



**JAK TWORZYĆ TREŚCI
NA STRONIE INTERNETOWEJ?
PRZEWODNIK WIDOCZNI**

TWORZENIE TREŚCI NA STRONIE INTERNETOWEJ

Opisy na stronie internetowej obejmują takie obszary jak:

- **opis oferty** – zarówno ogólny opis oferty, jak i opisy poszczególnych usług/produktów
- **opis firmy** – odpowiedź na pytanie kto, co i dlaczego my;
- **opis kategorii ofertowej** – opis grupy podobnych usług/produktów, który mówi użytkownikowi, że znalazł to, czego szukał

JAK TWORZYMY OPISY NA STRONIE INTERNETOWEJ?

Naszym celem jest **wzbudzić zainteresowanie, zmotywować do skorzystania z oferty**, ale również zbudować świadomość i przywiązanie do marki.

Aby zrealizować te cele:

- **stosujemy język korzyści** – eksponujemy korzyści dla klienta; rezygnujemy ze specyfikacji i cech oferty czy też opisywania osiągnięć firmy
- **piszemy językiem odbiorcy** – za pomocą języka można nawiązywać relacje z odbiorcą; sprzyja temu komunikacja bezpośrednia „na Ty”, porzucenie zbyt formalnych zwrotów, sztywnego technicznego języka; opisy powinny sprawiać wrażenie rozmowy z klientem
- **budujemy kontekst** – sam opis oferty to za mało, tworzymy kontekst, w jakim dana usługa czy też produkt mają zastosowanie; nawiązujemy do powszechnych problemów potencjalnych klientów

skrzętnie **unikamy powszechnie spotykanych błędów** w postaci:

- nadmiernej koncentracji na technicznej specyfikacji, zamiast na korzyściach, które z niej wynikają
- nadmiernego skupienia na nieistotnych szczegółach produktów i usług
- opisów firmy i jej osiągnięć, zamiast korzyści, jakie z tego wynikają

DOBRY I ZŁY PRZYKŁAD OPISU USŁUGI

ZŁY opis

Jesteśmy liderem w branży montażu okien. Gwarantujemy najwyższej jakości usługi w korzystnej cenie. Realizujemy zlecenia terminowo. Montujemy okna firm X, Y, Z z technologią XYZ.

Błędy:

- klient szuka dobrego rozwiązania, który rozwiąże jego problem, niekoniecznie lidera w branży
- gwarancja wysokiej jakości w niskiej cenie pasuje do każdego opisu i nie buduje przewagi konkurencyjnej
- najczęściej klienci nie znają się na oknach – chcą, aby się sprawdzały, niekoniecznie interesuje ich technologia

VS.

DOBRY opis

Szukasz, ekipy, która sprawnie i szybko zamontuje dla Ciebie nowe okna? Nasi specjaliści nie tylko pomogą Ci wybrać najlepsze okna i dokonają dokładnego pomiaru, ale również zadbają o Twój komfort w trakcie montażu. Nasze usługi obejmuje gwarancja, a ekipa montująca zostawi Twój dom z takim porządkiem, w jakim go zastała. Sprawdź szczegóły oferty!

Plusy:

- rozwiązujemy problem – klienci boją się, że podczas wymiany okien będzie brudno, głośno i stracą czas doglądając ekipy montażowej, tymczasem my zapewniamy, że

montaż nie będzie kłopotliwy;

- zwracamy się do klienta na Ty, dzięki czemu budujemy z nim bezpośrednią relację;
- zapewniamy, że zajmiemy się wszystkim od wyboru okien posprzątanie pomieszczenia po montażu

WZORCOWE PRZYKŁADY DOBRYCH OPISÓW

1. Opisy kategorii z uwzględnieniem potrzeb i problemów klientów, źródło:

www.chinese4.eu/pl/

为你

Język chiński dla Ciebie

Uważasz, że nauka języka chińskiego jest za trudna? Brakuje Ci czasu by spróbować? Właśnie dla osób takich jak Ty stworzyliśmy projekt Chinese for Europeans. Moduł wstępny jest dedykowany dla wszystkich grup odbiorców (od 9 do 99 lat). Zawiera podstawowe wiadomości z zakresu chińskiej gramatyki, fonetyki, chińskich znaków, kaligrafii oraz elementarnych słów i wyrażeń.

