

PORADNIK



Copyright - [Agencja Projekt Marketing](http://AgencjaProjektMarketing.pl)

ProjektMarketing.pl - Kompleksowy marketing dla firm.

Niniejsza publikacja stanowi własność intelektualną Agencji Projekt Marketing i jest chroniona przez prawo autorskie. Raport nie może być modyfikowany lub sprzedawany bez pisemnej zgody wydawcy.

Dołożyliśmy niezbędnych starań, aby informacje zawarte w poradniku były kompletne i rzetelne. Nie ponosimy żadnej odpowiedzialności za działania jakie podejmiesz po przeczytaniu poradnika.

Spis treści

Wstęp.....	3
Strategia „sprytnego lisa”	4
Historia współpracy Michała z agencją SEO.....	5
Gdzie szukać dobrej agencji SEO?.....	6
Modele rozliczeń w agencjach SEO.....	7
Ile kosztuje SEO w dobrej agencji?.....	8
Ile kosztuje SEO w serwisach aukcyjnych?.....	9
Zalety i wady dużych agencji SEO.....	10
Agencje SEO znajdą Ciebie.....	11
Pytania szybkiej selekcji agencji SEO.....	12
Pytania dotyczące usługi pozycjonowania.....	13
Obraz biznesu i wycena pozycjonowania.....	14
Po czym poznać dobrą agencję SEO?.....	15
Po czym poznać złą agencję SEO?.....	16
Jak współpracować z agencją SEO?.....	17
Podsumowanie.....	18

Wstęp

Chcesz rozpocząć promocję swojej strony w internecie, gdzie wzrośnie świadomość marki i liczba potencjalnych klientów? Nasze doświadczenia pokazują, że ruch z wyszukiwarki Google dla większości stron stanowi ponad 65% całego ruchu.

Dobrze zrobione SEO powinno w przeciągu 6 miesięcy przynieść widoczność wielu słów kluczowych do TOP10 wyników organicznych. Zdobyte pozycje mogą się utrzymać przez dłuższy czas, dając długotrwałe zyski dla cierpliwego właściciela strony. Wysokie pozycje fraz kluczowych można osiągnąć w procesie pozycjonowania - na co dzień zajmują się tym agencje SEO.

Teraz podejmij decyzję:

- Czy sam nauczysz się pozycjonowania stron?
- Czy skorzystasz z ofert agencji SEO?

Tak naprawdę obie decyzje wiążą się z dużym ryzykiem. Paradoksalnie możesz wiele zyskać i jednocześnie wiele stracić, niezależnie od tego którą opcję wybierzesz.

Według naszej opinii skuteczniejszym rozwiązaniem będzie, gdy zlecisz firmie zewnętrznej zrobienie marketingu w wyszukiwarce.

Dlaczego?

Efektywne pozycjonowanie wykorzystuje potencjał specjalistów SEO, umiejętności obsługi zaawansowanych narzędzi do monitorowania działań konkurencji i badania wskaźników widoczności strony w internecie.

Doświadczony specjalista SEO pracował nad marketingiem nie jednej strony o podobnej tematyce, szybciej dobierze odpowiednie słowa kluczowe, umiejętnie zrobi optymalizację Twojej witryny i sprawnie przygotuje strategię budowania linków.

Tobie proponujemy, abyś zajął się rozwojem własnego biznesu. Konkurencja nie śpi i uważnie Cię obserwuje. Nie czekaj aż będzie za późno, już teraz zadбай o profesjonalny profil swojej firmy.

Kiedyś liderem była Pepsi, która osiadła na laurach, rezygnując z drogiej reklamy. W tym samym czasie Coca Cola wykorzystała nieobecność giganta na rynku, inwestując w dobry marketing. Teraz Coca Cola jest liderem, a Pepsi popularną marką napojów.

Strategia „sprytnego lisa”

Być może jesteś osobą, która ma negatywne doświadczenia z agencjami SEO. Pewnie teraz jesteś rozgoryczony i czujesz się wielkim przegranym. Wydałeś dużo pieniędzy i straciłeś zaufanie do wszystkich firm zajmujących się pozycjonowaniem stron.

Jeżeli chciałbyś podzielić się z nami historią współpracy z agencją SEO, to koniecznie skontaktuj się z nami. Zapewniamy profesjonalną pomoc w rozwiązaniu problemów.

Strategia „sprytnego lisa”

Od dzisiaj będziesz „sprytnym lisem”. Dowiesz się jak znaleźć odpowiednią firmę do pozycjonowania strony.

Zainwestowane przez Ciebie pieniądze w pozycjonowanie mogą wnieść Twój biznes na wyższy poziom. Możesz zdobyć więcej klientów, sprzedać więcej produktów, a tym samym zarobić więcej pieniędzy i zostać szczęśliwym przedsiębiorcą.

