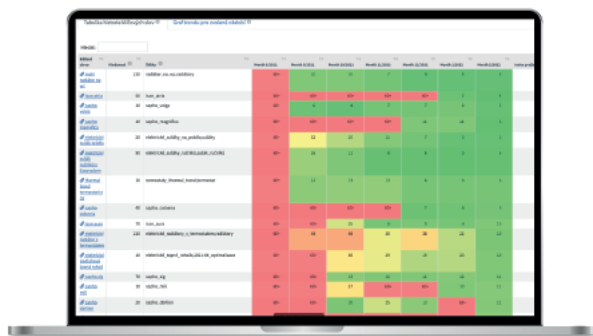
Obrázek 109: Collabim – nástroj Webmaster tools



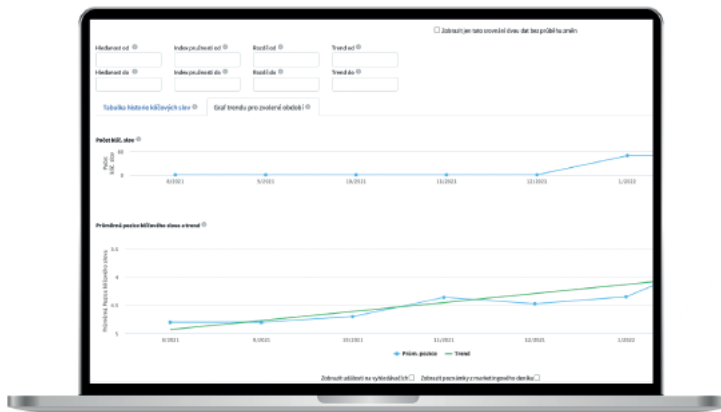
Obrázek 110: Ukázka analýzy indexovaných stránek na Googlu i Seznamu skrze Collabim



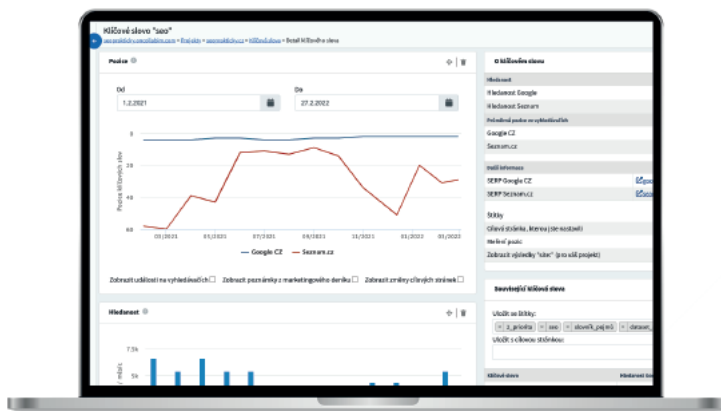
Obrázek 111: Graf rozložení pozic v Collabimu



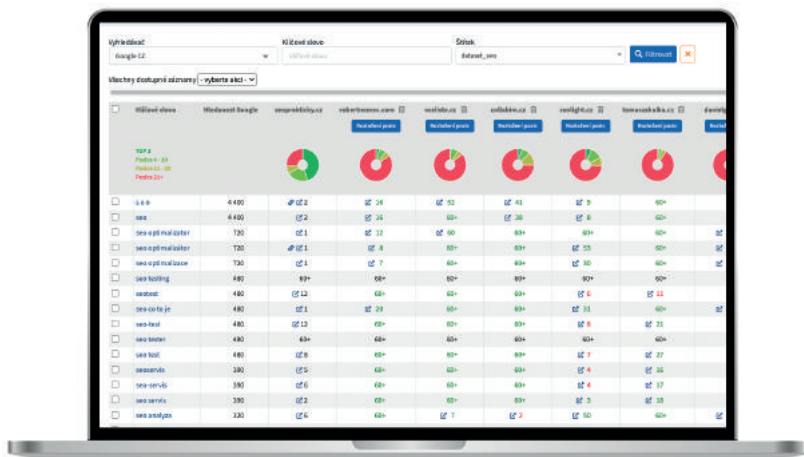
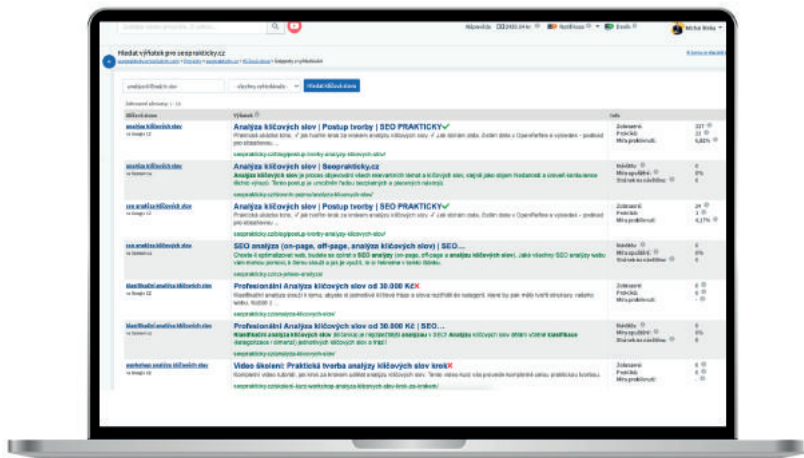
Obrázek 112: Historie klíčových slov v Collabimu

