

# 5 SEO MÝTŮ PRO ROK 2017



Včeliště

Přečetli jste si náš článek o nejčastějších SEO mýtech pro rok 2017 a zaujal vás? Jsme rádi, že jste zdravě zvědaví a máte zájem také o náš bonusový obsah. Dozvíte se zde dalších 5 mýtů o SEO principech pro nový rok, které vám pomohou ještě lépe vypilovat vaši strategii internetového marketingu.

## Mýtus č. 1: Meta description má obrovský vliv na vyhledávací ranking

About 1,010,000 results (1.07 seconds)

Přijďte si zacvičit - Děti si zatím pohrají v herně  
[www.chamik.cz/cviceni](#)  
Cvičení pro všechny v herničce s hračkami. Děti si pohrají, zatím

Cvičení Doma - FitnessTV - Pro zdravý životní s  
[www.fitnessstv.cz/cviceni](#)  
Od nenáročného protažení a rozcvíček, přes posilování celého těla, stehna, bříško, zadeček, až po aerobní cvičení jako jsou ...

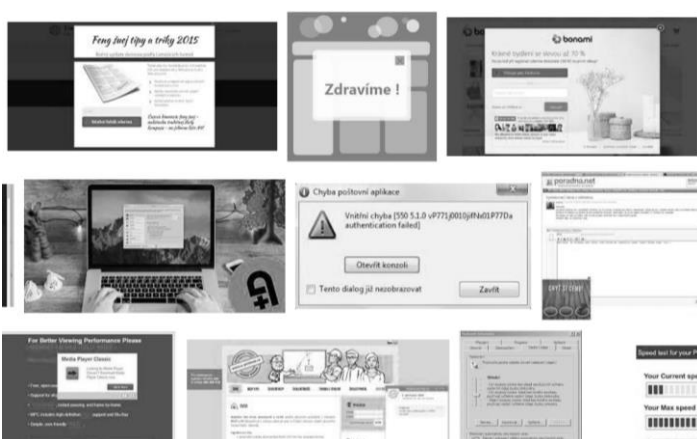
Nabídka cvičení - FITHALL.cz  
[www.fithall.cz/rest/cviceni/hledani.html](#)  
Vyhledávání v nabídce cvičení. ... Cvičení pro posílení pánevního posílení pánevního dna (10min.) Délka: 00:08:54 ...

Cvičení doma - jak začít

Meta description je HTML tag, který stručně vysvětluje obsah stránek. Tento důležitý aspekt přece bere Google algoritmus v úvahu při vyhodnocování rankingů... nebo ne? Ukazuje se, že ne tolik, jak byste si mohli myslet. V roce 2009 Google prohlásil, že meta description nemá žádný vliv na page ranking. To ale nemusí znamenat, že nemá vliv na SEO. Právě naopak: meta description sice neovlivňuje page ranking, ovlivňuje ale míru prokliku. Relevantní a lákavé meta description může hrát důležitou roli v rozhodování, na který odkaz ve vyhledávání člověk klikne.

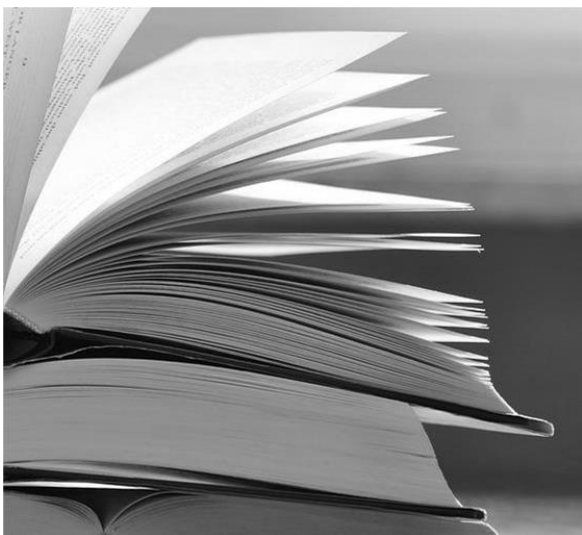
To ale není vše – Bing a některé další vyhledávače hodnotí míru prokliku jako ranking factor. Google se bohužel vyhýbá přímé odpovědi na otázku, zda míru prokliku algoritmus reflektuje a odměňuje stránky s vyššími hodnotami.

