

Agenda Szkolenia SEO: „Strategie pozycjonowania stron”

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 doboru 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 2

Blok I - Strategie pozyskiwania linków do witryny

- Strategie i techniki pozyskiwania linków
- Link building relacyjny
- e-PR
- Fora i blogi w pozyskiwaniu linków
- Link baiting

- Blog jako narzędzie wspierania SEO
- Aktualizacje i kary w Google
- Aktualizacje Google i ich wpływ na pozycjonowanie
- Kary, filtry, powiadomienia
- Strategie działań w przypadku kar nałożonych na witrynę
- Przerwa obiadowa

Blok II - analiza linkowania oraz efektów SEO

- Monitorowanie działań SEO – najważniejsze narzędzia
- Ocena postępów działań SEO
- Narzędzia wspomagające działania SEO
- Modele rozliczeniowe w SEO i współpraca rynkowa
- Jak współpracować z agencją? Jak zlecać pod wykonanie?
- Na jakie elementy zwrócić uwagę?
- Jak rozliczać SEO?
- Sesja Q&A – pytania i odpowiedzi

Dzień 3

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