Historia współpracy Michała z agencją SEO

Michał to przedsiębiorca, który jest właścicielem dużego sklepu internetowego. Sklep dotychczas nie był pozycjonowany przez żadną agencję SEO.

Pewnego dnia zadzwonił telefon. To był doświadczony sprzedawca z agencji. Przedstawił ofertę pozycjonowania kilku słów kluczowych w modelu abonamentowym. Gwarantował błyskawiczne efekty. Większą rozpoznawalność marki, ruch i nowych klientów.

Michał postanowił dać szansę agencji zwłaszcza, że usługa zwiększenia ruchu organicznego w każdym sklepie wydaje się być ofertą nie do odrzucenia. Umowa pozycjonowania została podpisana, a współpraca rozpoczęta.

Minął pierwszy miesiąc współpracy z agencją. Michał otrzymał jedną wiadomość w ciągu 30 dni. Zawierała prośbę o dostęp do serwera i systemu zarządzania treścią.

W drugim miesiącu współpracy agencja poinformowała, że na efekty w pozycjonowaniu trzeba poczekać.

W trzecim miesiącu współpracy agencja zapewniła, że proces pozycjonowania zmierza w dobrym kierunku.

W czwartym miesiącu było podobnie. Michał poprosił o wykaz pozycji słów kluczowych. Otrzymał raport od agencji. Pozycje fraz oscylowały w granicach 30 i 40 pozycji.

Oczywiście w każdym miesiącu agencja regularnie przypominała o opłaceniu faktury.

W piątym miesiącu Michał nie odczuł żadnych efektów biznesowych. Totalna pustka, brak klientów. W Google Analytics także nie zauważył wzrostów ruchu organicznego.

W szóstym miesiącu Michał zdecydował się zakończyć współpracę. Niestety nie przeczytał w umowie zapisu o trzymiesięcznym okresie wypowiedzenia.

Michał zainwestował 13 500 zł. Stracił wiarę w uczciwą agencję SEO i nadzieję na skuteczne pozycjonowanie.

Po przeczytaniu tego raportu Michał uznał, że nie podda się. Znalazł dobrą agencję SEO i jest zadowolony z efektów pozycjonowania. Michał już wie i Ty też musisz tylko wiedzieć, jak odróżnić profesjonalną firmę od całej reszty i sukces jest Twój!

Gdzie szukać dobrej agencji SEO?

Najlepszym źródłem informacji są osoby, które pracują na stanowiskach specjalistów SEO. Marketing w wyszukiwarkach to dla nich codzienność, a dla Ciebie kopalnia wiedzy. Znajdziesz ich w grupach na Facebooku: [SEO / SEM Polska](#), [Seowcy](#), [Seowcy – market](#).

Alternatywnie szukaj wśród znajomych, którzy już korzystali z usług agencji SEO. Dowiedz się, czy warto skorzystać z oferty tej konkretnej agencji. Zapytaj o współpracę, sposób komunikacji, model rozliczeń, ceny, czy umowę pozycjonowania. Opinia tych osób pomoże Ci w wyborze odpowiedniej i uczciwej firmy.

W wyszukiwarce Google pod frazą „agencja SEO” znajdziesz szereg ofert, jednak to rozwiązanie wymaga większego wysiłku. Będziesz musiał samodzielnie zweryfikować jakość usług wybranej agencji SEO. Nie szukaj opinii zadowolonych klientów na stronie internetowej agencji, bo znajdziesz tam same pozytywne rekomendacje.

Lepszym rozwiązaniem będzie, jeżeli zadzwonisz osobiście do agencji z prośbą o kontakt do 5 klientów, którym zrobili skuteczne SEO. Jeżeli agencja udostępni Ci kontakty, to duży plus dla tej firmy. Możesz śmiało zadzwonić do tych osób, zapytać o plusy i minusy agencji, zasady współpracy oraz ceny pozycjonowania.

Dobrym rozwiązaniem jest szukanie agencji w lokalizacji, gdzie prowadzisz własny biznes. Jeżeli ją znajdziesz, to spotkaj się osobiście z przedstawicielem agencji. Poproś o kilka kontaktów do klientów, którym zrobili dobre SEO. Jeżeli rekomendacje tych osób spełnią Twoje oczekiwania, to dobra wiadomość dla Ciebie. Będziesz miał lepszy kontakt z agencją i wysoce prawdopodobne, że zostaniesz potraktowany priorytetowo jako klient.