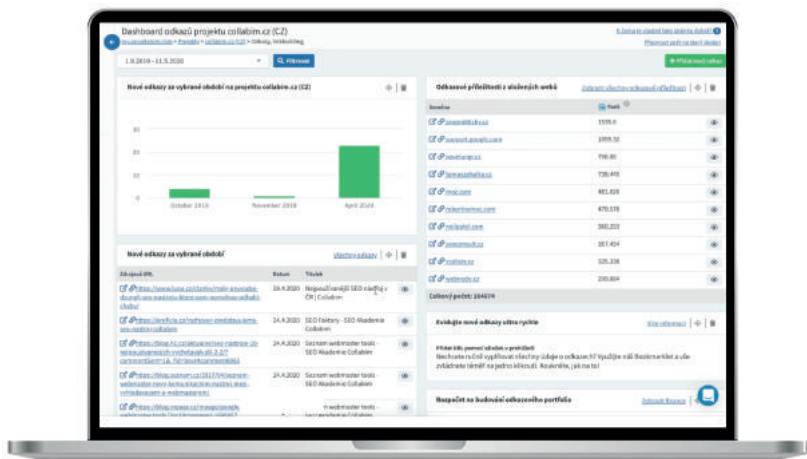
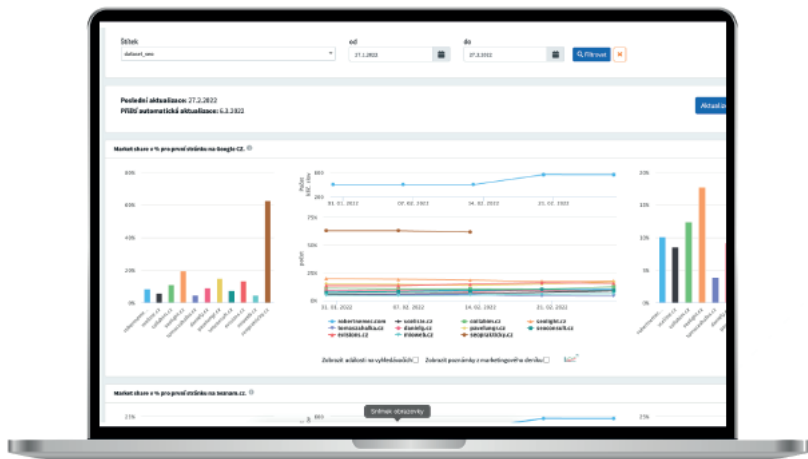