## Mýtus č. 2: Vyskakovací okna vždy ublíží mému page ranking



Mnoho marketérů používá vyskakovací okna k vygenerování odkazů pro své prodejní týmy. Špatné používání vyskakovacích oken v některých případech ovšem v minulosti vytvářelo kontroverze a vyvolává tedy otázku, zda od jejich používání raději neupustit. Dokonce i Google v roce 2016 prohlásil, že začne penalizovat weby, používající „dotěrné vsunuté reklamy“. Klíčové slovo v tomto případě představuje „dotěrné“.

Google nepenalizuje všechna vyskakovací okna – jen ta, která zabraňují návštěvníkovi snadno přistoupit k obsahu stránky během prohlížení na mobilu. Například vyskakovací okna, která musí návštěvník na mobilu nejprve zavřít, než se dostane na samotnou stránku, vám mohou z pohledu Google algoritmu způsobit problémy. Můžete ale stále bez postihu používat okna a bannery, které zakrývají stránku částečně.



### **Mýtus č. 3: Můj web potřebuje spoustu obsahu**

Obsah vaší homepage by měl být natolik dlouhý, aby bylo jasné, kdo jste, co děláte, kde vás mohou lidé najít (pokud provozujete například lokální obchod), jaké jsou vaše hodnoty a co mají návštěvníci dále dělat. Návštěvníci by měli poté odejít spokojeni, neměli by mít pocit zahlcení nebo nedostatku informací – a rozhodně ne zmatku. Méně tedy často znamená více, ale nejlepší je mít zkrátka obsahu tak akorát.



### **Mýtus č. 4: Dobrá uživatelská zkušenost je přidaný bonus, ne nutnost**

Dobrá uživatelská zkušenost je dnes důležitější než kdy dřív. Když se nad tím zamyslíte, dává to smysl – pokud vás Google pošle na nějakou stránku, chce si být jist, že takový web pro vás bude z uživatelského hlediska v pořádku. Tímto způsobem si Google buduje důvěru svých uživatelů, kteří mu také proto dávají přednost před jinými vyhledávači. Abyste zlepšili uživatelům pobyt na svých webech, měli byste se zaměřit na

aspekty, jako je čas načítání stránek, bounce rate, prohlížení stránek na návštěvu a jak daleko návštěvník scrolluje na jedné stránce. Ve chvíli, kdy dokážete vytvořit kvalitní obsah, který lidé budou moci jednoduše vstřebat a mít z něj užitek, váš obsah také přirozeně uspokojí algoritmus vyhledávače.

## Mýtus č. 5: Obrázky nepotřebují žádnou optimalizaci



Dlouho nevadilo, pokud jste obrázky na své stránce zanedbávali. Na relevanci vaší stránky neměly vliv alt texty, popisky obrázků a názvy souborů. Protože jsou nyní ale on-page faktory pro SEO důležitější než kdy dřív, vynechávání těchto aspektů zabrání vašemu webu v cestě na vrchol. Vyhledávače obrázky jako takové nevidí, proto je důležité poskytnout jim relevantní textové informace, co na obrázku je. Googlu také pomáhá, pokud i textový obsah stránky obrázkem zmiňuje a odkazuje na něj. Zkuste tedy

pro lepší kontext používat podobná klíčová slova jako v alt textech a názvech obrázků. Google dokáže indexovat formáty BMP, GIF, JPEG, PNG, WebP a SVG, vaše obrázky by tedy neměly být v žádném jiném formátu.

Doufáme, že vám náš bonusový článek o SEO mýtech pro nový rok pomohl uvědomit si, co byste mohli na svých webech zlepšit a které strategie či postupy už jsou třeba zastaralé. Nezapomeňte, že kvalitní, užitečný obsah a přívětivý, funkční webdesign jsou pořád strategií, která platí na 100 % a za všech okolností.