Strzeż się ofert szybkiego i taniego pozycjonowania w serwisach aukcyjnych. Słowa „szybkie” i „tanie” są oznaką nieprofesjonalnych usług SEO, które zaszkodzą dla Twojej strony. Każdego dnia budowana jest historia domeny internetowej. Nawet jeśli Twoja strona nie otrzyma kary od Google, to może otrzymać niewidzialny filtr algorytmiczny. Czasem jedynym słusznym rozwiązaniem jest zmiana domeny internetowej na nową. Świeża domena ma dużo gorszy start w walce o wysokie pozycje w porównaniu do strony z kilkuletnim stażem. Zatem marketing swojej strony będziesz musiał zaczynać od początku.

Czy możesz sobie na to pozwolić?

Modele rozliczeń w agencjach SEO

Agencje SEO działają zazwyczaj w trzech głównych modelach rozliczeń:

- Za pozycje - płacisz tylko za wyniki, czyli w momencie, gdy Twój serwis będzie widoczny w TOP10 wyszukiwarki Google na konkretne słowo kluczowe. Pozornie jest to najlepsza usługa dla Ciebie jako właściciela strony, jednak w kontekście marketingowym jest to najłabsze rozwiązanie. Istnieje duże ryzyko, że agencja dobierze do pozycjonowania słabe frazy kluczowe, w konsekwencji ruch będzie bezwartościowy lub niskiej jakości. Jeżeli wybiorą Ci słowa z potencjałem wysokiej jakości ruchu, to i tak istnieje większe ryzyko, że będą stosować zakazane praktyki pozycjonowania. W takiej sytuacji nic nie stracą, bo płacisz im tylko za efekt.
- Miesięczny abonament - usługa, dzięki której można zrobić marketing całego serwisu. Dobra agencja zapyta Cię o słowa kluczowe najlepsze dla Twojego biznesu, poszuka sposobów rozbudowy strony i pozyskania ruchu. Nie ma limitów fraz. Decydując się na abonament masz większą pewność, że agencja SEO wykona określony zakres prac każdego miesiąca i przygotuje raporty widoczności strony. Wadą usługi jest brak motywacji do osiągnięcia lepszych wyników.
- Abonament „+ Za pozycje” - połączenie powyższych usług. To najbardziej uczciwy model rozliczeń zarówno dla właściciela strony oraz agencji. Mniejszy abonament pokrywa koszty pracy specjalistów SEO, a profity w postaci wysokich pozycji słów kluczowych działają motywująco do dalszej pracy.

Brief i propozycje usług dedykowanych do celów biznesowych Klienta

Oznaką solidnej agencji jest stworzenie unikalnej oferty dla celów biznesowych i oczekiwań Klienta. Wiąże się to z dodatkowym czasem agencji SEO, trzeba przeprowadzić negocjacje i przygotować dedykowaną umowę.

Wnioski

Pozycjonowanie słów kluczowych w dzisiejszych czasach wymaga rzetelnej i systematycznej pracy agencji SEO.

Statystycznie bezpiecznym i korzystnym modelem rozliczeń jest comiesięczny abonament ze stałą ceną lub z dodatkową opłatą za efekty SEO.

Profesjonalna agencja zapyta w pierwszej kolejności o Twój biznes i zaproponuje ofertę dedykowaną dla celów biznesowych.

Ile kosztuje SEO w dobrej agencji?

Rzetelna obsługa klienta lokalnego rozpoczyna się od kwoty 400 złotych miesięcznego abonamentu lub więcej w zależności od wieku, tematyki, wielkości, czy struktury serwisu. Cena pozycjonowania zależy od stopnia trudności słów kluczowych.

W przypadku sklepu internetowego ceny w dobrej agencji SEO oscylują od 700 zł do kilku tysięcy złotych miesięcznego abonamentu. Sklepy internetowe to rozbudowane serwisy wymagające większych inwestycji w dobre SEO.

Ceny podane powyżej są szacunkowe i mogą istnieć wyjątki od reguły.

Pozycjonowanie w dobrej agencji wiąże się z opłatami za:

- Doświadzonego specjalistę SEO, który zajmuje się tym na co dzień.
- Indywidualnego konsultanta do spraw pozycjonowania.
- Audyt strony, który pokazuje błędy serwisu i sposoby ich naprawy.
- Zdjęcie kary ręcznej od Google, jeżeli została nałożona na stronę.
- Dodatkowe rekomendacje dotyczące rozbudowy strony i nowe pomysły.
- Dobrze zrobiony Keyword Research, wybór fraz kluczowych do pozycjonowania.
- Optymalizację serwisu począwszy od kodu strony, meta tagów aż po treść.
- Dodanie i optymalizację mapy Google.
- Teksty na stronę główną, oferty, kategorie, strony produktowe.
- Dodatkowe usługi copywritingu.
- Prowadzenie bloga.
- Pozyskiwanie linków z for internetowych, stron, blogów tematycznych, katalogów.
- Poszukiwanie nowych miejsc na zdobycie linków.
- Artykuły sponsorowane na stronach z dobrymi parametrami SEO.
- Narzędzia SEO.
- Monitoring pozycji słów kluczowych.
- Odpowiednie działania na pojawiające się błędy podstron z kodem 404.
- Poprawne reakcje na tzw. „broken links” (zablokowane linki).
- Analizy konkurencji.
- Wsparcie techniczne w razie problemów.
- Raporty z wykonanych prac.

