



Technický SEO audit webu example.cz

JAKUB MENCL



Taste

Zpracováno na přelomu května a června 2021.

Autorem dokumentu je **Jakub Mencl** a společnost Taste , a.s.

 jakub.mencl@taste.cz

 +420 776 000 677

Se svými dotazy se obračejte přímo na autora dokumentu.

**Nedílnou součástí předání této analýzy je osobní
prezentace autora klientovi.**

**Na konci dokumentu najdete shrnutí a doporučení
pro prioritizaci úprav.**






Obsah technického SEO auditu

Průchodnost a indexace	6
Ověření přístupu do nástroje Google Search Console	7
Velikost webu, počet stránek a URL adres	8
Počet URL webu example.cz dle různých zdrojů dat	9
Indexace URL s parametry	10
Příklad použití parametru v URL pro zobrazení části obsahu na stránce	11
Soubor robots.txt	12
Soubory sitemap.xml	13
Kanonizované stránky v sitemapě	14
Přesměrované stránky v sitemapě	14
Neexistující stránky v sitemapě	14
Stránky a dokumenty nevhodně zařazené k indexaci	15
PDF dokumenty z webu example.cz na Google	15
PDF dokumenty z webu example.cz na Seznam	17
Práce s PDF dokumenty na example.cz z pohledu vyhledávačů?	17
Stránky vyloučené z indexu vyhledávačů direktivou robots="noindex"	19
Neindexovatelné URL – interní odkazy vedoucí na přesměrování (301, 302)	20
Neindexovatelné URL - interní odkazy vedoucí na neexistující stránky (404)	22
Ideální podoba chybové stránky 404	23
Neexistující stránky, na které vedou externí odkazy (Broken Links)	26
Využití rel="canonical" na webu example.cz	27
Atribut hreflang pro vícejazyčné weby	28
Kontrola správného technického zpracování stránkování	29
Strukturovaná data pro bohatší zobrazení webu ve výsledcích vyhledávání	31

Specifika indexace JavaScriptových webů	32
Bezpečnost webové prezentace example.cz	33
Content Security Policy	33
SSL Test	34
Odkazování na nezabezpečený protokol http	35
Nahrávání zdrojů – relativní adresy protokolu (Protocol Relative URLs)	35
Penalizace a manuální zásahy do webu (info z GSC)	36
Duplicitní a potenciálně duplicitní obsah	37
Duplicita vinou protokolů a subdomén se stejným obsahem	37
Duplicita vinou existence URL s lomítkem na konci adresy	38
Duplicity vinou obsahu generovaného výhradně JavaScriptem	39
Stránky poradců	41
Další signály duplicitního obsahu	42
Rychlost webu example.cz	44
Data o rychlosti webu z Google Analytics	44
Data o rychlosti webu z Google Search Console	45
Data o rychlosti webu z GTMetrix	46
Data o rychlosti webu z Google PageSpeed insight	47
Další nástroje pro kontrolu rychlosti webu	47
Chyby v JavaScriptu	48
Core web vitals	49
Largest Contentful Paint (LCP) – rychlost načtení	50
First Input Delay (FID) – interaktivita stránky	51
Cumulative Layout Shift (CLS) – vizuální stabilita stránky	51
Vaše výsledky	52
Doporučení ke zlepšení	53

Interní prolinkování stávajícího obsahu webu	55
Sirotčí stránky	55
Zastaralý obsah bez hodnoty aneb Zombie pages	56
Stránky hluboko ve struktuře webu	57
Závěr, doporučení a prioritizace	58
Průchodnost a indexace	58
Bezpečnost webové prezentace	58
Duplicitní a potenciálně duplicitní obsah	59
Rychlost webu example.cz	59
Interní prolinkování stávajícího obsahu webu	59
Nepřetržitý SEO audit a průběžná kontrola obsahu webu	59
Prioritizace 🚦	60

Legenda použitých symbolů

-  Odkaz na externí soubor, zpravidla s výčtem dotčených URL adres.
-  Upozornění na problém.
-  Jedno nebo více doporučení, jak daný problém řešit.
-  Tip na nástroj nebo postup k uživatelské kontrole daného problému.
-  Stav je v pořádku.

Průchodnost a indexace

Správná průchodnost webu je podmínkou, aby se roboti vyhledávačů dostali k obsahu, kterým chceme získat pozornost uživatelů ve výsledcích vyhledávání například Google nebo Seznam.

Nesmíme robotům házet klacky pod nohy a schovávat jim důležitý obsah hluboko do webu nebo do různých karuselů, akordeonů a tabů.

Musíme jít robotům naproti a stránky s důležitým obsahem jim nabídnout prostřednictvím mapy stránek.

Pouze obsah, který roboti vyhledávačů najdou, se může dostat do indexu vyhledávačů a odtud být servírován mezi výsledky vyhledávání.

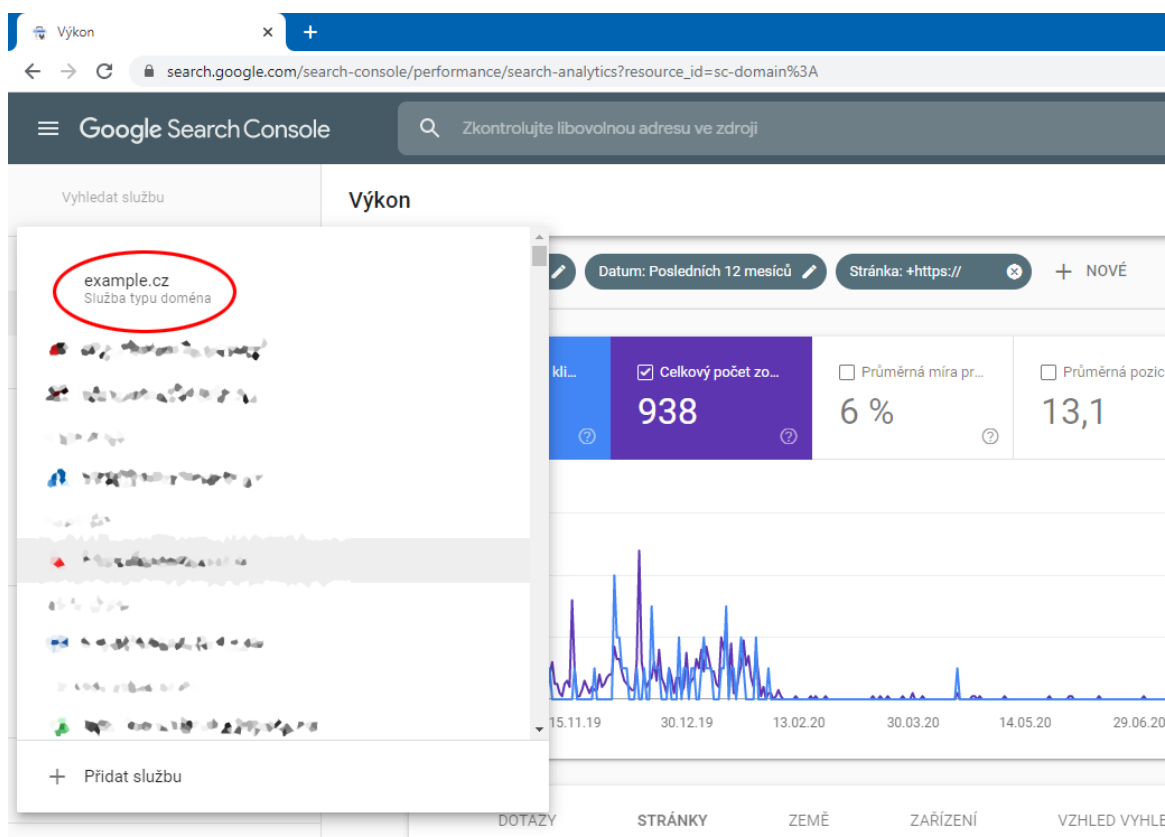


„Cílem webu z pohledu SEO konzultanta je dostat do indexu vyhledávače co nejvíce stránek s unikátním obsahem, které jsou užitečné pro návštěvníky a které provozovateli webu plní obchodní cíle.“

Ověření přístupu do nástroje Google Search Console

Řada následujících kapitol předpokládá a využívá přístup do bezplatného nástroje [Google Search Console](#) (dále také GSC). Pro efektivní využití informací o webu z GSC je nutné mít web autorizovaný v nástroji jako „typ služby – Doména“.

V GSC to poznáte díky poznámce „Služba typu doména“ pod adresou webu při výběru služeb.



V tom případě totiž můžeme pracovat s daty nejen z webu

- <https://www.example.cz>, ale také se všemi subdoménami/protokoly např.
- <https://example.cz> (bez „www“)
- <https://m.example.cz> (subdoména „m“),
- <http://example.cz> (verze na http protokolu a bez „www“),
- <https://akce.example.cz> (příklad historické, zapomenuté subdomény) atp.

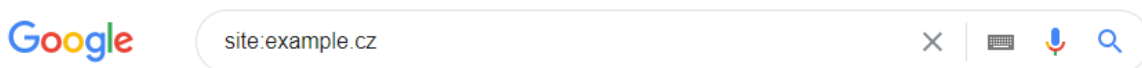


K přidání webu do služby GSC typu služby Doména je nutné autorizovat vlastnictví prostřednictvím záznamu v DNS webu, [více informací od Google](#).

Velikost webu, počet stránek a URL adres

Jak velký je váš web? Má desítky různých stránek a URL adres? Nebo tisíce? Miliony? A kolik z nich znají vyhledávače? Na kolik takových adres přivádějí vyhledávače organickou návštěvnost?

Přibližný počet zaindexovaných stránek ve vyhledávači Google nebo Seznam zjistíme pomocí operátoru *site:*, tedy vložení dotazu *site:example.cz* do vyhledávače.



Přesnějším ukazatelem počtu zaindexovaných stránek v Google je bezplatná služba [Google Search Console](#) a v případě seznamu podobně fungující [Seznam Reporter](#).

- 💡 Nezapomeňte, že vyhledávače indexují nejen HTML stránky vašeho webu, ale také další dokumenty jako jsou obrázky, dokumenty formátů PDF, Word, Excel a další.
- 💡 Tip: Zobrazení počtu výsledků ve vyhledávání na Seznamu (nejen s operátorem *site:*) není tak viditelné, jako v případě Google. Stačí ale vložit do adresního řádku na konec URL stránky s výsledky vyhledávání řetězec „*&format=rss*“ a prohlížeč vám zobrazí RSSko, ve kterém hned na začátku v tagu `<opensearch:totalResults>` zobrazí orientační počet výsledků.



```
<title>"site:taste.cz" - Seznam</title>
<link>/?q=site%3Ataste.cz&format=rss</link>
<description>Výsledky hledání pro "site:example.cz" na Seznam.cz</description>
<opensearch:totalResults>86</opensearch:totalResults>
<opensearch:startIndex>0</opensearch:startIndex>
<opensearch:itemsPerPage>10</opensearch:itemsPerPage>
<opensearch:Query role="request" searchTerms="site:taste.cz" startPage="1"/>
```


Počet URL webu example.cz dle různých zdrojů dat

- Google (Search Console) ≈ 2 190
- Google (site:example.cz) ≈ 2 490
- Seznam (site:example.cz) ≈ 2 220
- Počet URL v sitemapě = 1 152
- Počet URL v kontrolním crawlu ^{*)} = 2 250
- Počet URL v Google Analytics ^{**)} ≈ 2 400

**) kontrolní crawl webu znamená systematické procházení všech propojených stránek webu nástroji jako Screaming Frog Seo Spider nebo SiteBulb a pod.*

****) údaje z Google Analytics za posledních šest měsíců, po vyloučení URL s parametry.*

-  Počet zaindexovaných stránek v obou hlavních vyhledávacích koresponduje s počtem existujících URL stránek, které zaznamenaly Google Analytics a řádově odpovídá počtu URL adres v sitemapě.
-  Pokud se údaje o přibližném počtu stránek z různých zdrojů liší řádově, může to indikovat technické překážky, které brání robotům vyhledávačů dostat se k podstatnému obsahu nebo nešikovně nastavenou webovou analytiku.