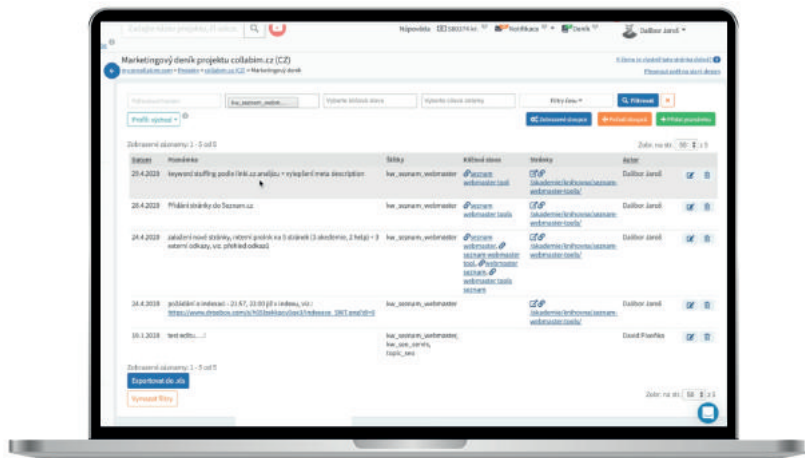
Obrázek 113: Vývoj pozic v grafu



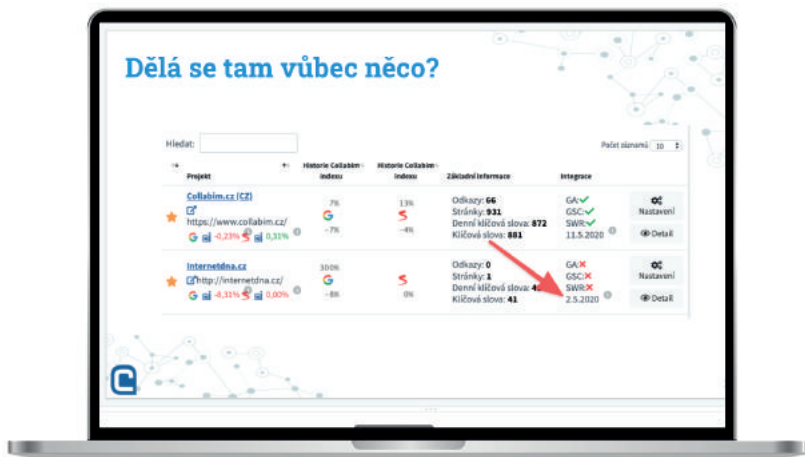
Obrázek 114: Náhled na konkrétní klíčové slovo a vývoj jeho pozic v čase



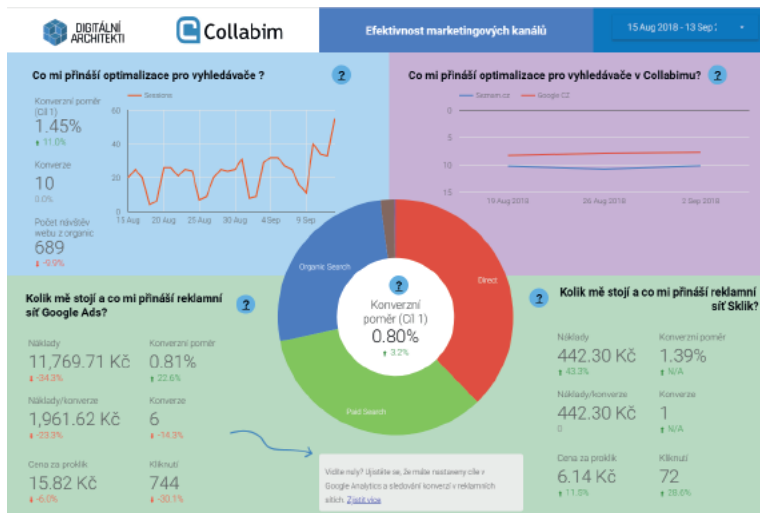




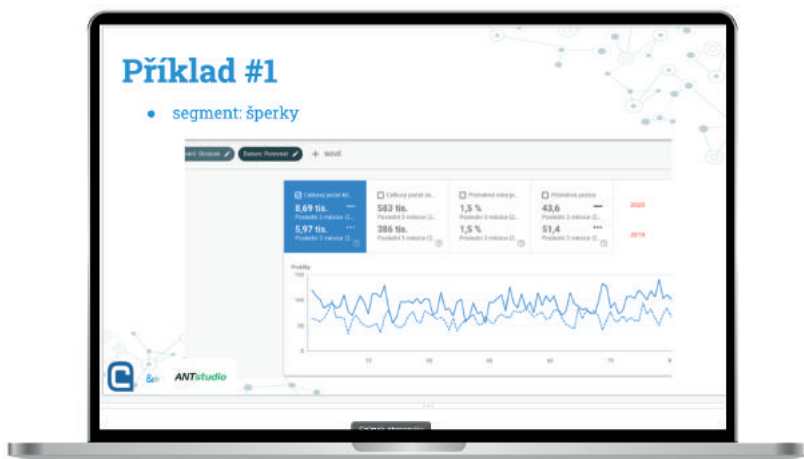
Obrázek 119: Ukázka marketingového deníku v Collabimu