Należy nadmienić, że praca specjalisty SEO jest wieloetapowa i cykliczna, począwszy od optymalizacji, monitoringu działań, analizę konkurencji, po link building i budowanie nowych strategii pozycjonowania.

Ile kosztuje SEO w serwisach aukcyjnych?

W poradniku wspomnieliśmy, abyś unikał korzystania z usług SEO w serwisach aukcyjnych. Nieprofesjonalną agencję rozpoznasz także po cenie usługi pozycjonowania.

Generalnie, aby wybrać dobrą firmę SEO najpierw szukamy najlepszych ofert, a dopiero potem podejmujemy decyzje. Na pewno spotkasz się z szerokim zróżnicowaniem cen usług pozycjonowania stron. Jeżeli skontaktujesz się z firmą „X”, która zaproponuje Ci 700-1000 zł abonamentu miesięcznego, a potem zadzwonisz do firmy „Y”, która poinformuje Cię o cenie w wysokości 100-200 zł, to powinna Ci się zapalić czerwona lampka. Wnioski z takiej rozpiętości cenowej nasuwają się same.

Tanie usługi zawsze mają swoich odbiorców. Koszt tej usługi będzie pasował dla wielu klientów, którzy chcą wydać jak najmniej pieniędzy na inwestycje w pozycjonowanie.

Pozycjonowanie stron w cenie 200 zł jest niemożliwe.

Zastanów się i pomyśl logicznie. Czy uważasz, że agencja będzie pracowała przez miesiąc nad poprawieniem widoczności Twojej strony za 200 zł miesięcznie? To mało realny scenariusz, bo nikt nie będzie pracował za grosze.

Skąd tak niskie ceny usług SEO?

- SPAM niewiele kosztuje, pakiet tysięcy bezwartościowych linków można kupić za grosze i jednym kliknięciem zepsuć Twoją stronę www (niestety, ale to już nie działa - można co najwyżej dostać karę od Google).
- Precele - epoka stron typu „presell-pages” polega na pozycjonowaniu z użyciem bezwartościowych tekstów (niestety, ale to już nie działa).
- Black Hat SEO, który wykorzystuje zakazane praktyki pozycjonowania (niektóre techniki mogą być skuteczne, ale do czasu).
- Stosowanie SWL - systemy wymiany linków, który dziś może przynieść więcej szkód niż korzyści.

Wniosek

Strzeż się tanich usług SEO z gwarancją szybkich efektów.

Zalety i wady dużych agencji SEO

Zalety dużych agencji SEO:

- Popularny brand, korporacja.
- Długa obecność na polskim rynku i większa pewność, że nie ogłosi bankructwa.
- Duża ilość doświadczonych specjalistów SEO i dodatkowe szkolenia.
- Podział pracowników w zespoły: Sprzedawcy, Accounti, Specjaliści SEO.
- Zaawansowany przepływ informacji o nowościach w marketingu wyszukiwarki.
- Przydatne pomysły nad rozbudową dodatkowych usług marketingowych.

Największa wada dużych agencji SEO

Duże, znane agencje opierają swój zespół na doświadczonych specjalistach, jednak z powodu dużej ilości klientów często brakuje czasu i mocy przerobowych na wykonanie najważniejszych działań SEO (optymalizacja i link building). Nie wysuniemy twierdzenia, że wszystkie duże agencje funkcjonują w powyższy sposób.

Przychylamy się do stwierdzenia: „**Im większa firma, tym jakość usługi może spadać.**”

W wielu korporacjach może być zachwiana kontrola nad dobrem biznesu klienta. Pieniądze mimowolnie mogą stać się nadrzędną wartością. Wynika to między innymi z dużych kosztów związanych z funkcjonowaniem korporacji.

Przykładowe wydatki korporacji:

- Podatki, ZUS.
- Wynajęcia lokalów w centrum miast.
- Obowiązkowe szkolenia, BHP.
- Wysokie pensje dla prezesów, managerów, kierowników, team leaderów, itd.
- Pensje dla pozostałych pracowników.

Wniosek

Jeżeli poszukujesz agencji przez wyszukiwarkę Google istnieje duże prawdopodobieństwo, że wejdiesz na stronę dużej agencji SEO. Istnieje prosta recepta, aby dowiedzieć się jak funkcjonuje agencja „od kuchni”? Zadzwoń do tej agencji SEO i poproś o kontakt do kilku zadowolonych klientów. Porozmawiaj z nimi. Zapytaj o plusy i minusy współpracy z agencją. W ten sposób podejmiesz racjonalną decyzję.