Indexace URL s parametry

Řada webů je tvořena URL adresami, které obsahují jeden nebo více parametrů. Zpravidla je poznáte díky použití otazníku nebo ampersandu (znak &), rovnítka a hodnoty parametru.

Například URL adresa ve tvaru

<https://www.example.cz/boty?radit=odnejlevnejsich&dostupnost=skladem>

patří stránce, na které jste si nechali položky seřadit od nejnižší ceny pomocí volby a zároveň zapnuli filtr „skladem“.

Od nejlevnějších



Příklad ovládacího prvku na webu, kterým uživatelé ovlivňují řazení například výrobků v kategoriích, jejichž použití často vede na URL s parametry.



Použití parametrů v URL samo o sobě není na závadu, ale v případě nevhodné implementace může generovat miliony URL adres s duplicitním obsahem, kterými tříštíme pozornost vyhledávačů a čerpáme tzv. *crawl budget* tedy ochotu vyhledávačů procházet velké množství URL našeho webu, které neobsahují žádný originální užitečný obsah.



Přítomnost URL adres s parametry je tedy signálem pro pečlivou kontrolu obsahu takových stránek v další části auditu.



Web example.cz pracuje s parametry v URL a takto tvořené stránky s převážně duplicitním obsahem nejsou ošetřené ani direktivou zakazující indexaci ani doporučením v podobě *kanonického odkazu* a je nutné věnovat pozornost úpravám kódu tak, abychom vyhledávačům neposílali duplicitní obsah.

Příklad použití parametru v URL pro zobrazení části obsahu na stránce

URL s parametrem `?infotab=jak-sjednat` neposkytuje uživatelům a robotům nový obsah, ale pouze „aktivuje“ zobrazení obsahu, který byl do té doby neviditelný na neaktivní záložce „Jak sjednat“. Stránka je svým obsahem v HTML kódu dokonale duplicitní k URL bez parametru a k dalším třem URL s jinými parametry „otevírajícími“ zbylé záložky.

<https://www.example.cz/hypoteka?infotab=jak-sjednat>



Příklad UX řešení, kterým web zobrazuje části obsahu jedné stránky na záložkách (tabech). Kliknutí na jednotlivé položky vyvolalo požadavek na zobrazení URL adresy s parametrem, ale obsah této nové URL je dokonale duplicitní s obsahem URL bez parametru.



Prostřednictvím nástroje Google Search Console (dostupné ve starém grafickém rozhraní služby, které je ale k dispozici v Google Search Console pouze v případě typu služby „Předpona adresy URL“, nikoliv pro typ služby „Doména“, jak doporučujeme v úvodu dokumentu. Řešením je mít v Google Search Console dvě služby, jednu od každého typu.) je možné dočasně odebrat z výsledků vyhledávání hromadně URL adresy s danými parametry, které vyhledávač rozpoznal. Jedná se však o dočasné řešení (z principu nefunguje pro Seznam) a musí být nahrazeno trvalým ošetřením daných URL adres.



Web example.cz obsahuje parametrické URL, které zdánlivě zobrazují nový obsah, ale jsou duplicitní k URL bez parametru. Je nutné ošetřit tyto parametrické URL adresy direktivou `noindex` nebo *kanonickým odkazem*.

Parametry adres URL

Pomozte Googlu procházet váš web efektivněji. Sdělte nám, jak máme zacházet s parametry ve vašich adresách URL. [Další informace](#)

! Pokud jsi nejste jisti, jak parametry fungují, tuto funkci nepoužívejte. Vyloučíte-li adresy URL nesprávně, může z vyhledávání mnoho stránek zmizet.

Stáhnout tuto tabulku	Přidat parametr	Zobrazit	Rádky: 25	1–11 z 11	<	>
Parametr	Monitorované adresy URL	Nakonfigurováno	Účinek	Procházení		
p_p_stat		7. 12. 2017	Žádné	Reprezentativní adresa URL	Upravit	/Vymazat
p_p_resourc		7. 12. 2017	Žádné	Reprezentativní adresa URL	Upravit	/Vymazat
p_p_moder		7. 12. 2017	Žádné	Reprezentativní adresa URL	Upravit	/Vymazat
p_p_lifecycle		7. 12. 2017	Žádné	Reprezentativní adresa URL	Upravit	/Vymazat

Soubor robots.txt

Soubor *robots.txt* je textový soubor dostupný v kořenovém adresáři webu (každá subdoména může mít vlastní), který obsahuje mimo jiné pravidla pro procházení webu, kterými je možné povolit nebo zakázat přístup robotů vyhledávačů, nebo robotů reklamních systémů, nebo robotů instant messaging platformem a dalších k jednotlivým částem webu (HTML stránky, obrázky, jiné typy souborů, celé části webu v nějakém adresáři nebo třeba všechny URL, které obsahují nějaký konkrétní parametr).

- 💡 Zákaz procházení definovaný v *robots.txt* není nástrojem k odstranění některých stránek vašeho webu z výsledků vyhledávání. Stránka se může ve výsledcích Google/Seznamu objevit přesto, že v *robots.txt* je robotům procházení zakázáno. K odstranění z výsledků vyhledávání slouží direktiva *noindex*.
- ⚠️ Poradte se se SEO specialistou, pokud budete chtít některé stránky odstranit z indexu a výsledků vyhledávačů.

Doporučujeme v souboru *robots.txt* uvádět odkaz (v absolutním tvaru včetně protokolu) na soubor nebo více souborů *sitemap.xml*, které obsahují seznam URL adres stránek, obrázků a videí, které chceme do indexu vyhledávačů zahrnout.

- ⚠️ Doporučujeme tedy v souboru <https://www.example.cz/robots.txt> opravit odkaz na stránku se souborem *sitemap* (aktuálně je chybně uveden s nezabezpečeným protokolem *http*).

```
User-agent: *
Disallow: /Test
Sitemap: http://www.example.cz/sitemap.xml
```

Aktuální verze souboru robots.txt

- ⚠️ Zároveň doporučujeme ze souboru <https://www.example.cz/robots.txt> odstranit zákaz procházení adresáře */Test*, který pravděpodobně již není potřeba, protože uvedená URL je aktuálně přesměrovaná na titulní stránku webu (o čemž se ale roboti vyhledávačů nedozví, protože mají vstup na tuto URL zakázán).

```
Sitemap: https://www.example.cz/sitemap.xml
```

Navrhovaná podoba souboru robots.txt

Soubory sitemap.xml

Mapa stránek (soubor *sitemap.xml* umístěn v kořenovém adresáři webu) je soubor, který by měl obsahovat veškeré URL adresy stránek (případně také obrázků nebo videí), které chceme zařadit do indexu vyhledávačů, které obsahují unikátní obsah, jsou užitečné pro návštěvníky webu a provozovateli webu plní obchodní cíle.

Zveřejněním takového seznamu URL adres robotu usnadníme procházení webu a nalezení důležitého obsahu.

Každou nově vytvořenou stránku webu je vhodné automaticky přidat do mapy stránek. Mapa stránek by měla obsahovat pouze URL stránek, které vracejí HTTP status kód 200 (OK) a jen ty URL, které bychom díky jejich unikátnímu obsahu rádi zaindexovali. V *sitemap.xml* by tedy neměly být URL adresy, které vedou na přesměrování nebo na neexistující stránky. Zároveň by tam neměly být URL adresy, které jsou kanonizované na jiné stránky.

Souborů se seznamem URL adres ve formátu sitemap může být více (na všechny je vhodné odkazovat ze souboru *robots.txt*).



Tip: U rozsáhlých webů je užitečné rozdělit URL adresy v jednotlivých souborech sitemap podle druhu obsahu, například:

- V jednom souboru mít pouze URL kategorií zboží (boty),
- ve druhém pouze URL kategorie zboží v kombinaci s některými parametry (boty Nike, dámské boty Nike),
- ve třetím URL s detaily zboží,
- ve čtvrtém statické stránky webu,
- a v dalším třeba články blogu.

U rozsáhlých webů to může usnadnit identifikaci problémů s indexací částí webu podle druhu stránky, protože v nástroji Google Search Console můžeme vidět informace o tom, kolik URL adres z daného souboru sitemap je v indexu Google a kolik chybí. Můžeme se tedy například dozvědět, že Google řádně indexuje všechny kategorie, ale pouze polovinu URL adres s detaily zboží.

Kanonizované stránky v sitemapě

URL uvedené s sitemapě by měly obsahovat unikátní obsah a neměly by být přesměrované nebo kanonizované na jiné URL adresy.

Nemůžeme totiž zároveň požádat vyhledávač, aby adresy indexoval (tím, že je zařadíme do sitemapy) a zároveň mu říct „běž pryč“ (přesměrování) nebo „raději bys měl zaindexovat kanonickou stránku“ (`rel="canonical"`).

Bohužel oboje nevhodné chování se v URL webu example.cz vyskytuje.

Všech 260 stránek s detaily Poradců (například <https://www.example.cz/kontakty?poradce-detail=360803>) je nevhodně a nesprávně kanonizováno na verzi bez www:

```
<link rel="canonical"
href="https://example.cz/kontakty?poradce-detail=360803" />
```



Doporučujeme opravit kanonický link na výchozí verzi webu, tedy s „www“ na začátku adresy.

Přesměrované stránky v sitemapě

V sitemapách je nesprávně zařazeno několik URL adres, které nejsou indexovatelné, protože jsou pouhým přesměrováním (301 nebo 302) na jiné URL adresy.



Doporučujeme tyto odstranit ze sitemapy a ověřit, že skutečné cílové stránky (s HTTP status kódem 200 = OK) v sitemapě jsou.

```
https://www.example.cz/dokumenty/eticky-kodex-spolecnosti
https://www.example.cz/kancelare/detail-kancelare
https://www.example.cz/kontakty-centrala/kancelare
https://www.example.cz/kontakty-centrala/zptejte-se-nas
https://www.example.cz/dokumenty/zakon-o-stavebnim-sporeni
```

Neexistující stránky v sitemapě

Do sitemap nepatří ani URL, které vrací HTTP status kód 404 (Nenalezeno).

Stránky a dokumenty nevhodně zařazené k indexaci

Součástí webu example.cz je velké množství obsahu, který netvoří HTML stránky nebo obrázky, ale jiné dokumenty (zejména PDF dokumenty).

Z pohledu vyhledávačů je PDF dokument, jehož indexace není zakázaná, samostatným legitimním zdrojem informací a vyhledávače ochotně tento druh dokumentů procházejí, indexují i servírují uživatelům ve výsledcích vyhledávání.



Ve výsledcích vyhledávání lze najít také desítky dokumentů formátu Word nebo Excel z domény example.cz.