孩子

Język chiński dla dzieci

Aby nauka języka chińskiego stała się przygodą, materiały przygotowane są w formie animacji, gier, grafik i plików audio. Dzięki temu nauka języka jest prosta, intuicyjna i interaktywna. Zachęć swoje dziecko do nauki chińskiego poprzez zabawę z Chinese for Europeans. Sprawdź, Ty też wpadniesz w wir zabawy.

学生

Język chiński dla studentów

Ogłoś światu, że chcesz studiować w Chinach. Pojedź do Chin na wymianę studencką. Rozpocznij swoją przygodę już dzisiaj ucząc się leksyki poświęconej życiu studenckiemu. Znajdziesz tutaj najważniejsze wyrażenia i zwroty związane z codziennym życiem studenta. W tym module poznasz także różnice życia kulturowego a wszystko to przy użyciu Twojego notebooka. Naucz się chińskiego metodą e-learningu.

商人

Język chiński dla biznesu

Wyobraź sobie, że od znajomości języka chińskiego zależy powodzenie Twojej firmy. Tylko jak się go nauczyć? Chinese for Europeans umożliwi Ci poznanie niezbędnych zwrotów w komunikacji biznesowej oraz poznanie kulturowych różnic pojawiających się podczas współpracy handlowej. Kurs przeznaczony jest w szczególności dla przedstawicieli sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP).

游客

Język chiński dla turystów

Jeśli Twoim marzeniem jest podróż do Chin, my pomożemy je zrealizować. Specjalnie dla turystów stworzyliśmy aplikację na telefony komórkowe mające ułatwić poruszanie się w państwie środka i nawiązywanie rozmowy z Chińczykami (mini rozmówki). Moduł jest fantastycznym wsparciem podczas podróży, można z niego korzystać na każdym urządzeniu mobilnym - bez ograniczeń wiekowych (od 9 do 99+).

Chiny

Co musisz wiedzieć, zanim wyjedziesz?



2. Opis usług przez pryzmat zrozumienia potrzeb klienta, źródło:

<http://www.modelina-architekci.com/modelina/>

SHOW US YOUR BREAKFAST AND WE'LL SHOW YOU YOUR KITCHEN

Show us your breakfast and we'll show you your kitchen.

We are the architects focused on your needs.

We start every project by researching what it is you need and how you live - and we finish with you being happy with the results of our cooperation even 20 years later.

Pokaż nam swoje śniadanie, a my pokażemy Twoją kuchnię.

Jesteśmy architektami skupionymi na Twoich potrzebach.

Każdy projekt zaczynamy od tego, czego potrzebujesz i jak żyjesz na co dzień - a kończymy na tym, że po 20 latach nadal jesteś zadowolony z efektów naszej wspólnej pracy.

Wyczerpujący opis usługi z korzyściami, cenami i warunkami korzystania, źródło: inpost.pl

Paczkomaty

od 11²⁸ Zł do 48^H do 25^{KG}

- **Odbieraj i wysyłaj paczki**
przez całą dobę, 7 dni w tygodniu
- **Szybkie doręczenie paczek**
98% dociera następnego dnia
- **Płatność kartą**
lub przez PayByLink za przesyłki pobraniowe



Paczkomaty InPost to największa na świecie sieć nowoczesnych urządzeń do samodzielnego odbierania i nadawania paczek 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.

Każdy z Paczkomatów wyposażony jest w panel sterowania (dotykowy lub z przyciskami). Dzięki komunikatom pojawiającym się na ekranie krok po kroku poprowadzimy Cię przez proces odbioru lub nadawania paczki.

Ponadto, aby odbieranie przesyłek było jeszcze szybsze i łatwiejsze, w wielu maszynach pod ekranem znajduje się czytnik kodów QR oznaczony żółto-czarnym symbolem oka. Pamiętaj, że czytnik najlepiej działa gdy kod skanowany jest z odległości ok. 20 cm.

Przedstawienie korzyści dla klienta, źródło: www.enea.pl

Dlaczego warto wybrać Enea Smart?