Agencje SEO znajdą Ciebie

Decyzja należy do Ciebie, czy rozpoczniesz współpracę z korporacją, a może zdecydujesz się na poszukiwania młodej agencji z doświadczonymi specjalistami.

Kto dziś do Ciebie zadzwoni - korporacja, czy młoda agencja SEO?

Zazwyczaj, to agencje SEO znajdą Twój biznes. Zatrudniają sprzedawców, którzy wejdą w zakładkę „kontakt” i zadzwonią do Ciebie. Tak właśnie pozyskuje się nowych klientów do pozycjonowania. Ciebie też chcą pozyskać. Skorzystasz z tej oferty?

Czy może rzucasz słuchawką i nie masz ochoty rozmawiać?

Robisz niewłaściwie, ponieważ ten sprzedawca może być zarazem specjalistą SEO (jest to rzadki przypadek, ale możliwy). Może to być właściciel małej agencji, który chce Ci pomóc robić skuteczny marketing w wyszukiwarce Google. Rozmowa Cię nic nie kosztuje, a zawsze możesz dowiedzieć się czegoś nowego o swoim biznesie.

Co zyskujesz rozmawiając przez telefon ze sprzedawcą / specjalistą SEO?

Zyskałeś darmowe konsultacje na temat Twojego biznesu i własnej strony www. Jeżeli trafisz na specjalistę SEO, to przez telefon opowie Ci o przykładowych błędach dotyczących Twojej strony. Konsultant korzystając z odpowiednich narzędzi SEO, sprawdzi widoczność Twojej witryny i oceni jej szansę na skuteczne pozycjonowanie.

Szanowny właścicielu sklepu internetowego...

Czy wiedziałeś, że nieoczekiwane spadki widoczności słów kluczowych w Twoim sklepie internetowym mogą być przyczyną usunięcia podstron produktów? Usunięcie produktów sprawia, że strony generują kod błędu 404. Ten adres nie działa także w wyszukiwarce Google. Nie działa także dla ludzi. Sklep nagle traci ruch i nieoczekiwanie tracisz klientów.

Ta wskazówka jest jedną z najcenniejszych informacji w tym raporcie. Powinna być wartościowa także dla Ciebie, jeżeli prowadzisz swój własny sklep. Czy nie byłbyś wdzięczny za informację, gdyby ktoś Ci powiedział o tym wcześniej przez telefon?

Pytania szybkiej selekcji agencji SEO

Rozmawiaj ze sprzedawcami także przez telefon. Bądź otwarty, ale nie podejmuj błyskawicznych decyzji. Zadawaj dodatkowe pytania, opowiedz o doświadczeniach z poprzednią agencją SEO, przedstaw swoje obawy i wątpliwości odnośnie firm pozycjonerskich. Sprzedaż to emocje, a SEO to wydatek kilku tysięcy złotych. Pamiętaj, że to nie jest sprzedaż narzędzi kuchennych, których i tak nie zamierzałeś kupić.

Jeżeli podpisałeś już umowę z inną agencją SEO, to nie unikaj rozmów z konsultantami konkurencyjnych firm. Zewnętrzna firma może Ci zrobić darmowy audyt strony. Skąd masz pewność, że podpisałeś umowę z dobrą agencją?

Poniżej prezentuję zbiór pytań do sprzedawców, jakie należy zadać przed rozpoczęciem współpracy z agencją SEO.

Przykładowe pytania szybkiej selekcji agencji SEO.

Pytanie 1. Jak nazywa się firma oraz ilu zatrudnia pracowników?

Sprzedawca powinien się przedstawić z jakiej firmy dzwoni. Pytając o liczbę zatrudnionych pracowników określasz wielkość agencji, dzięki czemu będziesz miał wstępny zarys firmy. Mała, średnia, czy korporacja?

Pytanie 2. Ile kosztuje pozycjonowanie?

Kwoty rzędu 100 - 200 zł powinny dać Ci sygnał, że prawdopodobnie rozmawiasz z amatorami.

Pytanie 3. Jaka ilość linków zostanie dostarczona do pozycjonowanej strony?

Jak usłyszysz liczbę podaną w tysiącach pamiętaj, że chodzi o SPAM, więc możesz kończyć rozmowę.

Pytanie 4. Jak długo obowiązuje umowa pozycjonowania?

