



SEO případová studie

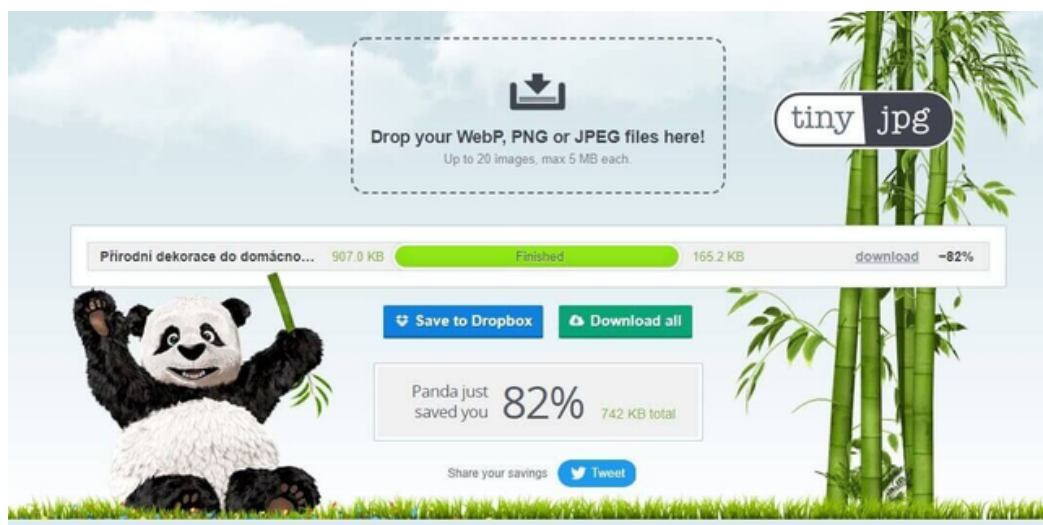
Před nějakou dobou mě oslovil klient, který měl svůj internetový obchod zaměřený na prodej dekorací do domácnosti. Jednalo se o originální produkty vyráběné v ČR.

Klient se na mě obrátil s konkrétním problémem propadu pozic ve vyhledávání na Seznamu i Googlu. Tím přirozeně začala klesat organická návštěvnost, což mělo za následek i propady tržeb. Navíc při procházení Google Analytics jsem si všiml i poměrně nízkého konverzního poměru. Na něj jsem se následně také zaměřil.

Klient kvůli úspoře financí investoval do SEO pouze vlastní čas. Vše aplikoval svépomocí na základě YouTube videí a blogových článků. Na začátku vše fungovalo. Nicméně postupem času a rostoucí konkurencí se již nedokázal posunout dále.

Web byl postavený na redakčním systému WordPress, který dobře znám, tak jsem mohl dílčí úpravy provést rovnou sám. Tudiž nebylo potřeba další pomoci ze strany webmastera pro provedení změn, což klientovi samozřejmě ušetřilo peníze za dalšího specialistu.

Z důvodů konkurenčního boje mě klient poprosil o anonymitu.



Jak jsem postupoval při optimalizaci?

- Prvním krokem bylo pochopení projektu a cílové skupiny.
- Připravil jsem komplexní klasifikační analýzu klíčových slov. Je to základní stavební kámen k seznámení se s tím, jak lidé vyhledávají konkrétní produkty a co přesně řeší.
- Vytvořil jsem obsahový plán na základě analýzy, z které vyplynulo, že lidé hledají inspiraci, doplňující informace a zkušenosti. Tento obsah bylo potřeba doplnit v blogové sekci a v sekci "Často kladené dotazy".
- Vyhotovil jsem zadání na vypracování obsahu pro nové i stávající vstupní stránky. Dále také pro dříve zmíněnou blogovou sekci. Zadání jsem předal majiteli.
- Na sepsaný obsah jsem dal zpětnou vazbu, navrhl změny ke zlepšení a odsouhlasil k publikaci.
- Web jsem prošel pomocí analyzačních nástrojů (konkrétně jsem využil nástroj Screaming Frog) a pustil se na on-page optimalizaci a menší úpravy webu v rámci technické SEO. Na webu byly časté problémy jako příliš strohé titulky, které neobsahovaly klíčové výrazy, nevyplněné meta popisky, nefunkční odkazy 404, chybné přesměrování 301, rychlost webu – hlavně tedy neoptimalizované obrázky, které měly v některých případech velikost přes 1 MB, prolínání, sémantika, mikro data a další aspekty.