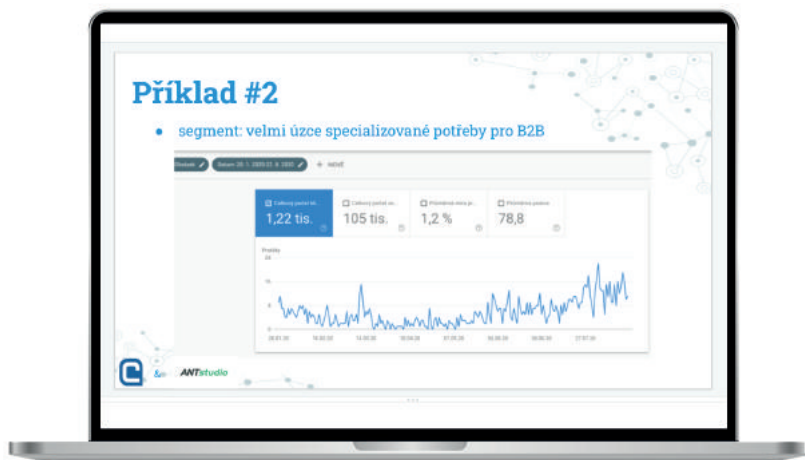
Obrázek 120: Kdy byl naposledy otevřen projekt v Collabimu? To je zřejmé z přehledu všech projektů.



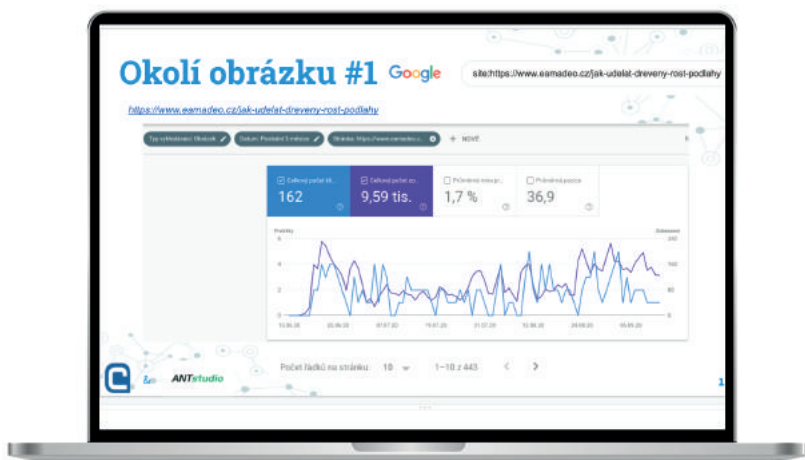
Obrázek 121: Ukázka reportu skrze Google Data Studio



Obrázek 122: Viditelný nárůst obrázkového hledání v segmentu šperků



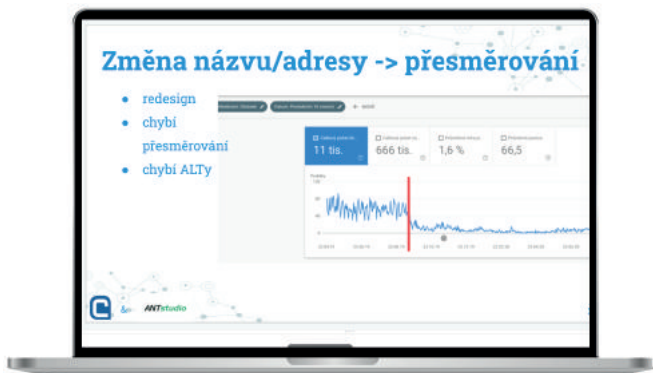
Obrázek 123: Nárůst trafficu z obrázkového SEO úzce specializovanému B2B byznysu



