**CO WPŁYWA NA POZYCJĘ STRONY W TOP 10?**

**Poza kilkoma oficjalnymi wytycznymi, Google nie ujawnia, jakie kryteria decydują o obecności strony w top 10. Większość czynników wpływających na pozycję strony, została więc określona przez doświadczonych pozycjonerów na bazie własnych obserwacji. Przygotowaliśmy listę kilku, naszym zdaniem, istotnych czynników, które warto znać i rozumieć, zlecając pozycjonowanie.**

Poza kilkoma oficjalnymi wytycznymi, Google nie ujawnia, jakie kryteria decydują o obecności strony w top 10. Większość czynników wpływających na pozycję strony, została więc określona przez doświadczonych pozycjonerów na bazie własnych obserwacji. Przygotowaliśmy listę kilku, naszym zdaniem, istotnych czynników, które warto znać i rozumieć, zlecając pozycjonowanie.

Pozycjonowanie nie jest usługą jednorazową. Prace nad jakością i optymalizacją strony powinny być prowadzone stale, aby najpierw wypracować wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania, a następnie skutecznie je utrzymać. Te działania realizują agencje, Ty zwykle dostajesz raporty z działań, a także masz możliwość obserwowania ruchu na stronie w Google Analytics. Jeśli chcesz skutecznie analizować i oceniać współpracę z agencją, **warto poznać najważniejsze pojęcia i procesy związane z pozycjonowaniem.**

**Wartość strony dla użytkownika**

Google zawdzięcza swoją popularność wysokiej funkcjonalności i trafności. Większość użytkowników wybrało właśnie tę wyszukiwarkę, ponieważ zwracane wyniki wyszukiwania dają im dokładnie to, czego szukali. Google skutecznie eliminuje spam, w wynikach wyszukiwania nie ma wyskakujących okienek czy natrętnych reklam. Taki efekt udaje się osiągnąć dzięki dobrej selekcji stron internetowych. W top 10 Google znajdują się więc tylko strony wartościowe dla użytkownika. Oznacza to, że zawierają **unikalną, potencjalnie interesującą treść, podaną w przystępny graficznie sposób**. Te informacje są oficjalnie potwierdzone przez Google. Pozostaje tylko wątpliwość, jak pośród setek tysięcy różnych stron Google wyłania te 10 najlepszych. Jak określa jakość tekstów i jak ocenia wartość strony?

**Linki przychodzące**

Znaczenie linków przychodzących jest wciąż bardzo wysokie. Chociaż co roku w branży SEO pojawiają się opinie, że linki już nie będą miały znaczenia, praktyka czołowych ekspertów SEO, jak i naszych ekspertów pokazuje coś innego. Faktem jest, że linki, które pozyskiwało się kilka lat temu, obecnie mogą wpłynąć negatywnie na pozycję strony. Co więcej, mogą przyczynić się do całkowitej eliminacji strony z wyników wyszukiwania. Tym bardziej istotne jest, aby wszelkie działania w zakresie link buildingu, czyli pozyskiwania linków przychodzących, powierzać ekspertom.

Uważa się, że linki przychodzące są dla Google sygnałem, że strona jest wartościowa. Z założenia linki mogą pojawić się na branżowych stronach, na blogach czy portalach o podobnej tematyce jako zachęta do odwiedzin strony. Obecność linka na portalu zewnętrznym odbierana jest prawdopodobnie jako odpowiednik rekomendacji dla innych użytkowników. **Przy czym siła linka nie wynika z liczby odwiedzin poprzez kliknięcie w link, ale z samej jego obecności na innej stronie powiązanej tematycznie**. Odwiedziny to odrębny czynnik, ale ze względów sprzedażowych są oczywiście pożądanym efektem ubocznym.

**Dostosowanie do urządzeń mobilnych**

Pod koniec 2016 roku Google ogłosiło, że o pozycji strony w wynikach wyszukiwania na urządzeniach desktopowych **będzie decydować także jakość witryny na urządzeniach mobilnych**. Co więcej, zanim strona w pełnej wersji zostanie oceniona, najpierw sprawdzeniu zostanie poddana wersja mobilna. Warto wiedzieć, że nie każda strona skalująca się do urządzeń mobilnych jest w 100% poprawna i funkcjonalna. Zdarzają się takie błędy jak np.: za mały font, za blisko osadzone przyciski, wyskakujące okna, które trudno zamknąć i inne drobne niedopatrzenia, które jednak mają wpływ na ocenę jakości strony na urządzeniach mobilnych.

**Inne czynniki**

Również od zeszłego roku mówi się o znaczeniu certyfikatu bezpieczeństwa dla pozycji strony. Mówi się o **faworyzowaniu stron, które posiadają certyfikat S**SL, stąd tak duże zainteresowanie wykupieniem certyfikatu. Na ile, ma on wpływ na pozycję strony? Trudno jednoznacznie ocenić, ale nie jest to ani duży nakład finansowy, ani też nie wiążą się z tymi skomplikowane procedury, dlatego warto poczynić taką inwestycję.

**Istotną kwestią jest także UX strony**, czyli upraszczając – funkcjonalność i użyteczność strony. W tym obszarze również pojawiają się spekulacje, czy faktycznie UX ma znaczenie dla pozycji strony. Jednak nawet, jeśli dla samego pozyskania ruchu funkcjonalność nie jest potrzebna, to z całą pewnością dla utrzymania pozyskanych użytkowników – już tak. Generowanie dużego ruchu na stronę, po której trudno się poruszać, która posiada nieintuicyjne menu, a znalezienie jakichkolwiek informacji jest skomplikowane prawdopodobnie nie przyniesie dużej liczby konwersji. Chociażby z tego powodu warto przyjrzeć się swojej stronie pod tym kątem.

To tylko mały urywek spośród długiej listy czynników, które prawdopodobnie wpływają na pozycję strony. Wybraliśmy te, z którymi nasi klienci mają najczęściej do czynienia. Warto jednak zdawać sobie sprawę, że w zależności od historii witryny i jej zasięgu te czynniki są różne, a pozycjonowanie to usługa daleko odbiegająca od szablonowych działań.