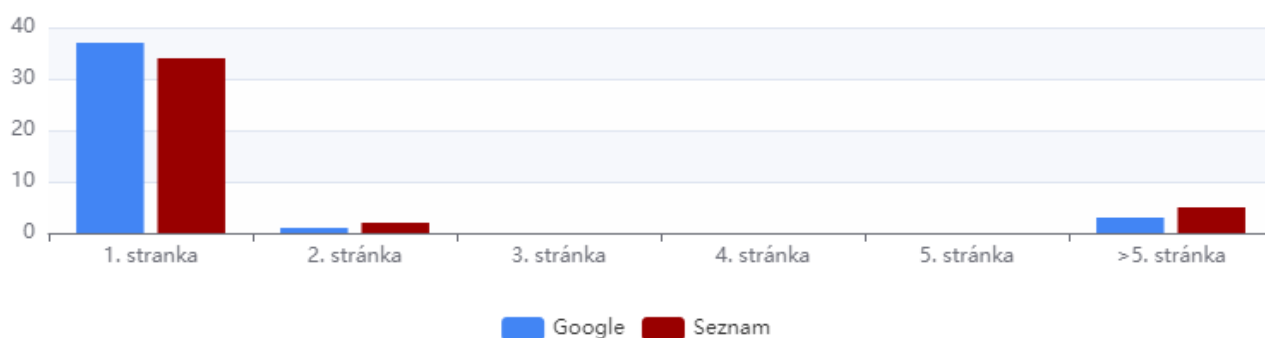
- Jakmile byl základní proces optimalizace hotový, začal jsem s tvorbou zpětných odkazů (link building). Na web směřovalo velmi málo autoritativních odkazů. Pomohl jsem s vytvořením kvalitních zmínek, což vedlo k posílení autority webu. Začal jsem firemními zápisy, katalogy a postupoval dále i ke kvalitním PR článkům, umístování odkazů do již publikovaného obsahu, hledal příležitosti, kterých využívá konkurence aj. viz zajímavost níže.
- Vyhodnocování a měření, včetně pravidelného reportování zákazníkovi. Každý měsíc jsem s klientem procházel změny a informoval jej o výsledcích.

Zajímavost: V průběhu spolupráce jsem narazil na problém s tím, že konkurence a jiné obsahové weby přebíraly klientovi jeho originální obrázky z webu. Využil jsem toho a oslovil je s tím, že jim udělíme souhlas a mohou obrázky nadále používat výměnou za to, že uvedou zdroj a proklikový odkaz na webu klienta. Z cca 8 případů se s námi 5 dohodlo a vznikly tak zajímavé spolupráce.

Jakých výsledků jsme pomocí SEO dosáhli?

Kompletní zlepšení pozic u všech relevantních klíčových slov. Celkový počet měřených slov bylo 41.

🔍 Distribuce pozice



Nejhledanější klíčové slovo mělo hledanost 6600 na Googlu a 200 na Seznamu, které je dodnes na 1. pozici po 5 měsících od ukončení spolupráce.

Podářilo se dále také:

- Zvýšit organickou návštěvnost o 96,94 %.
- Snížili jsme úpravami webu míru okamžitého opuštění o 21,64 %.
- Zvýšit konverzní poměr o 29,44 %.
- Zvýšit tržby o 89,40 %.

Závěr

- S klientem jsme spolupracovali po dobu 5 měsíců. Po doručení požadovaných výsledků jsem navrhl ukončení. Důvod byl jednoduchý. Po předem stanovených cílech, které se dařilo do puntíku plnit, nebyl již důvod investovat do optimalizace rozpočet, který byl možný investovat do dalších marketingových aktivit, jako je Google Ads, Sklik nebo sociálních sítí...
- Klienta jsem v průběhu spolupráce naučil, jak k webu dlouhodobě přistupovat a jak o web pečovat. Po 5 měsících od ukončení spolupráce web stále drží přední pozice, plní obsahovou část a vznikají nové produkty.