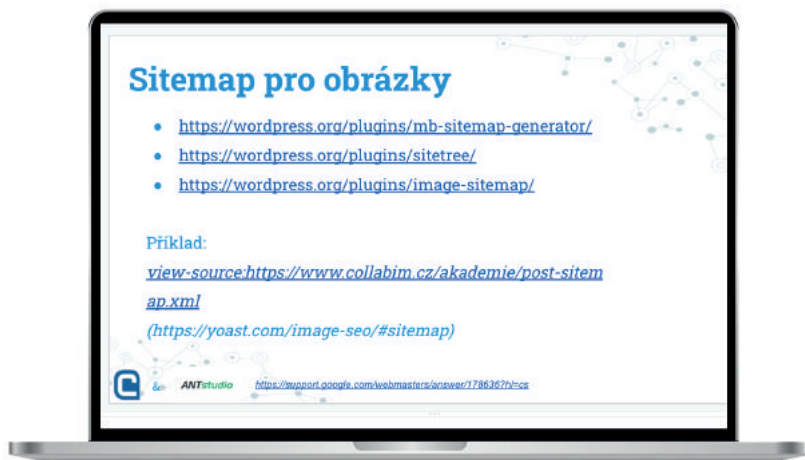
Obrázek 124: Ukázka výsledků obrázku bez alternativního popisku v GSC. I přesto, že se nachází průměrně až na 37. pozici, přivádí návštěvnost.



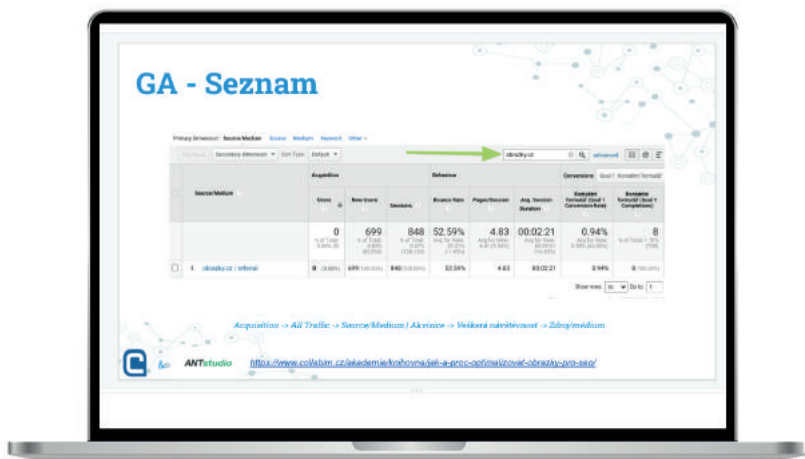
Obrázek 125: Některé ze služeb, které vám pomohou s kompresí obrázků



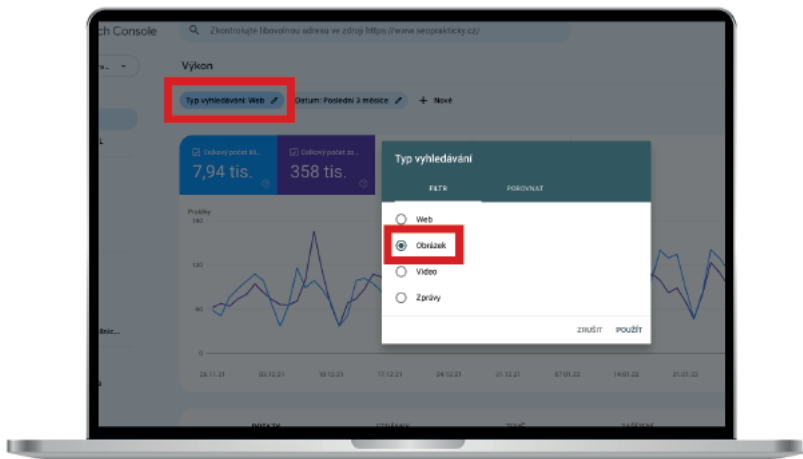
Obrázek 126: Ukázka propadu pozic v obrázkovém SEO v důsledku migrace stránek a neošetřeného přesměrování