Zařazení PDF dokumentu do indexu vyhledávačů samo o sobě není chybou, pro některé formy obsahu je rozhodně nejvhodnější (montážní návod nebo třeba ČSN EN ISO certifikát vystavený jinou autoritou), ale návštěvnost, která vede přímo z výsledků vyhledávání na konkrétní PDF dokument, není ve výchozím stavu vůbec zaznamenána Google Analytics. Takového návštěvníka nejen že nevidíme ve statistikách, ale nedokážeme jej znovu oslovit například remarketingem.



Přímá návštěvnost ze stránky s výsledky vyhledávání na konkrétní PDF dokument může tvořit i desítky tisíc návštěv měsíčně.

PDF dokumenty z webu example.cz na Google

www.example.cz > file > Cestovni_pojisteni_PP_A4_on_I. PDF

Stáhnout

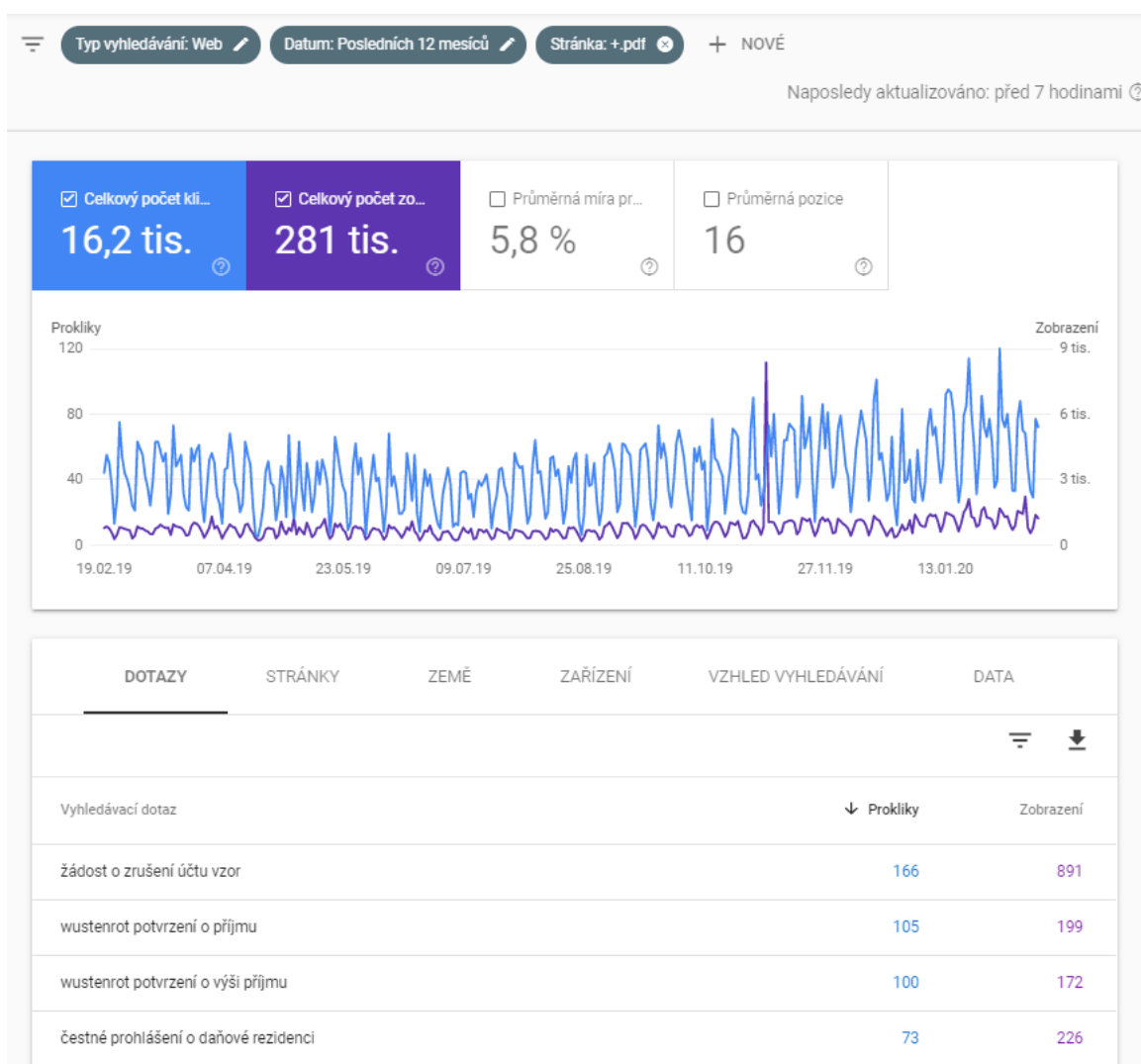
Pojištění se sjednává na dobu určitou, a to nejméně na 1 den (hradí se minimální pojistné = sazba za první 3 dny) a nejdéle na ... Účinnost od 25.05.2018. INFORMACE O ... nebo život nemocného a které vyžaduje nutné a neodkladné léčení;.

Na snímku je znázorněno, jak na PDF dokumenty ve výsledcích vyhledávání upozorňuje Google. Obdélníkovou ikonou s nápisem PDF vpravo od URL adresy.

Podle informací z Google Search Console vedly PDF dokumenty na webu example.cz v posledních dvanácti měsících k 281 tisícům zobrazení ve výsledcích Google (to je 9 % všech zobrazení domény example.cz v SERPu) a více jak 16 tisícům kliknutí na web

(přesněji kliknutí na PDF dokument na webu) example.cz (to je 5 % všech kliknutí na doménu example.cz ze SERPu).

- Google Search Console zná přes tisíc URL adres PDF souborů na doméně example.cz, které se v uplynulých dvanácti měsících objevily ve výsledcích vyhledávání, jejich seznam je v příloženém excelu na listu „06-GSC PDF files“.
- Tyto PDF soubory podle Google Search Console obsloužily více jak dva tisíce vyhledávacích dotazů a frází, na které se zobrazily. Tyto fráze jsou včetně informací o počtu zobrazení a kliknutí v příloženém Excelu na listu „07-GSC PDF files Queries“.



Ukázka výkonu PDF dokumentů na doméně example.cz ve výsledcích Google za posledních 12 měsíců, zdroj: Google Search Console.

PDF dokumenty z webu example.cz na Seznam

Obsah

<https://www.example.cz/podminky-domov.pdf.pdf>

konkrétní podmínky nabízeného pojištění. S těmi se seznámte Vy (jako pojistník) i všichni pojištění ještě před podepsáním smlouvy.

Vyhledávač Seznam naopak na PDF formát zobrazených dokumentů ve výsledcích uživatele neupozorňuje (je to zřejmé pouze z URL adresy nalezeného dokumentu).

Z analýzy první tisícovky výsledků, které vrací Seznam na dotaz *site:example.cz*, vyplývá, že 579 výsledků z tisíce tvořily PDF dokumenty, jejichž přímou návštěvu ze stránky s výsledky Google Analytics v standardní konfiguraci nezaznamenají.

Nemáme k dispozici ani ekvivalent Google Search Console pro vyhledávač Seznam, takže organickou návštěvnost ze Seznamu na PDF dokumenty na doméně example.cz nedokážeme kvantifikovat.

- **579 výsledků z první tisícovky výsledků na Seznamu na dotaz *site:example.cz* tvoří PDF dokumenty.** Celkem Seznam zná a zobrazuje ve výsledcích 750 PDF dokumentů z domény example.cz (dotaz *site:example.cz filetype:pdf*)
- Google zobrazuje více jak tisíc různých PDF dokumentů z domény example.cz ve výsledcích vyhledávání na více jak dvě tisícovky různých dotazů, tyto **PDF dokumenty byly ve výsledcích zobrazeny 281.000krát** (9 % veškerých zobrazených výsledků z domény) a přivedly 16 tisíc návštěv (data za uplynulých 12 měsíců).
- **Přímá návštěvnost PDF dokumentů z vyhledávačů není ve výchozím nastavení Google Analytics měřena** a na tyto návštěvníky nedokážeme ani cítit remarketing.

Práce s PDF dokumenty na example.cz z pohledu vyhledávačů?



Doporučujeme zvážit následující možnosti:

PDF dokument je svébytný výsledek ve vyhledávání a oba hlavní vyhledávače jej ochotně zobrazují.

Optimalizujte titulky a popisky PDF dokumentů stejně jako to děláte u HTML stránek webu, aby lákaly ke kliknutí. Titulky a popisky PDF dokumentů lze optimalizovat, vyhledávače jejich zobrazení podporují. Dnes se mezi výsledky objevují odpudivé titulky jako:

- *Smluvní podmínky používání*
- *Obsah*
- *Rámcový Výklad*
- *Vzor_rizikovka_uprava grafiky.pdf*
- *WHB_OP_FO_o4_2018.indd*
- *wus_a4_pravidla_akce.cdr*
- *WUS_FreshMoney_pravidla_210x297_17vo1.indd*

[wus_a4_pravidla_akce.cdr](#)

<https://www.example.cz/pravidla-akce-gs-let-2019-stavajici-klienti...>

[wus_a4_pravidla_akce.cdr](#)

Optimalizovaný titulek PDF souboru by měl vypadat například takto:

- *Přehled úrokových sazeb pro účty a vklady | Example*
- *Výroční zpráva za rok 2019 | Example*




Titulek by krom výstižného názvu měl obsahovat stejný appendix s brandem „ | Example“ jako běžné stránky.


Po této úpravě se výkon PDF souborů v organiku přirozeně zvýší.

Vlastní PDF dokumenty by vždy měly obsahovat aktivní odkaz (nejen text, ale aktivní hyperlink) vedoucí na doménu <https://www.example.cz>. Vyhledávače odkazům z PDF dokumentů rozumějí, jedná se o další interní odkaz.

V indexu vyhledávačů by pravděpodobně neměly být dokumenty z adresáře https://www.example.cz/online/mail_attachments/... stejně tak by tam neměly být grafické podklady (soubory formátu Corel Draw, Indesign Photoshop) nebo reklamní bannery atp.

Vyloučit PDF soubor z vyhledávání lze částečně direktivou noindex v HTTP hlavičce X-Robots-Tag ([návod Google zde](#)), podle naší zkušenosti je tato direktiva neúčinná pro vyhledávač Seznam.


 PDF dokumenty nyní ve výsledcích vyhledávání bodují na zajímavé fráze (jsou v příloženém Excelu), doporučujeme projít nejnavštěvovanější/neviditelnější a zvážit jejich obchodní potenciál a pokusit se řízeně převést návštěvnost z PDF dokumentů na webové stránky, které jsou ke konverzi na rozdíl od PDF dokumentů přizpůsobeny.

 Přímou návštěvnost PDF dokumentů z výsledků vyhledávání je možné měřit v Google Analytics s použitím Measurement Protokolu a vlastního skriptu, který bude PDF dokumenty ze serveru vydávat uživatelům spolu s GA Cookie.