<p>Otrzymasz atrakcyjną cenę prądu</p> <p>Możesz być pewien, że cena każdej kWh będzie atrakcyjna przez cały czas trwania oferty.</p>	<p>Zyskujesz ochronę</p> <p>Wreszcie możesz spać spokojnie! Zestaw wyjątkowych czujników zadba o Twoje bezpieczeństwo i uchroni Twój dom przed skutkami pożaru, zalania, a nawet włamania.</p>	<p>Oszczędzasz energię</p> <p>Inteligentne gniazdko pozwolą Ci na bieżąco kontrolować zużycie energii przez poszczególne urządzenia, a także zadbają o to, żeby rachunki za prąd były jeszcze niższe.</p>
<p>Zarządzasz ogrzewaniem</p> <p>Dzięki Głowicy Termostaticznej steruj ogrzewaniem w swoim domu lub mieszkaniu z dowolnego miejsca, oszczędzaj na rachunkach i dbaj o środowisko.</p>	<p>Masz pełną kontrolę</p> <p>Sprawdź aktualny stan urządzeń i zarządzaj mieszkaniem z dowolnego miejsca! Wystarczy dostęp do internetu by upewnić się, że w Twoim domu wszystko w porządku.</p>	<p>Podłączasz... i gotowe!</p> <p>Instalacja i skonfigurowanie urządzeń jest wyjątkowo proste. Dzięki technologii plug&play system będzie gotowy do użycia tuż po wyjęciu z pudełka i szybkiej konfiguracji.</p>

5.

Biuro podróży, które mówi językiem korzyści, źródło: discoverasia.com.pl

MASZ OCHOTĘ NA PRAWDZIwą PRZYgodĘ?

Marzy Ci się wyprawa na koniec świata, ale nie masz z kim jechać? Nie przejmuj się! Czekamy na Ciebie!

Dołącz do jednej z naszych wypraw do Azji i wyrusz w niezwykłą podróż! DiscoverAsia łączy wszystkich ludzi ciekawych świata i kochających podróże niezależnie od wieku i płci. **Nie musisz mieć pary, większość uczestników naszych wypraw to single** – jeździmy w małych grupach, na luzie, po koleżeńsku. Wspólnie odkrywamy najdalsze zakątki Azji, obcujemy z dziką przyrodą, poznajemy nowe smaki i zapachy oraz leniuchujemy pod palmami. Nie stawiamy na turystykę masową, chodzimy swoimi ścieżkami. To jak? – Jedziesz z nami?

6. Opis, który buduje poczucie wyjątkowości usługi, źródło: shopmiler.com

DLACZEGO SZYCIE NA MIARĘ?



Szycie na miarę to przygoda skierowana do osób, które ponad wszystko cenią sobie komfort i elastyczność. Kiedy standardowa oferta garniturowa znajduje się już w Twojej szafie lub oczekujesz ubrania unikatowego i dopasowanego idealnie do Twojej sylwetki naturalnym następnym krokiem jest spotkanie w naszym salonie. Wierzymy, że w odpowiednim ubraniu każdy mężczyzna może "zdobywać świat", a dobrze skrojony garnitur lub marynarka jest tego podstawą. Wchodząc w świat krawiectwa miarowego otrzymujesz dostęp do tysięcy standardowo niedostępnych tkanin oraz możliwość zaprojektowania z pomocą doradcy swojego ubrania od podstaw z uwzględnieniem wszystkich swoich pomysłów. Odbierając gotowy projekt gwarantujemy Ci, że poczujesz, co oznacza perfekcyjne dopasowanie i jedyne o czym będziesz myślał, to kiedy znowu nas odwiedzisz.

Wytyczne dotyczące przygotowania tekstów pod kątem SEO

Dobry tekst SEO powinien być pisany zarówno z myślą o wyszukiwarce (Google), jak i internautach. Tekst SEO to z **jednej strony frazy kluczowe, z drugiej wartościowe informacje** z punktu widzenia użytkowników strony. Treści muszą być przyjazne dla wyszukiwarki, bo taki jest ich cel, ale należy także pamiętać o tym, że teksty piszemy dla ludzi.

