

✓ CHECKLISTA SEO: AUDYT ZERO

Wersja dla właścicieli stron i początkujących webmasterów.

I. CZY GOOGLE CIĘ WIDZI? (Indeksacja)

To najważniejszy etap. Jeśli tutaj coś nie gra, reszta nie ma znaczenia.

- [] **Test site:** – Wpisz w Google `site:twojadomena.pl`. Czy widzisz swoje podstrony w wynikach? (Jeśli wynik to "0", strona nie istnieje dla Google).
- [] **Blokada w kodzie** – Sprawdź, czy na stronie głównej w kodzie (sekcja `<head>`) nie ma znacznika `<meta name="robots" content="noindex">`. (Częsty błąd po przeniesieniu strony z wersji testowej).
- [] **Plik robots.txt** – Wejdź na `twojadomena.pl/robots.txt`. Czy plik istnieje i czy nie zawiera komendy `Disallow: /?`
- [] **Mapa strony (Sitemap)** – Czy pod adresem `twojadomena.pl/sitemap.xml` znajduje się plik XML z listą podstron?

II. CZY STRONA JEST BEZPIECZNA I SZYBKA? (Technikalia)

Google nie lubi stron wolnych i niebezpiecznych.

- [] **Certyfikat SSL** – Czy przy adresie strony widzisz kłódkę ? (Adres musi zaczynać się od `https://`, a nie `http://`).
- [] **Responsywność (RWD)** – Otwórz stronę na telefonie. Czy teksty są czytelne bez powiększania, a przyciski łatwe do kliknięcia? (Google stosuje *Mobile-First Indexing*).
- [] **Prędkość (PageSpeed)** – Wrzuć stronę do narzędzia **Google PageSpeed Insights**. Czy wynik na mobile jest co najmniej "pomarańczowy" (50-89)? Czerwony wynik to alarm.
- [] **Przyjazne adresy URL** – Czy adresy wyglądają tak: `strona.pl/oferta` (dobrze), czy tak: `strona.pl/index.php?id=123` (źle)?

III. CZY GOOGLE WIE, O CZYM JEST STRONA? (Treść)

Roboty Google czytają kod i tekst. Musisz im powiedzieć, co jest ważne.

- [] **Meta Title (Tytuł w karcie)** – Najedź myszką na kartę w przeglądarce. Czy tytuł jest unikalny i zawiera słowa kluczowe? (np. "Hydraulik Warszawa - Tanio", a nie "Strona Główna").
- [] **Meta Description** – Czy strona ma ustawiony opis, który wyświetla się w Google pod linkiem? (Powinien zachęcać do kliknięcia).
- [] **Nagłówek H1** – Czy na każdej podstronie jest **tylko jeden** nagłówek H1 i czy mówi on wprost, o czym jest ta podstrona?
- [] **Opisy Alternatywne (Alt)** – Czy obrazki mają uzupełniony atrybut "alt"? (np. zamiast `img_123.jpg` powinno być `hydraulik-naprawia-kran.jpg`).
- [] **Brak pustych stron** – Czy nie masz opublikowanych podstron typu "Lorem Ipsum" lub "Strona w budowie"? (Google tego nienawidzi).

IV. NARZĘDZIA DO ANALIZY (Mierzenie)

Bez tego działasz po omacku.

- ☐ **Google Search Console (GSC)** – Czy domena jest zweryfikowana w GSC? (To jedyne miejsce, gdzie Google oficjalnie komunikuje się z właścicielem strony).
- ☐ **Google Analytics (GA4)** – Czy kod śledzący jest wpięty i zlicza ruch?
- ☐ **Wizytówka Google Moja Firma** – (Dla biznesów lokalnych) Czy wizytówka jest założona, zweryfikowana i ma uzupełnione godziny otwarcia?