Stránky vyloučené z indexu vyhledávačů direktivou robots="noindex"

Kontrolní crawl nástroji Screaming Frog a Sitebulb objevil deset URL adres, které jsou vyloučeny z indexu vyhledávačů direktivou robots="noindex".

```
https://www.example.cz/vyhledat
https://www.example.cz/o-nas/novinky/novinky-2018/soutez-o-kuchyni
https://www.example.cz/zavolame-vam
https://www.example.cz/aplikace-tretich-stran
https://obchod.example.cz/
https://www.example.cz/kontakty-centrala/rozcestnik-odhadce
https://www.example.cz/kontaktni-formular-pro-reseni-upominek
https://www.example.cz/informace-o-zpracovani-osobnich-udaju
https://www.example.cz/kontakty-centrala/call-back-odhadci
https://www.example.cz/kontakty-centrala/reklamace-a-stiznosti
https://www.example.cz/srovnac-hypoteka-a-pronajem
```

 Doporučujeme zkontrolovat stránky na uvedených URL adresách a ověřit, zda záměr, se kterým byly původně vyloučeny, trvá. Zda je i nadále nežádoucí vodit na tyto stránky organickou návštěvnost.

Neindexovatelné URL – interní odkazy vedoucí na přesměrování (301, 302)

Vyhledávače přirozeně nemohou indexovat URL adresy, které jsou pouze přesměrováním na jinou cílovou URL, tedy adresy, které vrací **HTTP status kód 301** (Moved Permanently) nebo 302 (Found/„Moved Temporarily“).

Kontrolní crawl nástroji Screaming Frog a Sitebulb odhalil stovky interních URL adres, které aktuálně vedou na přesměrování, a tak se nemohou samy v indexu vyhledávačů objevit.

💡 V interních odkazech správně zpracovaného webu by se měly objevit výhradně přímé odkazy na URL stránky, které vrací HTTP status kód 200 (OK), výjimečně snad také za určitých podmínek HTTP status kód 302 (Found/„Moved Temporarily“), ale rozhodně ne 301 (Moved Permanently) a 404 (Not Found).

⚠️ Doporučujeme opravit interní navigaci a odkazy tak, aby nevedly na přesměrování, ale přímo na správnou cílovou stránku.

Jenom na titulní stránce webu jsou skoro tři desítky odkazů, které vedou na přesměrování, jelikož se jedná hlavně o odkazy v hlavní navigaci a v patičce, tedy odkazy, které by měly směřovat na nejdůležitější stránky webu, komplikujeme vyhledávačům porozumění ohledně struktury webu.

Link checker results	Count
Total links	135
OK	106
Redirect	29
Fail	0

Oranžově zbarvené odkazy v interní navigaci, které vedou na přesměrování.

Zdroj obrázku: rozšíření Redirect Link Checker.

URL adresy vedoucí nesprávně na přesměrování se nemusí vyskytovat v navigaci na webu, ale mohou být také uvedeny v sitemapě. Tam také nepatří. V sitemapě by v zásadě měly být výhradně URL adresy, které chceme v indexu vyhledávačů mít.



Tip: K rychlé uživatelské kontrole přesměrovaných odkazů na stránce je možné využít bezplatné rozšíření [Redirect Link Checker, které najdete v internetovém obchodě Chrome](#).

Například URL adresa

- <https://www.example.cz/kancelare/detail-kancelare> je v souboru *sitemap.xml* uvedená, ale vede dočasným přesměrováním (302) na URL
- <https://example.cz/kontakty/kancelare?office=>, která vede trvalým přesměrováním (301) na třetí URL
- <https://www.example.cz/kontakty/kancelare?office=> (obsahuje navíc "www" na začátku URL adresy).

Tímto přístupem hazardujeme s pozorností vyhledávačů, řetězená přesměrování jsou riziko. Aktivně podsouváme robotům URL adresy, na kterých není obsah.

Toho se musíme vyvarovat a uvádět výhradně platné URL adresy se smysluplným obsahem jak na webu, tak v souboru *sitemap.xml*.

Dalším častým příkladem je nesprávné interní odkazování na pravděpodobně historické URL s nezabezpečeným protokolem *http*.

Návštěva takového odkazu vede na vynucené přesměrování na *https* verzi webu.



Doporučujeme opravit všechny interní odkazy, které vedou na nezabezpečené verze protokolu *http* tak, aby řádně odkazovaly na *https* verzi webu.



Seznam odkazů na *http* protokolu webu včetně stránek, na kterých se odkaz nachází, najdete v příloženém Excelu na listu „10-internal http“.

Neindexovatelné URL - interní odkazy vedoucí na neexistující stránky (404)

- Seznam interně odkazovaných dokumentů, které končí neexistující stránkou najdete v příloženém excelu na listu „09-403, 404“.

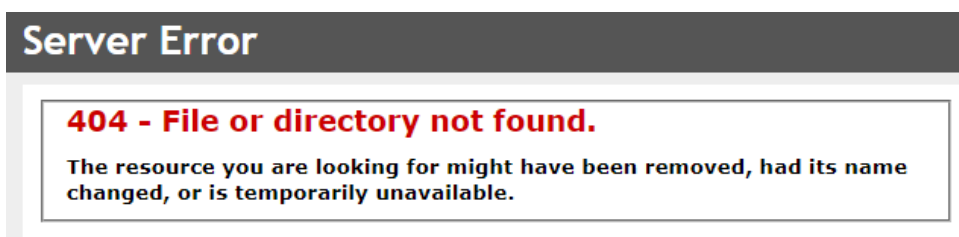
Příklad části stránky <https://www.example.cz/dokumenty/doklady-potrebne-k-vyrizeni-uveru>, kde se nachází odkaz vedoucí na URL <https://www.example.cz/getmedia/527ce3fo-32b2-4269-a4d7-4d3acaodfob5/Cestne-prohlaseni-o-dostatecnych-prijmech-pro-poskytnuti-hypotecniho-uveru-na-refinancovani-uveru.pdf>

Podklady k prověření schopnosti nést dlouhodobé náklady spojené s poskytnutím úvěru

Příjmy

- zaměstnanec: potvrzení o příjmu
- podnikatel: daňové přiznání za poslední rok
- příjmy z jiných výnosů (důchodového nebo sociálního zabezpečení, z pronájmu)
- formulář „Čestné prohlášení o dostatečných příjmech pro poskytnutí hypotečního úvěru na refinancování úvěru“ (ke stažení [ZDE](#))

Ukázka stránky s odkazem na stažení dokumentu, které ale po kliknutí vede na neexistující stránku, na takové části serverové infrastruktury, které mají odlišně nakonfigurovanou chybovou stránku, která uživateli neusnadní návrat zpět do funkční části webu. Uživatel anglické hlášce nerozumí, může se cítit ohrožen, důvěra „v banku“ může být poškozena.





Tip: K rychlé užitelské kontrole odkazů na neexistující stránky v rámci jedné URL adresy můžete využít bezplatné rozšíření do prohlížeče Chrome [Broken Link Checker](#), které projde danou stránku a zvýrazní odkazy, na které server vrací odpověď HTTP status kódem 404 (Not Found).

The screenshot shows a website with a green navigation bar. The main content area contains a list of items, including a document titled 'Čestné prohlášení o dostatečných příjmech pro poskytnutí hypotečního úvěru' with a red box highlighting 'ZDE: 404'. An overlay from the Broken Link Checker tool is visible on the right, showing '112 Scanned links on this page', '1 Errors', and '1 Error %'. A button 'CHECK ALL PAGES ON THIS SITE' is at the bottom of the overlay.

Ukázka jednoduché kontroly chybných odkazů končících na stránce 404.



Doporučujeme opravit všechny interní odkazy a URL adresy dalších zdrojů (například obrázky), aby řádně odkazovaly na funkční stránky a zdroje (HTTP status kód 200).



Všechny stránky webu se zároveň mezi zdroji dožadují souboru <https://www.example.cz/css/main.css>, které ale na webu neexistuje, vrací status kód 404. Doporučujeme tento požadavek z HTML kódu odstranit, nebo opravit.

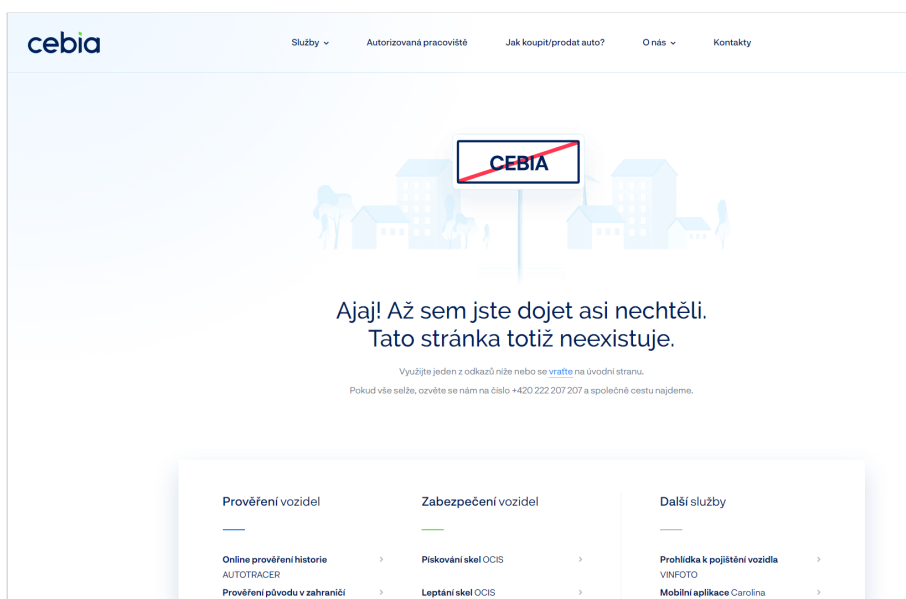
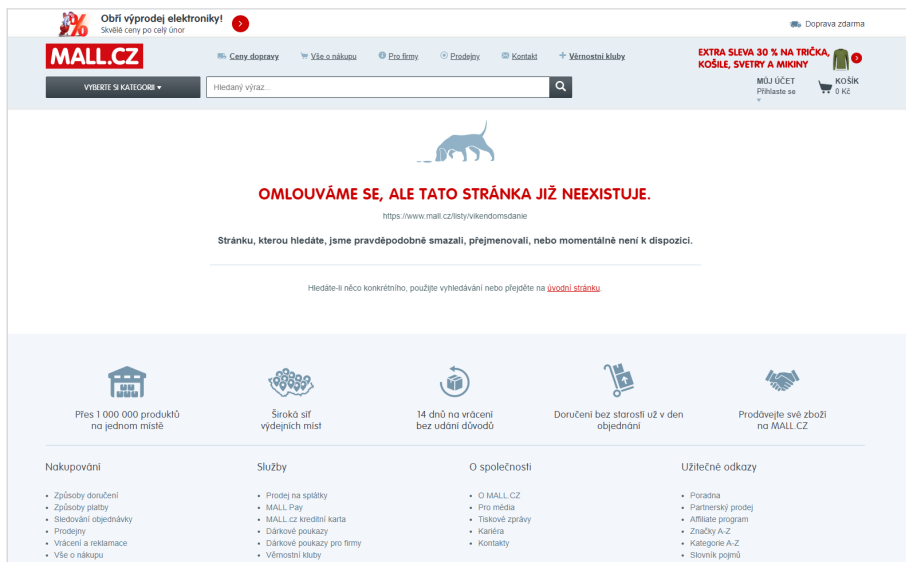
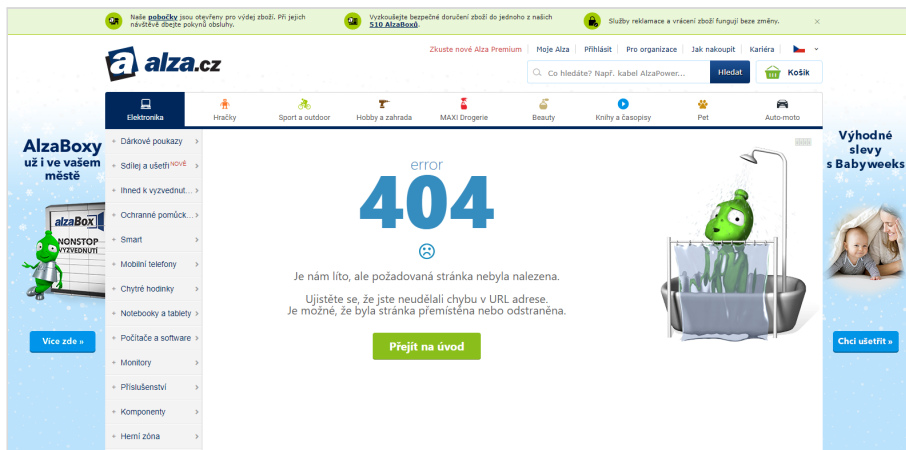
```
<link rel="stylesheet" href="/css/main.css">
```

Ideální podoba chybové stránky 404

404 nebo Not Found je stavový kód ze skupiny klientských chyb, vracený serverem v případě, že požadovaný soubor nebyl nalezen.