Jak napisać wartościowy tekst, który się sprzeda? Przed pisaniem odpowiedz sobie na pytania:

1. Kim jest klient?
2. Co lubi, czego szuka?
3. Jakim językiem się posługuje?

Treść powinna być dostosowana do odbiorcy:

1. Pisz językiem dostosowanym do odbiorcy.
2. Buduj krótkie zdania.
3. Stosuj życiowe przykłady.
4. W opisie kategorii nie skupiaj się na produktach - one mogą się zmienić.
5. Pisz o korzyściach wynikających z dokonania zakupu.
6. Nie kopiuj ze stron producenta.
7. Stosuj się do zasad SEO.

Struktura tekstu a słowa kluczowe

Dobry tekst SEO musi posiadać odpowiednią strukturę. Żeby był przyjazny dla wyszukiwarki, ale także czytelnika, powinien zawierać:

- tytuł z frazą główną,
- śródtytuły, zawierające kluczowe frazy,
- wypunktowania,
- pogrubienia fragmentów tekstu, które zawierają frazy oraz są istotne z punktu widzenia sprzedażowego.

Struktura nagłówków

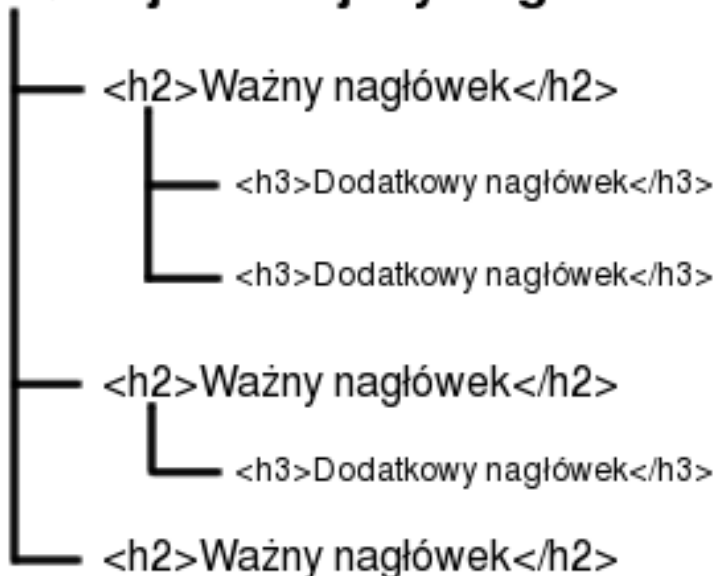
Stosowanie nagłówków (H1, H2, H3, H4, H5, H6) jest bardzo istotne. Zawarte w nich treści informują bowiem robota wyszukiwarki, jaka jest tematyka strony. Dlatego też **nagłówki powinny zawierać najważniejsze frazy kluczowe.**

Strukturę nagłówków w tekstach SEO można porównać do pracy dyplomowej, która jest podzielona na tytuł, rozdziały, podrozdziały. Przekładając to na język html, H1 to tytuł, H2 rozdział, H3 podrozdział.

Nagłówek informuje, o czym jest dany fragment treści, a w konsekwencji o czym jest dana strona, podstrona. **Nagłówki mają strukturę hierarchiczną. H1 jest ważniejszy niż H2, H2 jest ważniejszy niż H3 i tak dalej.** Dlatego też pisząc tekst musimy pamiętać, żeby najważniejsze informacje zawrzeć na samym początku. Im dana informacja jest mniej istotna, tym niżej będzie się znajdować w naszym tekście. Na samym końcu umieszczamy informacje najmniej istotne.

Nagłówki należy stosować po kolei, to znaczy najpierw H1, potem H2 i tak dalej. Każdy kolejny nagłówek powinien nawiązywać do kolejnego, być jego rozwinięciem. Na przykład H3 będzie stanowił bardziej szczegółowy opis H2.

<h1>Najważniejszy nagłówek</h1>



H1 to tytuł artykułu, dlatego powinien występować tylko raz. Jego wielokrotne zastosowanie spowoduje, że wyszukiwarka i użytkownicy nie będą wiedzieć, która sekcja jest najważniejsza. Pozostałe nagłówki, to jest **H2-H6, mogą być powtarzane.** Co ważne, tekst nie musi posiadać wszystkich nagłówków. Zazwyczaj wystarczają H1, H2 i H3. Ich liczba będzie w dużej mierze uzależniona od długości tekstu.