Ważne, abyś nie podpisał umowy na cały rok. Nawet, jeśli jest to dobra i znana marka. Z pieniędzmi nie ma pośpiechu. Co jeśli tych efektów nie będzie po 6 miesiącach? Prawdopodobnie będziesz musiał płacić przez kolejne miesiące za brak efektów. Dobrze, jeżeli agencja udostępni kilka pakietów współpracy: na 3 miesiące, na 6 miesięcy lub wypowiedzenie w dowolnym momencie. Według nas podpisanie umowy na 3-6 miesięcy wskazuje na uczciwość tej agencji.

Pytanie 5. Jaki jest okres wypowiedzenia umowy pozycjonowania?

Należy być czujnym i dokładnie przeczytać umowę przed podpisaniem. Trzy miesiące to zdecydowanie za długi okres wypowiedzenia. Wskazuje na brak uczciwości agencji.

Pytania dotyczące usługi pozycjonowania

Pytanie 1. Na jakiej zasadzie dobierane są słowa kluczowe do pozycjonowania?

Sprzedawca powinien wspomnieć, że słowa kluczowe będą nawiązywać do usług biznesowych dostępnych na stronie. W przypadku sklepu powinny to być frazy nawiązujące do kategorii, stron produktowych, czy bloga. Może to być sygnał, że rozmawiasz z profesjonalistami.

Pytanie 2. Czy rozliczenie jest w modelu abonamentowym?

SEO dobrze funkcjonuje w comiesięcznym abonamencie lub pomniejszony abonament + prowizja za efekty. Płacisz pieniądze za wykonane prace, które powinny wznieść Twój biznes na wyższy poziom. Z abonamentem może się także wiązać pozycjonowanie nielimitowanej ilości fraz kluczowych, a więc SEO całego serwisu. Z abonamentem powinny się wiązać częste raporty, bo chcesz wiedzieć za co płacisz pieniądze.

Pytanie 3. Co będzie optymalizowane na stronie?

Dobra usługa powinna zawierać audyt strony precyzujący błędy strukturalne serwisu i sposoby ich naprawy. Optymalizacja powinna dotyczyć kodu, tytułów, nagłówków H1, znaczników meta description, tekstów i formatowania treści na stronie, czy dodanie atrybutów ALT do wybranych grafik, itd.

Pytanie 4. Ile tekstów zostanie napisanych w trakcie umowy pozycjonowania?

Pozycjonowanie bez tekstów jest niemożliwe. Dobrze, aby sprzedawca sprecyzował dokładną ilość. Zastanów się, czy to dużo w stosunku do ceny?

Pytanie 5. Z jakich źródeł pozyskiwane będą linki?

Linki powinny pochodzić z for tematycznych, blogów, zaufanych portali, dobrego zaplecza, moderowanych katalogów stron, czy domen rządowych. Nieprofesjonalne firmy wspomną o linkach z Allegro, preclach (pressel-pages).

Pytanie 6. Czy linki nie zostaną usunięte po zakończeniu współpracy?

Jeżeli zostaną usunięte, to podpisując umowę pozycjonowania jesteś uzależniony od tej agencji. Jak odejdziesz, prawdopodobnie stracisz pozycje słów kluczowych i stracisz ruch.

Pytanie 7. Czy będą raporty z prac SEO i jaka jest ich zawartość?

Raporty powinny zawierać najważniejsze parametry widoczności serwisu. Mogą to być pozycje słów kluczowych, wskaźnik wyświetleń, kliknięć, ilości słów kluczowych w TOP3, TOP10, TOP50. Dzięki raportom szybko zweryfikujesz, czy wybrałeś dobrą agencję do współpracy. Jeżeli Twój biznes nie jest sezonowy i nigdy wcześniej nie byłeś pozycjonowany to po około 3-6 miesiącach współpracy powinieneś zauważyć wzrosty powyższych wskaźników.

Obraz biznesu i wycena pozycjonowania

Celem każdej strony, czy sklepu jest sprzedaż z nastawieniem na zyski. Załóżmy, że samodzielnie poszukujesz agencji SEO do współpracy i chcesz poznać cenę pozycjonowania. Przygotuj się odpowiednio do rozmowy z handlowcem tej firmy.

Wystarczy, że skorzystasz z poniższego szablonu pytań i przygotujesz odpowiedzi, z których stworzysz obraz własnego biznesu.

Odpowiedz sobie na poniższe pytania:

- Czy masz już stronę www?
- Czy masz dostęp do serwera i systemu zarządzania treścią (dostępny FTP i CMS)?
- Czy dasz dostęp dla agencji SEO?
- Gdzie prowadzisz biznes i skąd pozyskujesz Klientów?
- Kto jest główną konkurencją i czym się wyróżniasz na tle konkurencji?
- Jakie usługi prowadzisz i na czym polega ich wyjątkowość?
- Czy usługi są tanie?
- Kto jest grupą docelową?
- Czy wiesz na jakich słowach kluczowych się skupić?
- Czy byłeś pozycjonowany przez inną agencję SEO?
- Czy aktualizujesz swoją stronę o nowe treści?
- Czy masz dostęp do specjalistów, którzy opracują teksty?
- Czy jesteś zainteresowany dodatkowymi usługami marketingowymi?
- Ile możesz przeznaczyć środków na pozycjonowanie i dodatkowe usługi marketingowe?