Zobrazení chybové stránky 404 na webu není žádná katastrofa. Může to naopak být doklad správně nakonfigurovaného web serveru a aplikačního serveru, který při požadavku na neplatnou/neexistující URL správně vrací jak živému uživateli tak robotům vyhledávačů informaci, že daná URL neexistuje, že není žádný obsah.

Příklady stránek 404 z alza.cz, mall.cz, cebia.cz



Úkolem správně navržené stránky 404 je informovat uživatele, že se ocitl na stránce, kde není obsah, který hledal a zejména mu poskytnout možnosti, jak na to reagovat. Nejlépe mu nabídnout přímou cestu k nejčastěji navštěvovaným hlavním částem webu, jeho funkcím, ke kontaktním údajům, k vyhledávání atp. Informovat jej a nabídnout cestu dál do webu nebo jej vyzvat, aby kontaktoval uživatelskou podporu atp. Cílem je neztratit jeho pozornost, nezvyšovat jeho frustraci, ale vrátit ho na cestu ke konverzi.

Chybová stránka 404 musí vracet HTTP status kód 404 a informovat tak roboty vyhledávačů, že se dostali na URL, ke které server nenalezl obsah, která neexistuje.

Správně navržená stránka 404 například obsahuje vhodně zvolený titulek „404 nenalezeno | example.cz“, a tak můžeme snadno v Google Analytics sledovat počet takto zobrazených stránek uživateli za dané období.

Stránka 404 nesmí být po zobrazení informace nikam přesměrovaná (ani JavaScriptovými přesměrováními, ani HTML přesměrováními v hlavičce).

```
<meta http-equiv="Refresh" content="0; URL=https://example.cz/">
```



Tip: Jaký HTTP status kód vracejí jednotlivé URL Vašeho webu (nejen HTML stránky, ale také obrázky, javascripty, PDF dokumenty a další) se můžete snadno přesvědčit díky rozšíření [Link Redirect Trace](#) do Google Chrome.

The screenshot shows the Link Redirect Trace extension interface. At the top, it says "Link Redirect Trace" with a sub-link "Do you also know our other free extensions?". The URL bar shows "https://www.alza.cz/samsung-flipove-pouzdro-clear-view-pro-galaxy-s21-cerne-d6298sdf142.htm". Below the URL, a red circle contains the number "404". To the right, there are icons for "I" and "F", and a "231 ms (100%)" label. Further right, there are labels for "LRT Power 0", "PAGE", "Backlinks", and "LRT Trust 0". At the bottom, there are four buttons: "Copy to Clipboard", "Export", "Save screenshot", and "Try LinkResearchTools".

Neexistující stránky, na které vedou externí odkazy (Broken Links)

Na web example.cz vedou stovky odkazů z externích webů, které ale vinou neexistujícího funkčního přesměrování končí na stránkách s HTTP stavovým kódem 404 (Not Found).

Neexistující přesměrování vede uživatele na stránku 404, která správně zobrazuje základní navigaci.



Chyba 404

Požadovanou stránku se nepodařilo nalézt

Je možné, že stránka už neexistuje. Použijte prosím vyhledávání nebo pokračujte na hlavní stránku. Můžete také kliknout na některou z položek menu.



[PŘEJÍT NA HLAVNÍ STRANU](#)

Vedle frustrace uživatele, že nenašel, co hledal, je stránka 404 nevyužitým potenciálem externích odkazů, které končí ve „vzduchoprázdnu“, místo aby posílvaly (třeba i přes přesměrování) novou cílovou stránku s relevantním obsahem.

- 📁 Seznam externích odkazů, které končí na neexistujících stránkách najdete v příloženém Excelu na listu „11-External broken links“.

Mezi odkazujícími stránkami jsou i hodnotné domény, které mají potenciál při správném přesměrování posílit cílové stránky webu. Například domény jako *nova.cz*, *blesk.cz*, *mesec.cz*, *kurzy.cz*, *e15.cz*, *uhk.cz*, *protext.cz* a další.

- ⚠️ Doporučujeme individuálně přistoupit k revizi uvedených externích odkazů a v nejlepším případě změnit cílovou URL na správnou již na odkazující externí stránce.

Pokud nebude možné změny na odkazující stránce po komunikaci s provozovateli webů dosáhnou, je potřeba na straně webu example.cz vytvořit trvalé přesměrování (301) z původní URL adresy na novou, která má stejný nebo velmi úzce související obsah.

- 💡 Tip: Doporučujeme prověřit, jak se aktuální publikační systém chová v případě přejmenování nějaké stránky nebo článku nebo při změně dané URL, zda se automaticky vytvoří přesměrování ze staré URL na novou.

Využití *rel="canonical"* na webu example.cz

V zájmu odstranění duplicit, kdy by mohl vyhledávač vnímat velmi podobný obsah různých stránek jako duplicitní, je vhodné využít meta *rel="canonical"*. Pomocí této instrukce můžeme vyhledávači doporučit, aby indexoval jednu hlavní stránku s daným obsahem a nikoliv její dceřiné téměř duplicitní stránky.

Na webu example.cz je kanonický odkaz využit nesprávně v případě šablony stránek s detailem poradců (kdy kanonizovaná URL vede na verzi bez *www*, ale ta je přesměrována na verzi s *www*).

Na jiných stránkách webu než *poradce?poradci-detail* kanonický link použitý není.

Doporučujeme opravit kanonický link v šablonách stránek Poradců a na všech ostatních stránkách generovat tzv. *self-canonical* (tzn. *kanonický odkaz uvedený na stránce je totožný s URL adresou stránky, tedy odkazuje sám na sebe*), který může pomoci předejít zaindexování duplicit vinou různých affiliate parametrů, UTM parametrů atp.

- 💡 Více k tématu kanonických adres: <https://support.google.com/webmasters/answer/139066?hl=cs>

- ⚠️ Pozor. Na různé jazykové verze stejného dokumentu/stránky je nesprávné použít *rel="canonical"*, ale jediné atribut *hreflang*.

Atribut *hreflang* pro vícejazyčné weby

V případě vícejazyčného webu je správné použít atribut *hreflang* a pomoci tak robotům vyhledávačů lépe porozumět jazyku webové stránky a regionálního cílení.

Podobně jako v případě kanonického obsahu je nutné do hlavičky HTML dokumentu přidat informaci o aktuálně zobrazené stránce a její jazykové mutaci a regionálním cílení (tedy odkazovat sama na sebe) a zároveň přidat odkazy na všechny ostatní jazykové a regionální varianty stejného obsahu.

```
<link rel="alternate" hreflang="es" href="https://www.example.cz/es/" />

<link rel="alternate" hreflang="en-gb" href="https://www.example.cz/uk/" />

<link rel="alternate" hreflang="fr" href="https://www.example.cz/fr/" />

<link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://www.example.cz/es/" />
```

Ověřit správnou implementaci napříč celým webem lze například pomocí aplikace Screaming Frogu SEO Spider a nebo mineru na kontrolu atributu hreflang v Marketing mineru ([náповěda](#)).



Pro kontrolu jednotlivých stránek lze s úspěchem využít rozšíření do Google Chrome [Hreflang Tag Checker](#), které informuje o tom, které alternativní jazykové URL jsou v hlavičce dané stránky obsaženy a zda ně těchto uvedených URL naopak existuje odkaz zpět na tuto výchozí stránku.

Lang	URL	Back ref
cs-CZ	https://www.alza.cz/	Yes
en-CZ	https://www.alza.cz/EN/	No
sk-SK	https://www.alza.sk/	Yes
en-SK	https://www.alza.sk/EN/	No
de-DE	https://www.alza.de/	Yes
de-AT	https://www.alza.at/	Yes
en-GB	https://www.alza.co.uk/	Yes
hu-HU	https://www.alza.hu/	Yes

Alternativou pro umístění informace o jazykové verzi a regionálním cílení do hlavičky dané HTML stránky je zobrazení této informace v mapě stránek (sitemap.xml).

Zápis atributu *hreflang* by pak měl vypadat následovně:

```
<url>
  <loc>http://www.example.com/category1 </loc>
  <html:link rel="alternate" hreflang="en-US"
href="http://www.example.com/category1" />
  <html:link rel="alternate" hreflang="en-GB"
href="http://www.example.co.uk/category1" />
</url>
```

Příklad souboru na adrese <https://www.example.com/sitemap.xml>

Příklad uvažuje různé jazykové verze (zde US vs. GB) na různých doménách prvního řádu (zde .com vs. co.uk). Na druhém webu (co.uk) tedy bude muset být soubor sitemap, který bude postavený opačně (první co.uk a .com bude alternativa).

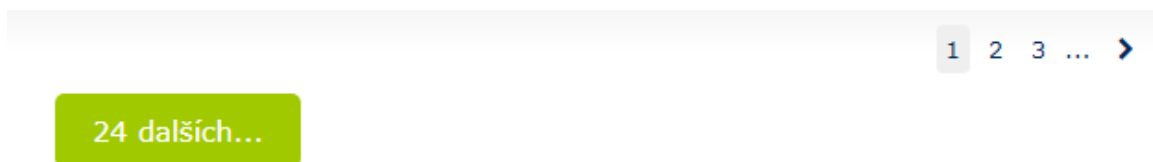
```
<url>
  <loc>http://www.example.co.uk/category1 </loc>
  <html:link rel="alternate" hreflang="en-GB"
href="http://www.example.co.uk/category1" />
  <html:link rel="alternate" hreflang="en-US"
href="http://www.example.com/category1" />
</url>
```

Příklad souboru na adrese <https://www.example.co.uk/sitemap.xml>

Více informací najdete v našem článku „[Sitemap.xml – kompletní návod, jak na mapu stránek](#)“ na webu Digicheck.cz.

