

# SEO a Drupal (6)

Tomasz Gawłowski

tomasz/@/abventor.com

[www.abventor.com](http://www.abventor.com)

# intro

**SEO:** Proces, którego celem jest poprawa widoczności w wynikach wyszukiwania. Możemy podzielić na on-site i off-site SEO.

Skupiamy się na on-site SEO w odniesieniu do Drupal.

I jest to wykład – Beginner :)

Legendy SEO. „Moim zdaniem”

# Czy warto optymalizować? „case study” :)

## **Dlaczego taki przykład (tylko 18 dni)?**

Poprzednia wersja serwisu była dobrym przykładem nieoptymalizowanej strony

Serwis był pozycjonowany (słabe efekty)

## **Co i jak optymalizowaliśmy?**

Serwis na nowo w Drupal 6

Zasadnicza struktura serwisu pozostała

Linkowanie, tytuły i treść przepisana/napisana przez redaktorki, meta (jeszcze nie), linkowanie w serwisie,... prace jeszcze się nie zakończyły.

# Rezultaty? (18 dni).

Fraza	11 kwietnia	29 kwietnia	Po 18 dniach
Wszystkie	14	14	0
Wszystkie dla klientów	8	4	4
Wszystkie dla partnerów	10	3	7
Wszystkie dla specjalistów	6	2	4
Wszystkie dla marketingu	12	9	3
Wszystkie	25	23	2
Wszystkie dla klientów	16	10	6
Wszystkie dla partnerów	16	10	6
Wszystkie dla specjalistów	8	5	3
Wszystkie dla marketingu	11	10	1
Wszystkie marketingu	19	11	8
Marketingu	18	20	-2
Marketingu dla klientów	9	7	2
Marketingu dla partnerów	57	42	15
Marketingu dla specjalistów	18	17	1
Marketingu dla marketingu	26	7	19
Marketingu	4	4	0
Marketingu dla klientów	8	4	4
Marketingu dla partnerów	17	6	11
Marketingu dla specjalistów	24	18	6
Marketingu marketingu	35	29	6
Marketingu marketingu	100	15	85
Marketingu marketingu	100	9	91
Marketingu marketingu	100	11	89
Marketingu marketingu	100	44	56
Marketingu marketingu	100	14	86

Spadek odrzuceń 32.00%

# Od czego zacząć?

- wybranie słów kluczowych (Schematy jak szukają? Jakie frazy?)
- obrać strategię
- sprawdzić, gdzie jesteśmy (kontrolować działanie – wyniki: GWT, GA)
- jeśli optymalizujemy istniejący serwis zadbajmy o funkcjonujące BL (stare url -301->url)

# Optymalizacja najważniejszych elementów serwisu.

- Tytuły
- URL
- treść strony
- H[1-6]
- Meta
- robots.txt
- linkowanie i anchor
- obrazki

# Tytuły

Długość ~70 znaków (ale to soft limit)

Waga słów względem początku (pozycja frazy wpływa na CTR)

Nie dublujemy tytułów

Brand [tytuł] czy [Tytuł] brand?

LP krótkie

Generowanie tytułów:

Page Title

*[title-raw] [field\_kategoria\_oferta\_wybor-term-raw]*

# URL 1/2<sup>+errata</sup>

Wybrać jedną domenę (example.com -301-> [www.example.com](http://www.example.com),  
kończące / -trailing slash )

Konstruowanie i generowanie – schemat musi być

Pathauto: oferta-handlowa/[field\_kategoria\_oferta\_wybor-term-raw]

Pathauto: oferta-handlowa/[field\_kategoria\_oferta\_wybor-term-raw]/  
[title-raw]

Nie trać linków przy edycji zawartości – pozostawiamy stare **lub użyć**  
**path redirect**

Polskie znaki

-,\_,+?

robots.txt - Disallow: /node/

(Global Redirect, Pathauto, Path, **Path redirect**)



# URL 2/2

## Konfiguracja pathauto

### Update action:

- Do nothing. Leave the old alias intact.
- Create a new alias. Leave the existing alias functioning.
- Create a new alias. Delete the old alias.

What should pathauto do when updating an existing content item which already has an alias?

### Transliterate prior to creating alias

When a pattern includes certain characters (such as those with accents) should Pathauto attempt to transliterate them into the ASCII-96 alphabet? Transliteration is determined by the i18n-ascii.txt file in the following possible locations, in order of precedence:

- sites/default/i18n-ascii.txt - **File exists**
- sites/all/i18n-ascii.txt - **Does not exist**
- sites/all/modules/pathauto/i18n-ascii.txt - **Does not exist**

### Reduce strings to letters and numbers from ASCII-96

Filters the new alias to only letters and numbers found in the ASCII-96 set.

# Treść

Nie duplikujemy treści!

8% gęstość upakowania słów kluczowych ;)

Formatowanie tekstu (<p>, <b>, <strong>, <a >

h1-h6

bloki lepiej w nagłówku views (np. wydarzenia nadchodzące, minione)

Jeśli chcemy dać użytkownikowi <h\_>.

Ograniczamy je w filtrach np. tylko <h5> <h6>.

# Meta +

Keywords – nie ma większego znaczenia, ale warto mieć (wspólne dla całego serwisu lub generować na podstawie taxonomii + globalne)

meta description – ważne, ale nie dla SEO

+ robots, sitemap

(nodewords, site map)

# Linkowanie

Opisowe anchor - nie używamy „tylko”: więcej...  
czytaj...

Linki obrazkowe są mało wartościowe (poza  
logo)

Linki wychodzące – uważaj do kogo linkujesz.

Nofollow i Pagerank sculpting.

Automatyczne linkowanie (np. z realizacji,  
produktów, artykułów)

(Glossify)

# Przykład

## Chcemy pozycjonować

Buty Wrocław

Buty sportowe Wrocław

## Taxonomy:

typy-obuwia: Lista typów obuwia (buty sportowe, półbuty,...)

marki: adidas, wojas,...

## LP – typ obuwia

URL: [typ-obuwia] → /buty-sportowe

TITLE: [typ-obuwia] Wrocław | Brand

## LP – produkt

URL: [typ-obuwia]/[marki]-[title-raw] → /buty-sportowe/adidas-air2

TITLE: [title-raw] [marki] - [typ-obuwia] Wrocław | Brand → Air 2 Adidas – Buty sportowe Wrocław

LINK: <a href="/[typ-obuwia]"/>[typ-obuwia] Wrocław </a>

Dziękuję.

Pytania?