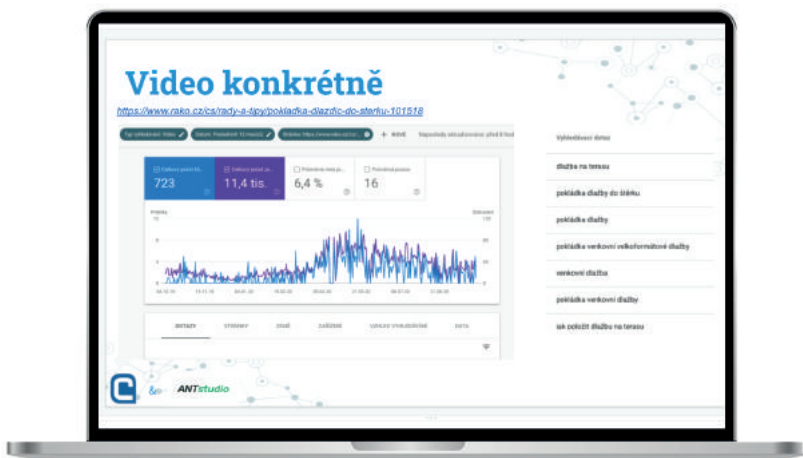
Obrázek 127: Generátory sitemap pro Wordpress



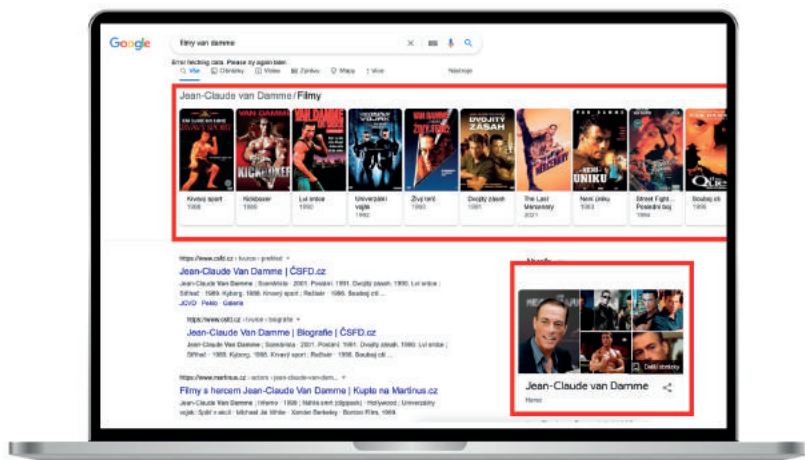
Obrázek 128: Informace o návštěvnosti z obrázkového SEO Seznam.cz najdete přímo v GA.



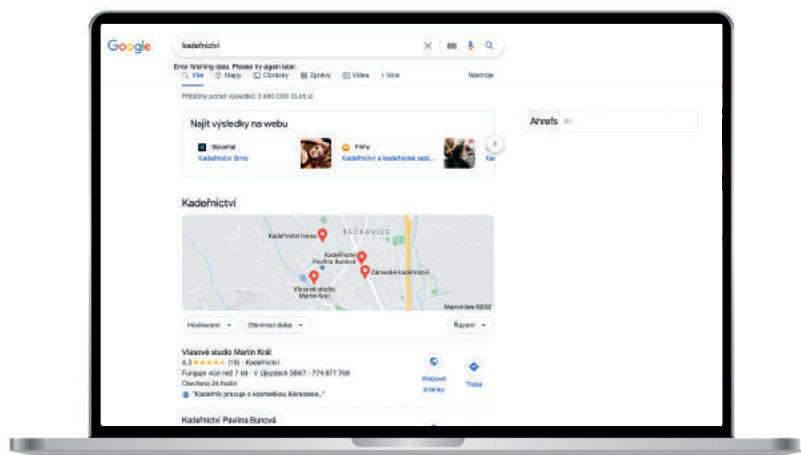
Obrázek 129: Analýza návštěvnosti obrázkového SEO v GSC



Obrázek 130: Reportování návštěvnosti z video obsahu v GSC



Obrázek 19: Ukázka feature snippets – rozšířených výsledků vyhledávání, které přináší odpověď přímo v SERP



Obrázek 20: Výsledky pro vyhledávací dotaz „kadeřnictví“. Vzhledem k mému poloze v Brně dostávám nabídku brněnských kadeřnických salónů.