Nagłówki powinny zawierać frazy kluczowe, H1 w formie nieodmiennej, H2-H6 w formie odmiennej. **H1 powinien zawierać główną frazę kluczową.** Należy to jednak robić z myślą o użytkowniku. Nagłówek nie może być zwykłą listą fraz. Nagłówki powinny być interesujące dla czytelnika oraz informować go, o czym jest dany fragment tekstu. Fraza powinna być wpleciona w sposób dyskretny.

Wypunktowania i akapity

Istotne z punktu widzenia wyszukiwarki oraz czytelników jest stosowanie w tekstach wypunktowań (,,<dd>). Można przyjąć, że im więcej wypunktowań, tym lepiej. Jeśli to możliwe, tekst powinien posiadać przynajmniej 15 wypunktowań, ale nie jeden po

drugim, tylko na przykład 1 wypunktowanie w każdym akapicie. Nie w każdym tekście da się zrobić 15 wypunktowań, ale przykładowo w artykule blogowym jest to możliwe.

Wypunktowania muszą mieć sens i być spójne. Może to być na przykład lista produktów znajdująca się w ofercie sklepu albo cechy wyróżniające dany produkt. Na przykład: „W naszej ofercie znajdują się meble:

- kuchenne,
- łazienkowe.
- do jadalni”

Przy okazji wypunktowań **warto wspomnieć o akapitach, które także powinny znaleźć się w tekście SEO.** Tekst nie może być zbity w jedną całość, bo źle się go czyta. Warto oddzielać wątki akapitami. Nie każdy z nich, szczególnie w dłuższym tekście blogowym, musi być okraszony śródtytułem h2/h3. Nagłówki należy stosować tak, by tekst był przyjazny dla użytkownika i czytelny

Tabele i inne elementy dodatkowe

Dodatkowe elementy podnoszą ranking strony - wyszukiwarka uznaje je za lepiej odpowiadające na zapytanie użytkownika. Dzięki nim tekst jest również bardziej atrakcyjny.

Warto zastanowić się czy:

- tabele,
- zdjęcia,
- dodatkowe boxy,

są istotne z punktu widzenia użytkownika na danej podstronie, czy sprawią, że tekst będzie bardziej czytelny, przyjazny i merytoryczny. Jeśli tak, warto je dodać!

Nie twórzmy nic na siłę. Tabela sprawdzi się na przykład do przedstawienia cennika jakiejś usługi, na przykład cennika pozycjonowania.

Pogrubienia

Tekst SEO powinien posiadać pogrubione fragmenty. **Podkreślone powinny zostać fragmenty zawierające frazę kluczową.** Jeśli wyróżnimy tylko frazy kluczowe, od razu będzie widać, że tekst został napisany wyłącznie pod pozycjonowanie, dlatego dobrze jest wyboldować również 2-4 wyrazy okalające ją (oczywiście z sensem).

Przykład: "W naszym butik internetowym znajdziesz **modne bluzki damskie**, dzięki którym stworzysz stylizację na co dzień - na randkę, do kina, spotkanie ze znajomymi, a także **eleganckie bluzki, które świetnie sprawdzą się do pracy**".

fraza to **bluzki damskie**

Powinniśmy wyróżnić te informacje, które mogą zainteresować czytelnika. Pamiętajmy też, żeby nie wyróżniać każdego fragmentu, który zawiera frazę kluczową. Powinniśmy także unikać pogrubiania fragmentów zawierających identyczną frazę. **Wyboldowania nie powinny zajmować więcej niż 30% treści**

Zasady umieszczania słów kluczowych w tekście w pigułce

Słowa kluczowe w tekście SEO są... kluczowe. Należy stosować je jednak według określonych zasad, pamiętając o tym, że tekst pisany jest nie tylko dla algorytmów Google, ale przede wszystkim dla użytkownika, który szuka odpowiedzi na zadane pytanie - usługi, produktu lub informacji. Omówimy frazy:

- główne
- dodatkowe
- anchory

Frazy główne

Istotną kwestią z punktu widzenia SEO jest **odpowiednie nasycenie tekstów frazami kluczowymi**. Podstawowe zasady dotyczące fraz głównych:

- **Główna fraza** powinna znajdować się w pierwszych 100-150 znakach, w nieodmienionej formie oraz dodatkowo:
 - **w nieodmienionej formie** powinna występować około raz na 600 znaków,
 - **w odmienionej** około raz na 1000 znaków.