Kontrola správného technického zpracování stránkování

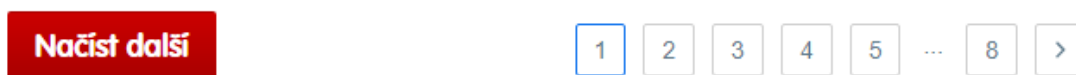
Stránkování se na webu používá například při výpisu článku blogu z nějaké konkrétní rubriky, nebo v případě vypsání produktů dané kategorie. Aby na jedné stránce byl zobrazený jen určitý konečný počet položek, doplňují vývojáři odkazy na druhou a následující stránky, které obsahují další vypisované odkazy na články nebo třeba produkty.



Příklad stránkování na alza.cz



Příklad stránkování na heureka.cz



Příklad stránkování na mall.cz

V závislosti na použitém publikačním systému nebo e-shopovém systému se setkáváme s řadou způsobů řešení toho, jak tyto velmi důležité interní odkazy používat a jak jednotlivé stránky s výpisem produktů limitovat co do indexace.

Každá nová stránka výpisu generuje zpravidla novou unikátní URL (například ve tvaru `&page=2`, nebo `/strana2` atp.) a zobrazuje jinou sadu odkazů než strana předchozí a následující.

Je potřeba si hlídat, že takto tvořené URL nejsou generované jen JavaScriptem, ale odkazy na ně skutečně v HTML kódu stránky existují a že výpis odkazů (produktů nebo článků) není generován pouze JavaScriptem, ale při zaslání požadavku z klienta na server dojde skutečně ke správnému vypsání odkazů v obsahu HTML souboru, které náleží například na druhou stránku výpisu.

Kontrolujeme blokaci procházení stránkování robotům v robots.txt (stránky musejí být přístupné) nebo zákaz indexace vinou direktivy noindex v hlavičce stránky. Zákaz procházení nebo indexace by mohl vést na vznik *orphan pages* (sirotčích stránek), které bude vyhledávač v čase různě indexovat a odindexovávat a stále dokola, protože nebude mít v indexu žádnou stránku, ze které by třeba na produkt vylistovaný na páté stránce vedl odkaz. Stránky tedy musejí mít povolené procházení i indexaci.

Chybné je také použití kanonizace všech URL stránkování na první URL v řadě (pokud tato neobsahuje úplně všechny produkty/odkazy, ale to pak je zbytečné stránkování samotné).

V případě použití JavaScriptu, který uživateli při dosažení konce stránky „dohraje“ AJAXem další produkty, je třeba jednak změnit URL (nezapomeňte si tuto pushnout také do Google Analytics) a na straně serveru zařídit, že když přijde požadavek na tuto URL (například /strana5), že server vrátí pouze výrobky/odkazy, které na tuto stránku patří. Na jednotlivé podstránky musejí vést interní odkazy v HTML kódu, nejen v JS kódu webu.

Detailní vhléd do problematiky stránkování z pohledu SEO přináší článek „[Jak na správné stránkování na e-shopu z pohledu SEO](#)“ na webu Marketing Mineru.

Strukturovaná data pro bohatší zobrazení webu ve výsledcích vyhledávání

Součástí informací, které web a jeho konkrétní stránka poskytuje, mohou být vedle uživatelsky viditelného obsahu (textu, obrázky, videa) také tzv. *strukturovaná data*. Ta nesou specificky formátovanou informaci například o ceně zobrazeného produktu, jeho dostupnosti nebo jeho hodnocení uživateli.

mobilni-telefony.heureka.cz > ... > Mobilní telefony ▼
Samsung Galaxy S20 G980F 8GB/128GB Dual SIM od 16 420 ...
 Všechny informace o produktu Mobilní telefon **Samsung Galaxy S20 G980F 8GB/128GB Dual SIM**, porovnání cen z internetových obchodů, hodnocení a ...
 ★★★★★ Hodnocení: 94 % · 81 hlasů · 18 363,00 Kč · Skladem

Na příkladu je vidět zobrazení některých dat takto: uživatelské hodnocení produktu reprezentované žlutými hvězdičkami a hodnotou v procentech a informací o počtu recenzí (81 hlasů), dále informace o ceně (18.363 Kč) a dostupnosti (skladem).

Web poskytuje tyto informace vyhledávači v HTML kódu stránky a podobných specifických dat můžeme vyhledávačům posílat desítky.

Výhodou je, že vyhledávače lépe porozumí struktuře našich informací a našemu obsahu a na stránce s výsledky vyhledávání bude náš výsledek oproti konkurenci, která strukturovaná data neposílá, graficky atraktivnější a pravděpodobně dosáhne vyšší míry prokliku.

Více informací o strukturovaných datech najdete v našem e-booku „[Ochutnejte technické SEO](#)“, který je volně ke stažení na webu Taste.cz.

Specifika indexace JavaScriptových webů

Řada moderních webů a webových aplikací je tvořena JavaScriptem, který v prohlížeči návštěvníka obsluhuje zobrazení stránky, její funkcionality a se serverem si posílá pouze fragmenty dat a informací, nikoliv kompletní HTML stránky s veškerým obsahem.

Benefitem je zpravidla rychlost a uživatelská přívětivost takto navrženého webu nebo aplikace, ale z pohledu robota vyhledávače, který neinterpretuje JavaScript je odpověď serveru JS kód vlastní aplikace a část dat, která ale robot nedokáže interpretovat, indexovat a tedy zobrazovat ve výsledcích svého vyhledávání.

Podobné problémy mohou nastat, i když se JavaScript používá k zobrazení nebo internímu odkazování v jinak statické HTML stránce.

Zejména český vyhledávač Seznam si s weby tvořenými kompletně v nějakém Javascriptovém frameworku jako jsou Angular, React, Vue.js, Node.js a podobné neporadí a nedokáže se dostat k obsahu.

Tyto frameworky, ale dokážou při správné konfiguraci s pomocí technologie prerenderu vracet robotům vyhledávačů již interpretovaný Javascript proměněný ve statickou HTML stránku a tím obsah robotům zprostředkovat. Robot vyhledávače tedy dostává v odpovědi serveru jiný obsah než prohlížeč uživatele, který JavaScript interpretuje.



Jak moc a v čem konkrétně se liší zdrojový kód odeslaný serverem do vašeho prohlížeče od toho zpracovaného prohlížečem po interpretaci JavaScriptu se můžete přesvědčit pomocí rozšíření [View Rendered Source](#) do Google Chrome.

<view rendered source> URL: https://www.moneta.cz/hypoteky/hypoteka Tip: You can hide unwanted panels under "Show/Hide"

Show/Hide: Raw Rendered Difference Bugs, comments? DMs open: @Etl3l0gg

Raw	Rendered	Difference (0 of 437)
Fetched as: Chrome, Desktop Fetch <pre> <!DOCTYPE html> <html> <head> <title>Hypoteka s výhodným úrokem od 1,89 % MONETA Honey Bank</title> <meta content="initial-scale=1.0, width=device-width" name="viewport"> <link rel="preload" href="https://www.moneta.cz/o/nmp-theme/css/fonts/monicons.ttf?leuda0" as="font" type="font/ttf" crossorigin=""> <link data-senna-track="temporary" href="https://www.moneta.cz/hypoteky/hypoteka" rel="canonical"> <meta content="text/html; charset=UTF-8" http-equiv="content-type"> <meta content="Flexibilní hypoteka se zvýhodněným úrokem od 1,89 % ročně. Společky můžete snížit, nebo přerušit na 3 měsíce. Získejte ji bez poplatků za sjednání i vedení." lang="cs-CZ" name="description"> <link data-senna-track="temporary" href="https://www.moneta.cz/o/nmp-theme/images/favicon.ico" rel="shortcut icon"> <link data-senna-track="temporary" href="/o/frontend-css/web/main.css?browserId=the&mp_themeId=nmp-theme_jid_&mp_theme&mp_initializerType=cs&mp_languageId=cs_CZ&mp_js=3&mp_lang=cs-CZ" rel="stylesheet" type="text/css"> </pre>	Rendered as: Chrome, Desktop Copy <pre> <!DOCTYPE html> <html> <head></head> <body class="nmp-theme controls-visible yui3-skin-san guest-site signed-out public-page site"> <div id="yui3-css-stamp" style="position: absolute !important; visibility: hidden !important; class=""></div> <title>Hypoteka s výhodným úrokem od 1,89 % MONETA Honey Bank</title> <meta content="initial-scale=1.0, width=device-width" name="viewport"> <link rel="preload" href="https://www.moneta.cz/o/nmp-theme/css/fonts/monicons.ttf?leuda0" as="font" type="font/ttf" crossorigin=""> <link data-senna-track="temporary" href="https://www.moneta.cz/hypoteky/hypoteka" rel="canonical"> <meta content="text/html; charset=UTF-8" http-equiv="content-type"> <meta content="Flexibilní hypoteka se zvýhodněným úrokem od 1,89 % ročně. Společky můžete snížit, nebo přerušit na 3 měsíce. Získejte ji bez poplatků za sjednání i vedení." lang="cs-CZ" name="description"> </pre>	Red = line removed Green = line added <pre> <!--> <div id="yui3-css-stamp" style="position: absolute !important; visibility: hidden !important; class=""></div> <div id="yui3-css-stamp" style="position: absolute !important; visibility: hidden !important; class=""></div> <link data-senna-track="temporary" href="https://www.moneta.cz/hypoteky/hypoteka" rel="canonical"> <meta content="Flexibilní hypoteka se zvýhodněným úrokem od 1,89 % ročně. Společky můžete snížit, nebo přerušit na 3 měsíce. Získejte ji bez poplatků za sjednání i vedení." </pre>

Bezpečnost webové prezentace example.cz

Revize bezpečnosti technického řešení webu example.cz přesahuje rámec auditu technického SEO, ale některé kapitoly nabízíme vaší pozornosti.

Content Security Policy



Doporučujeme konzultovat závěry auditu webu example.cz online nástrojem Mozilla Observatory s vašimi vývojáři. Web důvěryhodné finanční instituce by měl jednak kvůli svým návštěvníkům a jednak kvůli vyhledávačům dosahovat nejlepšího skóre a obsahovat aktuální formy zabezpečení webu:

<https://observatory.mozilla.org>

Na webu observatory.mozilla.org najdete jsou konkrétní doporučení na úpravu technického řešení webu s cílem zvýšení bezpečnosti návštěvníků.

Observatory
moz://a

[Home](#) [FAQ](#) [Statistics](#) [About](#) ▾

HTTP Observatory

TLS Observatory

SSH Observatory

Third-party Tests

Scan Summary



Host:	www.example.cz
Scan ID #:	15834871
Start Time:	September 1, 2020 9:49 PM
Duration:	4 seconds
Score:	0/100
Tests Passed:	4/11

Recommendation

Initiate Rescan

Fantastic work using HTTPS! Did you know that you can ensure users never visit your site over HTTP accidentally?

HTTP Strict Transport Security tells web browsers to only access your site over HTTPS in the future, even if the user attempts to visit over HTTP or clicks an [http://](#) link.

- [Mozilla Web Security Guidelines \(HSTS\)](#)
- [MDN on HTTP Strict Transport Security](#)

Once you've successfully completed your change, click Initiate Rescan for the next piece of advice.