Wyślij wiadomość do agencji SEO, przedstawiając swój biznes według powyższego zestawu pytań. Profesjonalna agencja sprawnie przeprowadzi wycenę Twojej strony i skontaktuje się z Tobą.

Po czym poznać dobrą agencję SEO?

Symptomy dobrej agencji:

- Brak gwarancji szybkich efektów SEO.
- Cena pozycjonowania powinna przekraczać 200 zł abonamentu miesięcznego.
- Dedykowana oferta usług pozycjonowania pod cele klienta.
- Model abonamentowy z nastawieniem na marketing całego serwisu.
- Długi staż na rynku, a więc doświadczenie. Pamiętaj też o młodych agencjach SEO, które potrafią zrobić jeszcze lepszy marketing strony w dobrej cenie.
- Dostęp do kontaktów klientów, abyś mógł z nimi porozmawiać. Dobre opinie zwiększają wiarygodność agencji.
- Blog agencji z „case study” opisywanych efektów SEO.
- Dobór biznesowych słów kluczowych. Dobrze, jeżeli agencja pyta o Twój biznes, prosi Cię o dostępy w celu zainstalowania narzędzi Google Search Console, Google Analytics.
- Wybór nowych słów kluczowych do pozycjonowania, co może świadczyć o poszukiwaniach ruchu z nowych fraz i nowych podstron serwisu.
- Edukacja - przygotowują audyt, rekomendacje i powiedzą jak będą pozycjonować stronę.
- Propozycje rozbudowy serwisu, np.: jeżeli posiadasz stronę typu „one page”, to konieczna będzie przebudowa lub rozbudowa strony.
- Audyt SEO i sprawna optymalizacja najważniejszych elementów strony w 30-40 dni po rozpoczęciu współpracy (meta tagi, nagłówki H1, meta description, teksty na podstrony).
- Transparentość w linkowaniu - opowiedzą o systematycznym pozyskiwaniu wartościowych tematycznych linków, których nie usuwają po zakończeniu współpracy.
- Systematyczne informowanie o zmianach na stronie Klienta.
- Dobre agencje systematycznie mierzą efekty swoich prac i działań: widoczność, pozycje fraz kluczowych, ruch, czy konwersje. Wprowadzają zmiany i tworzą nowe rekomendacje.
- Dedykowany opiekun świadczy o profesjonalizmie agencji, bo istnieje podział pracy w zespołach na linii Klient - Account - Specjalista SEO.
- Regularny kontakt z klientem, przynajmniej 2 razy w miesiącu.
- Miesięczne raporty - po kilku miesiącach ocenisz po widoczności, czy SEO przynosi efekty i realizację zamierzonych celów.
- Prosta, zrozumiała umowa pozycjonowania (bez dodatkowych kar).
- Okres trwania umowy na 3-6 miesięcy lub z miesięcznym okresem wypowiedzenia.

Ostatecznie, to grubość Twojego portfela zweryfikuje, czy pieniądze zainwestowane w SEO przyniosą efekty. Trzeba jasno i uczciwie powiedzieć - nie wszystkie strony osiągną dobre efekty z pozycjonowania, dlatego analiza zysków i strat jest dla Ciebie kluczowa.

Po czym poznać złą agencję SEO?

Symptomy złej agencji:

- Ogłoszenia w serwisach aukcyjnych.
- Gwarancja szybkich efektów SEO.
- Niskie ceny pozycjonowania lub brak elastycznego podejścia do rozliczeń.
- Brak opinii lub duża ilość złych rekomendacji o agencji SEO.
- Brak edukowania klienta, w jaki sposób strona będzie pozycjonowana w wyszukiwarce.
- Brak pytań o cele biznesowe.
- Brak pytań o grupę docelową.
- Narzucenie fraz kluczowych niskiej jakości ruchu, czy słów niepasujących do biznesu.
- Wykonanie audytu strony z generatora lub brak audytu.
- Nie informują o analizach danych widoczności z narzędzia Google Search Console.
- Brak optymalizacji strony.
- Nastawienie na linki, dużą ilość backlinków z katalogów, stron typu „pressel-pages”. Mogą jednak unikać rozmów o linkowaniu i sposobach pozyskiwania backlinków.
- Brak dodatkowych rekomendacji lub propozycji rozbudowy strony.
- Brak dostępu do osoby odpowiedzialnej za SEO Twojej strony.
- Brak raportów, wysyłają raporty tylko na żądanie klienta.
- Brak możliwości zmiany fraz do pozycjonowania w trakcie trwania umowy.
- Brak regularnego kontaktu z agencją SEO.
- Długoterminowe umowy na 12 miesięcy lub dłużej.
- Długi okres wypowiedzenia umowy pozycjonowania - 3 miesięczny lub dłuższy.
- Nieuzasadnione w umowie kary finansowe.