Przykład: w tekście na 1300 znaków powinny wystąpić 2 słowa kluczowe nieodmienione plus 1 odmienione, z czego pierwszy raz fraza główna powinna zostać użyta w pierwszych 150 znakach.

- **Frazy można łączyć.**

Na przykład fraza „mieszkania na sprzedaż Poznań” zawiera w sobie 2 osobne frazy: „mieszkania Poznań” oraz „mieszkania na sprzedaż Poznań”. Nie należy jednak łączyć frazy głównej, zwłaszcza jeśli występuje ona na samym początku w pierwszych 100-150 znakach. Fraza główna powinna występować w „czystej postaci”, to jest „mieszkania Poznań”, a nie „mieszkania na sprzedaż Poznań”.

- **Fraza kluczowa powinna znaleźć się w tytule oraz śródtytułach.**

W śródtytułach powinna występować w odmienionych formach.

- Frazy kluczowe muszą być wplecione w tekst w taki sposób, aby **brzmiąły naturalnie**.

Nie możemy napisać: „Nasza wypożyczalnia samochodów Poznań oferuje...”. W tekstach z nazwą miasta (na przykład „wypożyczalnia samochodów Poznań”) **nazwa miasta powinna wystąpić 2-4 razy**, w zależności od długości tekstu. W artykułach do 1000 znaków 2 razy,

na 1500 znaków 3 razy, na 2000 znaków i powyżej 4 razy. Nazwa miasta nie musi być ściśle połączona z frazą i może być odmieniona. Na przykład: „Nasze wypożyczalnie samochodów znajdują się w większości polskich miast, na przykład Poznaniu”.

- Należy **unikać powtórzeń**.

Na przykład: „Oferujemy mieszkania jednopokojowe, mieszkania dwupokojowe, mieszkania trzypokojowe”. Zamiast tego można napisać: „Oferujemy mieszkania:

- jednopokojowe,
- dwupokojowe,
- trzypokojowe.”

Gotowy tekst powinien być atrakcyjny i poprawny językowo, takie teksty bowiem zarówno wyszukiwarka, jak i użytkownicy uznają za wartościowe.

Frazy dodatkowe

W tekstach **należy stosować także frazy dodatkowe oraz synonimy**. Frazy dodatkowe to wyszukiwania o niższej popularności niż frazy główne, powinny być jednak stosowane w tekstach na podobnej zasadzie. Częstotliwość stosowania fraz dodatkowych to:

- w formie nieodmienionej raz na 1000 zzs
- w formie odmienionej raz na 2000 zzs.

Z racji tego, że frazy dodatkowe są często rozszerzeniami frazy głównej, można je rozdzielać. Można, ale nie znaczy, że należy robić to za każdym razem - priorytetem jest wykorzystanie frazy w takiej formie/kolejności, w jakiej jest podana.

Rozróżniamy tutaj dwa warianty wykorzystania fraz:

- podział frazy (część dodatkowa w innym miejscu)
- odmiana frazy (część dodatkowa odmieniona)

Jeśli frazy dodatkowe są inne niż główne i nie zawierają części wspólnych, należy je traktować z wystąpieniami tak jak frazy główne. Nie będzie tutaj problemu z przesyceniami części wspólnych więc powyższe, specjalne zasady nie mają zastosowania.

Odmiany słów kluczowych oraz stosowanie synonimów

Jak już zostało wspomniane, **w tekstach SEO należy stosować odmiany fraz kluczowych**. Co to oznacza? To nic innego jak odmiana słowa przez przypadki oraz stosowanie liczby pojedynczej i mnogiej. Zamiast pisać co chwilę „żarówka LED”, powinniśmy stosować tę frazę w odmienionych formach, na przykład:

- żarówki LED,
- żarówek LED.

Tekst nie może być przesycony frazami. Ich nadmiar z jednej strony spowoduje, że strona zostanie uznana przez wyszukiwarkę za spamerską, z drugiej będzie mało przyjazna dla czytelnika.

W celu uniknięcia przesycenia tekstu frazami **warto stosować zamienniki i wyrażenia bliskoznaczne**. Zamiast „mieszkanie” możemy pisać „lokal”, „pomieszczenie”, „dom”, „lokum”, „apartament” itp. Stosowanie zamienników i wyrażen bliskoznacznych pozwoli nam nie tylko uniknąć przesycenia frazami, ale spowoduje także, że tekst będzie bardziej spójny. Będzie w sposób kompleksowy traktował dany temat.

