

Proponowane terminy:

6-7 grudnia 2017

11-12 grudnia 2017

Cena:

2400 PLN netto

2952 PLN brutto

Program:

Dzień 1

Blok I	Podstawy pozycjonowania stron i doboru fraz kluczowych Pozycjonowanie – czym jest SEO oraz marketing w wyszukiwarkach?
	Potencjał marketingu w wyszukiwarkach dla biznesu – studium przypadku.
	Google – jak funkcjonuje wyszukiwarka?
	Jak Google widzi witrynę internetową?
	Białe, szare i czarne SEO – różne rodzaje działań w SEO. Zalety i wady poszczególnych podejść, ryzyko i zastosowanie w różnych branżach.
	Dobór fraz pod SEO – jak znaleźć najskuteczniejsze frazy?
	Strategie, doборы fraz pod SEO – long tail oraz ściśle dopasowane – którą wybrać?
	Psychologia wyszukiwania – jak działają użytkownicy w wyszukiwarkach.
	Przerwa obiadowa.

Blok II	Optymalizacja i audyt strony internetowej.
	Czynniki rankingowe w Google – omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycje witryny w wyszukiwarce.
	Czynniki na stronie internetowej – on-site.
	Czynniki zewnętrzne – off-site.
	Optymalizacja witryny jako podstawa działań SEO.
	Audyt witryny.
	Optymalizacja kluczowych elementów witryny.
	Narzędzia pomocne w ocenie optymalizacji witryny.
	Content marketing w pozyskiwaniu linków.
	Studium przypadku – content marketing w branży B2B
	Studium przypadku – content marketing w branży B2C

Dzień II

Blok I	Pozycjonowanie.
	Wprowadzenie: Przyszłość strategii SEO.
	Optymalizacja strony.
	Mobile/RWD (Responsive Web Design).
	Czas ładowania strony i wpływ na SEO.
	Optymalizacja HTML.
	Podstawy SEO.
	Audyt SEO.
	Analiza słów kluczowych.
	Long tail dla małych i dużych stron.
	Analiza konkurencji (SEO).
	Architektura Informacji.
	Copywriting SEO.
	Optymalizacja SEO.
	Optymalizacja i analiza CTR w SEO.
	Meta dane (Meta tagi społecznościowe).
	Przerwa obiadowa.

Blok II	Link buiding.
	SEO w Youtube.
	SEO dla zdjęć i obrazów.
	Linkowanie wewnętrzne.
	Przyjazne adresy URL.
	Indeksacja serwisu (Analiza, Problemy, Rozwiązania).
	Duplicate Content.
	Przekierowania 301.
	Social Media a SEO.
	Narzędzia do analizy SEO (Screaming Frog/Deepcrawl).
	Search Console (aka Narzędzia dla Webmasterów).
	Link Building w 2017.
	Trust Rank.
	Content Marketing a SEO.

	Analiza linków (Ahrefs, MajesticSEO, Search Console).
	Dywersyfikacja działań SEO.
	SERM (Search Engine Reputation Management).
	Monitorowanie Efektów SEO & Raportowanie.
	Sesja Q&A – pytania i odpowiedzi.