

webmetric

Poradnik

Migracja SEO w pigułce



Joanna Śledziejowska
SEO Expert

1

Analiza serwisu (obecnej i testowej wersji) za pomocą narzędzi crawlujących w celu uzyskania pełnego obrazu

Użyj narzędzi takich jak Screaming Frog czy Sitebulb, aby przeskanować obie wersje strony. Zwróć uwagę na błędy 404, przekierowania, meta tagi i strukturę URL. Sporządź raporty, aby móc łatwo porównać obie wersje.

2

Analiza obecnych wyników pod kątem SEO i identyfikacja stron o najwyższym ruchu i pozycjach.

Wykorzystaj Google Analytics i Google Search Console, aby zidentyfikować strony generujące najwięcej ruchu. Zbierz dane o topowych słowach kluczowych i stronach o najwyższej widoczności oraz zapisz te informacje jako punkt odniesienia.

3

Stworzenie mapy przekierowań 301 dla starych i nowych adresów URL

Sporządź listę wszystkich starych URL-i i przyporządkuj je do nowych adresów. Upewnij się, że każde przekierowanie 301 jest dokładnie przetestowane, aby zapobiec utracie ruchu i zniwelować ryzyko błędów 404.

4

Przeniesienie ustawień meta tagów (title, meta description)

Przejrzyj i zoptymalizuj meta tagi pod kątem SEO. Upewnij się, że tytuły są unikalne i zawierają główne słowa kluczowe, a meta opisy są zachęcające i mają odpowiednią długość.

5

Przeniesienie dotychczasowej zawartości strony

Sprawdź nową stronę pod kątem poprawności przeniesionych treści i elementów multimedialnych. Przenieś grafiki, tabele i formularze, upewniając się, że są poprawnie załadowane i zoptymalizowane pod kątem szybkości ładowania strony.

6

Analiza szybkości ładowania strony

Przeanalizuj obie wersje strony używając Google PageSpeed Insights. Skup się na optymalizacji obrazów, skróceniu czasu odpowiedzi serwera, oraz zmniejszeniu liczby skryptów blokujących renderowanie.

7

Sprawdzenie instalacji i poprawności działania narzędzi analitycznych

Upewnij się, że Google Analytics i inne narzędzia analityczne są poprawnie skonfigurowane na nowej wersji strony. Testuj zdarzenia i cele, aby upewnić się, że dane są prawidłowo zbierane.

8

Aktualizacja ustawień w Google Search Console

W razie konieczności zweryfikuj nową wersję strony w Google Search Console i prześlij nową sitemapę strony

9

Aktualizacja linkowania wewnętrznego na nowe adresy

Przejrzyj całą strukturę linkowania wewnętrznego, aby zaktualizować wszystkie odnośniki do nowych URL-i.

10

Aktualizacja linkowania zewnętrznego

Skontaktuj się z partnerami i właścicielami zewnętrznych stron, które linkują do Twojej strony, prosząc o aktualizację tych linków do nowych URL-i.

11

Certyfikat SSL i eliminacja mixed content

Upewnij się, że certyfikat SSL jest poprawnie zainstalowany i działa na nowej wersji strony. Sprawdź, czy wszystkie zasoby (obrazy, skrypty, style) są ładowane przez HTTPS, aby uniknąć problemów z mixed content.

12

Monitorowanie widoczności organicznej i ruchu

Regularnie monitoruj zmiany w pozycjach, widoczności oraz ruchu za pomocą narzędzi takich jak Google Analytics, Google Search Console oraz dedykowanych narzędzi SEO (np. Senuto). Reaguj na wszelkie spadki.

Zobacz więcej porad i przydatnych artykułów:

webmetric.com/wiedza