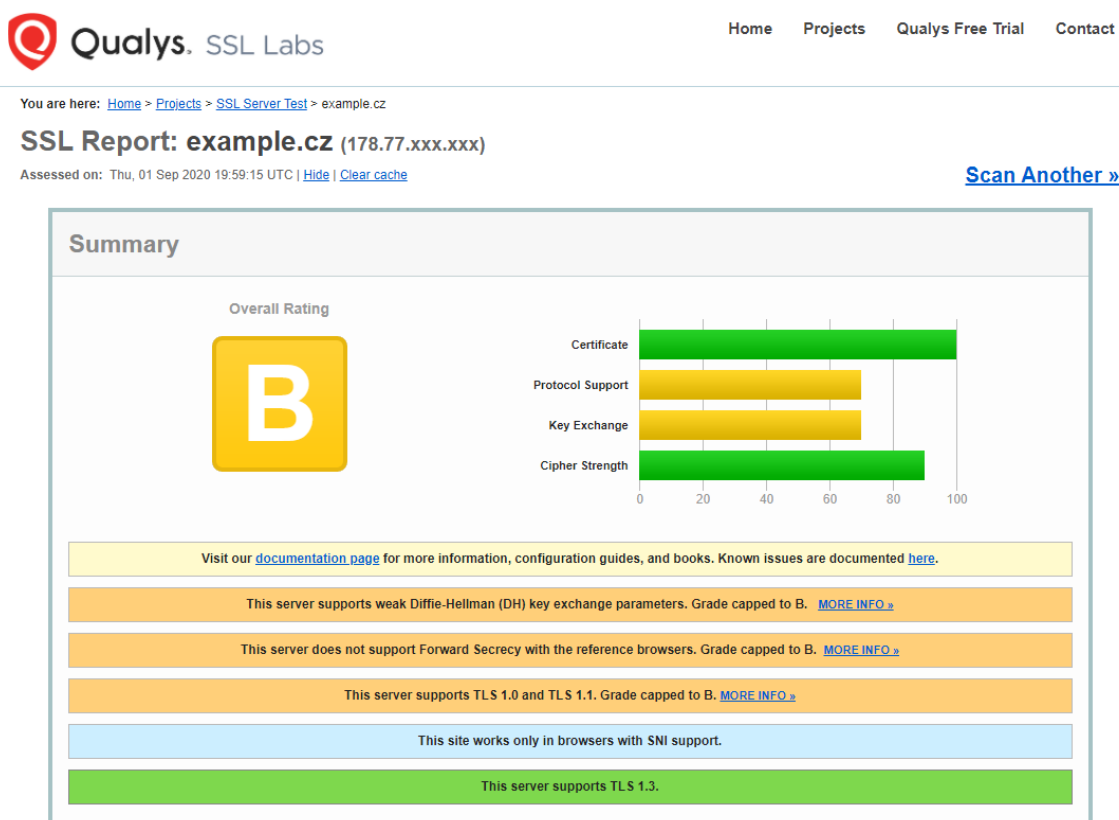
SSL Test

- ⚠️ Doporučujeme konzultovat závěry auditu webu example.cz online nástrojem SSL Test s vašimi správci serverové infrastruktury.

Server aktuálně dovoluje prohlížečům návštěvníků navázat šifrované spojení prostřednictvím protokolů TLS 1.0 a TLS 1.1 jejichž podpora byla v nejmodernějších prohlížečích ukončena. Doporučujeme zvážit vypnutí méně bezpečných protokolů s přihlédnutím na množství a komfort návštěvníků, kteří přistupují k webu s nejstaršími zařízeními a prohlížeči, které by takový krok mohl omezit.



Online výsledky auditu: <https://www.ssllabs.com/ssltest/>

- ⚠️ Doporučujeme realizovat úpravy konfigurace serveru tak, aby web dosahoval v tomto testu výsledku A+ jako většina konkurentů.



Odkazování na nezabezpečený protokol http

Některé browsery mohou uživatelům indikovat jako jistou míru nebezpečí, když webová stránka, která je sama na zabezpečeném protokolu https, odkazuje na http stránky nebo zdroje.

-  Doporučujeme se tomuto jevu vyhnout a odkazovat výhradně na URL adresy na zabezpečeném protokolu https.
-  Seznam URL adres, které objevil crawl webu a které obsahují odkazy na http verze webu najdete v příloženém Excelu na listu „12-https to http links“.

Nahrávání zdrojů – relativní adresy protokolu (Protocol Relative URLs)

Doporučujeme se vyhnout použití relativních cest k externě načítaným zdrojům. Za určitých okolností by to mohlo částečně vést k ohrožení bezpečnosti návštěvníků Vašeho webu.

Může se jednat například o takový fragment kódu, který obsahuje relativní cestu bez specifikace zabezpečeného protokolu:

```
<script type="text/javascript"  
src="//c.imedia.cz/js/retargeting.js"></script>
```

Doporučujeme v kódu stránky používat variantu s explicitně deklarovaným zabezpečeným protokolem:

```
<script type="text/javascript"  
src="https://c.imedia.cz/js/retargeting.js"></script>
```

Více informací k této problematice:

- [The protocol-relative URL](#)
- [Loads page resources using protocol relative URIs](#)



Seznam dotčených URL adres najdete v přiloženém Excelu na listu „13-URL protocol relative“.

Penalizace a manuální zásahy do webu (info z GSC)



Dle údajů z Google Search Console nebyl web penalizován.

Ručně provedené zásahy





Nebyly zjištěny žádné problémy


Duplicitní a potenciálně duplicitní obsah


Duplicita vinou protokolů a subdomén se stejným obsahem


Kontrolou chování webového serveru a kontrolou množství zaindexovaných stránek v Google a Seznamu ověříme, jak web přistupuje k požadavkům, které vedou na verzi s www, nebo bez www na začátku UL adresy. Stejně tak otestujeme odpovědi serveru při požadavku na nezabezpečeném protokolu http.


- 1) <https://www.example.cz>
 Preferovaná varianta, HTTP kód 200.

- 2) <http://www.example.cz> → přesměrováno → <https://www.example.cz>
 Požadavek na nezabezpečený protokol http server správně přesměroval (301 Moved Permanently) na zabezpečenou preferovanou variantu.

- 3) <https://example.cz>
 Varianta bez „www“ není přesměrovaná na variantu s „www“, celý web je dostupný duplicitně.

 Vzhledem k informacím z Google Search Console, že drtivá většina organické návštěvnosti z výsledků vyhledávání přichází na „www“ verzi webu, doporučujeme všechny požadavky na URL adresy bez „www“ přesměrovat (301 Moved Permanently) na verzi s „www“.

- 4) <http://example.cz> → přesměrováno → <https://example.cz>
 Varianta na nezabezpečeném protokolu http a bez „www“ je sice přesměrována na zabezpečený protokol https, ale už ne na verzi s „www“.

 Doporučujeme přesměrovat v jednom kroku (v jedné odpovědi serveru) rovnou na https a zároveň na „www“ verzi webu.

Duplicita vinou existence URL s lomítkem na konci adresy

Častým případem nevědomého generování podobných URL adres s dokonale duplicitním obsahem je nevyřešené zobrazování obsahu na URL s lomítkem na konci a bez lomítka na konci.

- ✓ <https://www.example.cz/blog>
- ✓ <https://www.example.cz/blog/> → přesměrováno → <https://www.example.cz/blog>

The screenshot displays the 'Link Redirect Trace' browser extension interface. At the top, it says 'Link Redirect Trace' and 'Enjoying this extension?'. The main area shows two entries for the URL <https://www.example.cz/blog/>. The first entry shows a 301 redirect to <https://www.example.cz/blog> with a response time of 76 ms (16%). The second entry shows a 200 response with a response time of 397 ms (83%) and a flag icon. Both entries show 770 backlinks, LRT Power 4, and LRT Trust 3. The interface includes buttons for 'Copy to Clipboard', 'Export', 'Save screenshot', and 'Try LinkResearchTools'.

Informace o tom, že server na požadavek na URL s lomítkem na konci odpoví HTTP kódem 301 (Moved Permanently) spolu s adresou bez lomítka na konci, která ze serveru správně vrací obsah stránky se status kódem 200 (OK). zdroj: [Link Redirect Trace Browser Extension](#)



Tip: K jednoduché uživatelské kontrole nastavených přesměrování přímo z vašeho prohlížeče můžete využít bezplatné rozšíření do Google Chrome nebo Firefox s názvem [Link Redirect Trace Browser Extension](#)

Duplicity vinou obsahu generovaného výhradně JavaScriptem

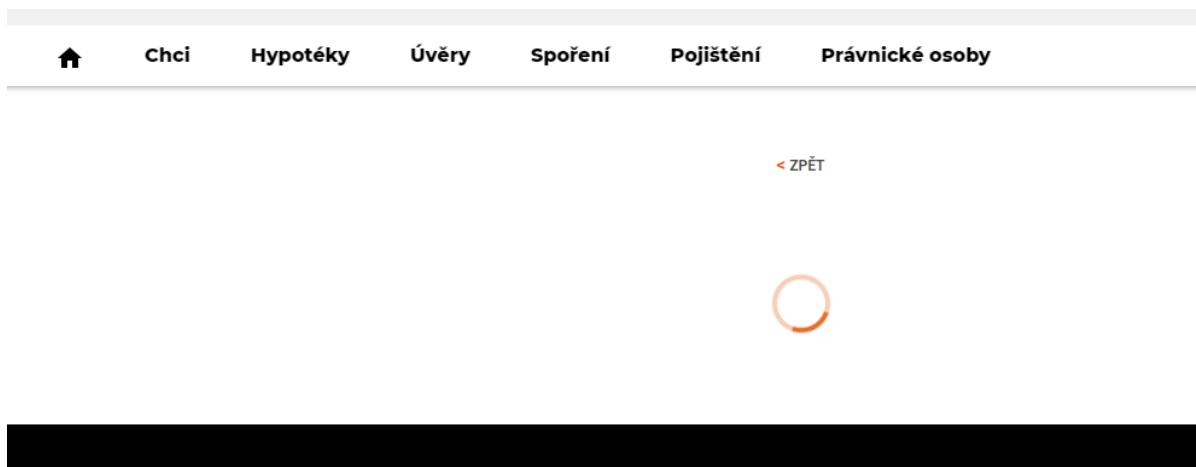
V případě že je celý web, celá stránka nebo její důležitá obsahová část generována výhradně Javascriptem, může se robotům vyhledávačů, které interpretují Javascript omezeně, jevit duplicitně.