Przy okazji odmian należy wspomnieć o frazach, które zawierają lokalizację, na przykład nazwę miasta („nowe mieszkania na sprzedaż Poznań”). Wyszukiwarka Google jest na tyle inteligentna, że jest w stanie domyślić się, że na przykład zdanie „W naszej ofercie znajdują się nowe mieszkania na sprzedaż w Poznaniu” zawiera frazę „nowe mieszkania na sprzedaż Poznań”. Jest to bardzo ważne z punktu widzenia copywritera. Umieszczanie nazwy miejscowości w nieodmienionej formie, tak żeby zdanie brzmiało poprawnie i naturalnie, byłoby dość kłopotliwe. **Nazwa miejscowości może zostać użyta nawet w dalszym**

fragmentie tekstu, w innym zdaniu, niekoniecznie bezpośrednio przy pozostałej części frazy, w tym przypadku „nowe mieszkania na sprzedaż”.

Konstruowanie zdań w stylu „Posiadamy w ofercie nowe mieszkania na sprzedaż. Poznań to piękne miasto” jest surowo zakazane :-)

Anchor

Anchor to link, prowadzący do określonej podstrony. Jego zadaniem jest wzmacnianie pozycji strony, do której linkuje. W tekście musi być stosowany w formie nieodmiennej.

Rodzaje tekstów

Ile znaków powinien zawierać tekst?

Ile znaków powinien zawierać tekst? Generalnie im więcej, tym lepiej, pamiętając jednocześnie o tym, żeby nie lać wody. **Ilość znaków powinna być dostosowana do tematu.** Nie na każdy temat można napisać 2000 znaków. **Tekst musi być wartościowy i merytoryczny.** Ma dotyczyć danej usługi, a nie całej oferty firmy. Lepiej napisać tekst krótszy, ale wartościowy. Jeśli piszemy o mieszkaniach w standardzie pod klucz, to piszemy tylko o tej usłudze, a nie o całej ofercie dewelopera. **Nie wydłużajmy sztucznie tekstu tylko po to, żeby wyrobić narzucony limit znaków.**

Zwykle liczba znaków dla tekstów wygląda następująco:

- krótsze opisy kategorii znajdujące się nad listą produktów – 500-800 znaków,
- dłuższe opisy kategorii, uwzględniające także treść pod listą produktów - 1000 - 5000 znaków
- standardowe teksty typu landing page albo ofertowe - 1500-2000 znaków,
- blogi – minimum 2500 znaków,
- testy do linkowania – katalogowe 500-600 znaków, ogłoszeniowe 600-800 znaków.

Niezależnie od tego, ile znaków będzie miał nasz artykuł, musimy pamiętać, że każdy **tekst CM powinien przedstawiać korzyści**, jakie odniesie klient, jeśli skorzysta z oferty.

Opisy kategorii

Liczba znaków może być ograniczona strukturą strony. Dotyczy to przede wszystkim opisów kategorii w sklepach internetowych. Tekst często nie może być zbyt długi ze względu na ograniczone pole tekstowe. Jeśli będzie za długi, a umieścimy go nad listą produktów, strona za bardzo się wydłuży, zjedzie w dół. Spowoduje to, że produkty nie będą widoczne dla klientów. Trzeba będzie scrolować stronę, żeby je zobaczyć. Warto rozbić tekst na 2 części - pierwszą umieścić nad listą produktów, a drugą (z wykorzystaniem nagłówek h2, pod listą produktów)

Teksty ofertowe

Pisząc teksty ofertowe, **należy skupić się na konkretnej ofercie**, nie wszystkich możliwościach, które oferuje dana firma. Przykładowo, jeśli opisujemy ofertę domów jednorodzinnych w Mosinie z garażem, najlepiej jest skupić się na zaletach tego, że dom ma garaż i znajduje się w Mosinie - nie piszemy o tym, że deweloper posiada w ofercie także mieszkania dwupokojowe w innej lokalizacji.