Wnioski

Powyższe wskazówki powinny pomóc w szybkiej identyfikacji nieprofesjonalnej agencji SEO. Jeżeli masz pytania i wątpliwości, czy nawiązałeś współpracę z odpowiednią firmą możesz się zwrócić do nas o pomoc.

Dużym zagrożeniem dla Ciebie jest podpisywanie umowy pozycjonowania z agencją interaktywną na kilkanaście miesięcy, z kilku miesięcznym okresem wypowiedzenia.

Pamiętaj, aby umowę starannie przeczytać lub zgłosić do prawnika.

Jak współpracować z agencją SEO?

Mam nadzieję, że wiedza przekazana w raporcie pomoże Ci wybrać dobrą firmę do pozycjonowania serwisu.

Co zrobić po podpisaniu umowy z agencją SEO?

- Daj dostęp do CMSa i serwera, aby umożliwić agencji instalację narzędzi SEO i sprawną optymalizację strony.
- Bądź aktywny, ale nie bądź nachalny. Pytaj o szacunkowe terminy zakończenia prac. Jeżeli wybrałeś dużą agencję do współpracy, to jest szansa, że będziesz traktowany priorytetowo. Brak kontaktu z agencją, to zły znak dla Ciebie.
- Jeżeli współpracujesz z dobrą agencją, to z pewnością otrzymasz na tacy darmowe sposoby na zwiększenie widoczności swojego biznesu w wyszukiwarce.
- Weryfikuj, czy otrzymujesz raporty z pozycjonowania i analizuj wyniki. Jeżeli strona nie jest zepsuta, domena ma kilka lat i dobre parametry, to efekty powinny być widoczne po kilku miesiącach współpracy.

Uwaga!

Być może jesteś już pozycjonowany przez dobrą agencję, a w Twoich oczach jest zła. Nie masz efektów biznesowych, ruch spada i narzekasz, że wyrzucasz pieniądze w błoto?

Być może Twoje działania lub brak działań niszczy pracę agencji, ponieważ:

- Nie dałeś dostępu do serwera (FTP) i systemu zarządzania treścią (CMS).
- Nie wprowadziłeś rekomendacji agencji.
- Opóźniasz pracę agencji poprzez brak akceptacji zmian na stronie.
- Modyfikujesz wdrożenia agencji.
- Linkowałeś do strony ze stron spammerskich bez konsultacji z agencją.
- Zrobiłeś niekonsultowane zmiany w kodzie strony.
- Zmieniłeś szablon strony .
- Usunąłeś całą optymalizację strony lub jej fragmenty.
- Usunąłeś adresy podstron, które dobrze się pozycjonowały w wyszukiwarce.

Podsumowanie

Jak widzisz wybór odpowiedniej agencji SEO nie jest taki prosty. Jeżeli masz negatywne doświadczenia z poprzednimi agencjami, to nie rezygnuj z dalszych poszukiwań ofert. Czas to pieniądz, a pozycjonowanie to proces wymagający czasu i systematycznej pracy. Pozycjonowanie strony w dobrej agencji pomoże wznieść Twój biznes na wyższy poziom i pozwoli poprawić ewentualne błędy zakłócające widoczność strony w wyszukiwarce Google.

Jeżeli po raz pierwszy poszukujesz dobrej agencji SEO, to skorzystaj ze wskazówek znajomych, partnerów biznesowych, którzy są klientami tych agencji. Informacje od tych osób mogą być dla Ciebie kopalnią wiedzy. Masz duże prawdopodobieństwo, że pozytywne rekomendacje od Klientów agencji świadczą o profesjonalizmie i możliwości realizacji określonych celów biznesowych.

Mamy nadzieję, że powyższe wskazówki i porady zawarte w tym poradniku pomogą Ci podjąć właściwą decyzję.

Mamy też do Ciebie ogromną prośbę. Jeżeli uznasz, że poradnik okazał się wartościowy i pomocny, to udostępnij go swoim znajomym lub podlinkuj. Gdziekolwiek... Niech inni ludzie też na tym skorzystają.

Jeżeli nadal masz wątpliwości odnośnie pozycjonowania strony, zgłoś się do nas.

Agencja Projekt Marketing

Strona internetowa: www.projektmarketing.pl

Adres e-mail: biuro@projektmarketing.pl

Telefon: 570 664 431