Teksty blogowe

Najmniej wytycznych dotyczących ilości znaków mamy w przypadku tekstów blogerskich. **Blog nie może być ani za krótki, ani za długi. Musi w sposób wyczerpujący i szczegółowy opisywać dany problem.** Należy jednak uważać, żeby nie przesadzić. Tekst na 10 000 znaków może już na starcie zniechęcić czytelników.

W tekście blogowym warto umieścić linki odsyłające do strony z ofertą danej firmy, na przykład do opisu produktu, który wymieniamy lub opisujemy w artykule.

Teksty zapleczone

Nieco inną kategorią są teksty zapleczone, czyli tworzone na strony zapleczone. W ich przypadku jakość nie jest priorytetem. Najważniejsze jest umieszczenie fraz związanych z ofertą klienta, ale bez podawania jego nazwy. Oczywiście tekst musi być napisany poprawnie i nie może zawierać błędów.

Unikalność treści

Surowo zakazana jest duplikacja treści, czyli kopiowanie i umieszczanie identycznych tekstów na różnych stronach czy podstronach. Tworzone teksty muszą być unikalne. Dotyczy to zarówno tekstów w obrębie jednej domeny i jej podstron, jak i innych stron zewnętrznych.

Jest to szczególnie ważne, ponieważ Google dba nie tylko o to, żeby wyniki wyszukiwania były maksymalnie trafne, odpowiadające zapytaniu użytkownika, ale także zróżnicowane. Chodzi o to, żeby po wpisaniu zapytania nie pojawiło nam się 10 identycznych treści, znajdujących się na różnych stronach.

W przypadku znalezienia identycznych treści na różnych stronach, Google stara się określić, który artykuł jest oryginałem. Dla wyszukiwarki strony, które duplikują treści są mniej wartościowe niż strony zawierające treści unikalne. Z tego względu strony ze zduplikowanymi treściami wyświetlane są na niższych pozycjach.

Problem zduplikowanych treści dotyczy przede wszystkim dwóch przypadków:

- tekstów wykorzystywanych w serwisach ogłoszeniowych i internetowych bazach firm,
- opisów produktów w sklepach internetowych.

Zamieszczanie zduplikowanych treści w serwisach ogłoszeniowych jest dość częstym błędem. Właściciele stron często kopiują ze swojej strony fragment oferty albo tekstu „O nas” i wkleją go do ogłoszenia. Niestety jest to **bardzo niekorzystne ze względu na wyniki pozycjonowania**. W takim przypadku Google ma bowiem problem z określeniem, która strona, firmowa czy portal ogłoszeniowy, zawiera oryginał, a która duplikat. Warto więc zadbać o to, aby teksty umieszczane w tego typu serwisach były unikalne. Nie jest to łatwe, jeśli umieszczamy teksty katalogowe na portalach w celu pozyskania z nich wartościowych linków. Musielibyśmy mieć ogromną liczbę unikalnych tekstów na identyczny temat. Warto jednak, w miarę możliwości, zadbać o jak największą liczbę różnych wersji tekstów katalogowych i ogłoszeniowych.

Problem duplikacji treści występuje także w przypadku opisów produktów w sklepie. Bardzo często sklepy korzystają z oficjalnych opisów produktów dostarczonych przez producenta. **Napisanie unikalnych tekstów dla sklepu, który ma w ofercie powiedzmy tysiąc produktów jest bardzo praco- i czasochłonne. Stworzenie takich treści daje jednak ogromną przewagę nad sklepami, które posiłkują się wyłącznie opisami od producentów.** Jeśli przygotowanie unikalnych opisów dla wszystkich produktów jest nieosiągalne, na przykład z przyczyn finansowych, warto zadbać o to, żeby chociaż najważniejsze produkty miały unikalny opis.

Jak widać, napisanie dobrego, czyli skutecznego, tekstu SEO jest złożonym procesem. Przy jego tworzeniu musimy pamiętać o wielu czynnikach, które wpływają na jego skuteczność. Nieprzestrzeganie opisanych w tym dokumencie zasad spowoduje, że pisanie tekstów nie będzie miało sensu, ponieważ nie będą one przydatne z punktu widzenia SEO. **Jeśli jednak się do nich zastosujemy, możemy być pewni, że prędzej czy później będziemy mogli pochwalić się oczekiwanym efektem naszych działań – czyli wysokimi pozycjami w Google!**