Zde například jednotlivé stránky s kontaktními údaji na odhadce,

<https://www.example.cz/odhadci?odhadce-detail=7>

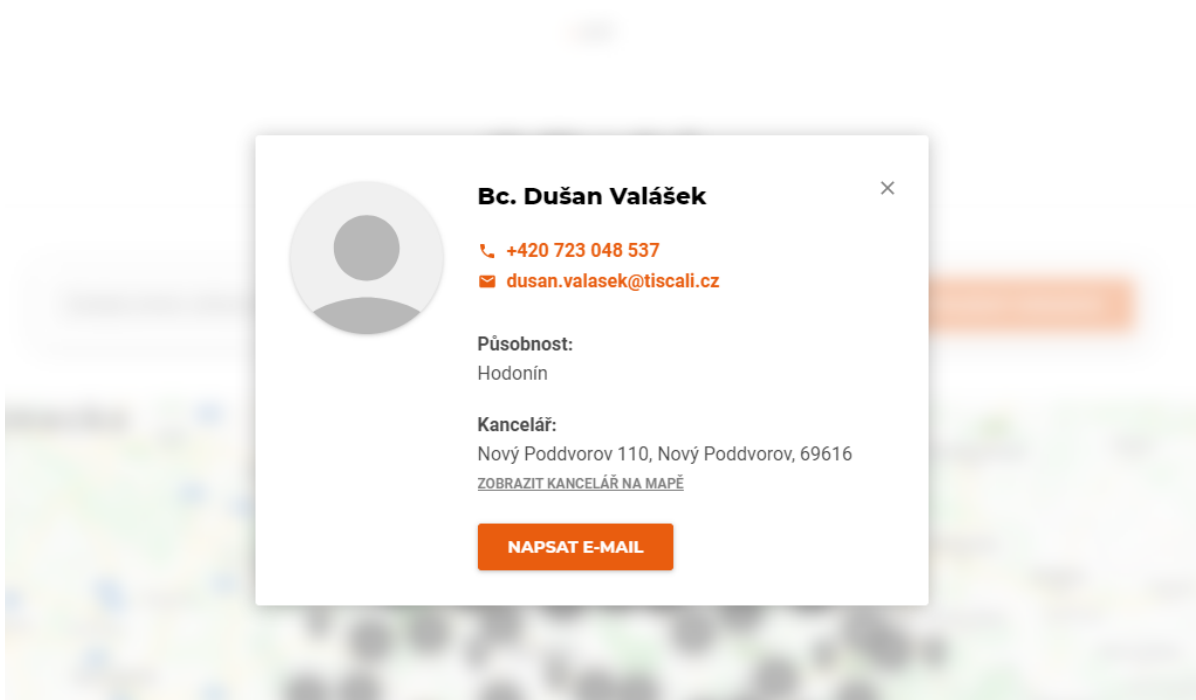
jsou z pohledu vyhledávačů, které neinterpretují JavaScript (nebo jej neinterpretují automaticky na všech navštívených stránkách) potenciálně duplicitní.

S vypnutým JavaScriptem totiž vypadá všech 250 stránek typu `/odhadci?odhadce-detail=` úplně stejně, takhle:



Vyhledávač pravděpodobně vyhodnotí stránku jako duplicitní ke všem ostatním stránkám odhadců a nebude ji ve výsledcích vyhledávání servírovat.

Se zapnutým (rendrovaným) JavaScriptem sice stránka vypadá takto:



Stránka ale nemá unikátní titulek ani popis (meta title, description), takže opět podporuje dojem duplicity.

- ⚠ Doporučujeme titulky a popisky stránek odhadců doplnit o unikátní obsah, dnes obsahují pouze výchozí duplicitní hodnoty, které se vyskytují na stovkách ostatních stránek:

```
<title>stavební spořitelna hypoteční banka</title>
<meta name="description" content="Oficiální stránky finanční skupiny
Example v ČR. Stavební spoření, úvěry na bydlení, hypotéky, spořicí a
vkladové produkty. example.cz" />
```

Další typy stránek s potenciálně duplicitním obsahem jsou stránky šablony „Kanceláře“, například <https://www.example.cz/kancelare/strakonice-palackeho-nam-113>

- ⚠ Doporučujeme doplnit unikátní titulek a popis stránky, například *“navštivte kancelář Example Strakonice | Example”* a popis *“Pobočku Example Strakonice najdete na adrese Palackého nám 113. Navštivte nás nebo nám zavolejte na číslo 774 633 992. Rádi vám pomůžeme.”*

Stránky poradců

Při prohlížení widgetu mapy poradců je uživatel po kliknutí na špendlík v mapě navigován a URL adresu tohoto typu:

<https://www.example.cz/kontakty/poradci?nwLat=50.41917392926507&nwLng=14.903563082317362&seLat=14.909919917682657&seLng=14.909919917682657¢erLat=50.41852450000002¢erLng=14.90674150000001&zoomLvl=18&poradce-detail=360814>

(Uvedená URL správně obsahuje kanonický odkaz na verzi bez dodatečných parametrů <https://www.example.cz/kontakty/poradci?poradce-detail=360814>, ale jelikož je canonical pouze doporučení, nikoliv direktiva, doporučujeme se použití dodatečných parametrů vyhnout). Případně indexaci URL tohoto typu zakázat direktivou *noindex*.



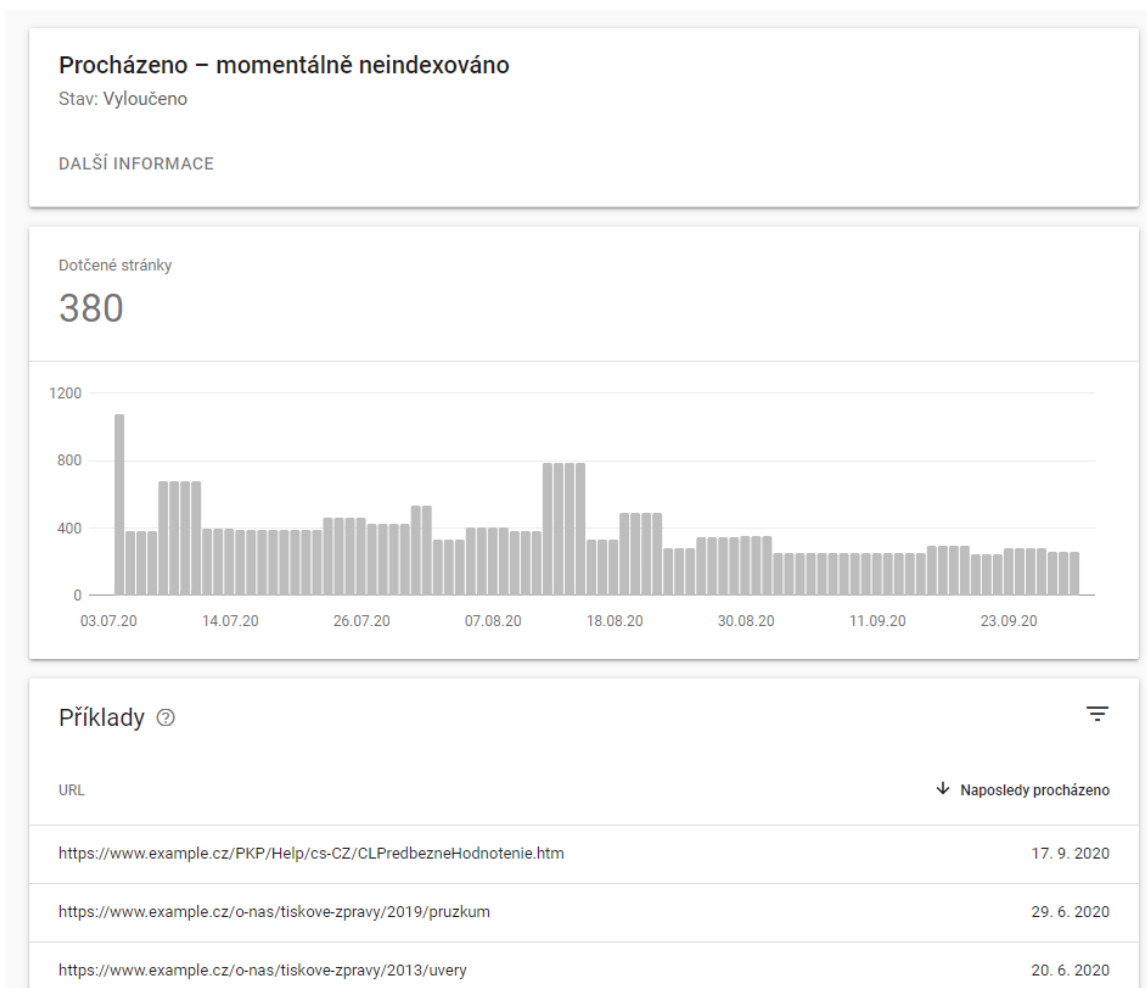
Doporučujeme upravit URL adresy stránek detailů poradců alespoň tak, jak jsou řešení Odhadce a Kanceláře a doplnit o unikátní titulek a popis stránky.

Resp. tento formát URL adres je obsažen v sitemapě webu, například

<https://www.example.cz/kontakty/poradci?poradce-detail=360623>, ale kontrolní crawl nástroji Screaming Frog a Sitebulb je neobjevil, pravděpodobně se tedy na tento typ URL interně nelinkuje.

Doporučujeme po kliknutí na špendlík v mapě Poradců odkazovat na stejnou URL adresu, která je uvedena v sitemapě, nikoliv na jinou se stejným obsahem.

Google Search Console nás informuje, že stránky Poradců a Odhadců Google sice zná (jsou odeslány v sitemapě), ale nehodlá je indexovat, považuje je za duplicitní. Jedná se téměř o čtyři stovky URL adres.



Další signály duplicitního obsahu

Řada stránek webu má duplicitní titulek, například stránky umístěné ve složce */dokumenty/* mají titulek „*Dokumenty, žádosti a další potřebné formuláře | Example*“. Takových dokumentů jsou tři desítky.



Doporučujeme k uvedeným URL adresám doplnit unikátní titulek i popisek (description) stránky.



Výčet dotčených URL je uveden v příloženém Excelu na listu „14-Duplicate title documents“.

Duplicity v titulku ale mohou postihnout třeba jen dvojici různých URL, například **tyto URL mají duplicitní titulek, ale i vlastní obsah stránky.**

- <https://www.example.cz/o-nas/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2020/cesi-jsou-se-soucasnym-bydlenim-spokojeni-presto-se-chce-40-procent-stehovat>
- <https://www.example.cz/o-nas/novinky/novinky-2020/cesi-jsou-se-soucasnym-bydlenim-spokojeni-presto-se-chce-40-procent-stehovat>

Takových dokonale duplicitních dokumentů je mnoho, pravděpodobně většina ze struktury **Tiskové zprávy vs. Novinky.**

tiskové zprávy: <https://www.example.cz/o-nas/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2020>

je duplicitní k obsahu ze struktury Novinky:

<https://www.example.cz/o-nas/novinky/novinky-2020>

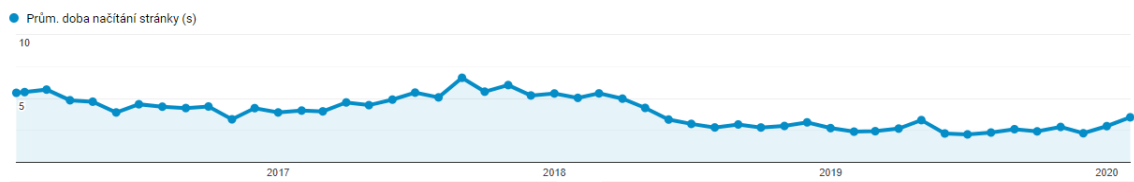


Doporučujeme odstranit zdvojený obsah Novinky vs. Tiskové zprávy. Konkrétní návrh řešení (kanonický odkaz, noindex, přesměrování) bude vycházet z dalších konzultací s klientem.

Rychlost webu example.cz

Data o rychlosti webu z Google Analytics

Pohledem do dat Google Analytics vidíme, že přibližně do poloviny roku 2018 se průměrná doba načtení stránky webu example.cz pohybovala kolem pěti sekund.



A od té doby se odezva a rychlost serveru zlepšily na méně jak tři sekundy.



Pozor: Vyhodnocovat Google metriku Page Speed v jejím základním tvaru není vhodné. Jedná se o „průměr průměrů“, pro jakékoliv smysluplné analýzy je třeba vždy zvolit nějaký segment (typová stránka, geografie, druh připojení, zařízení...).



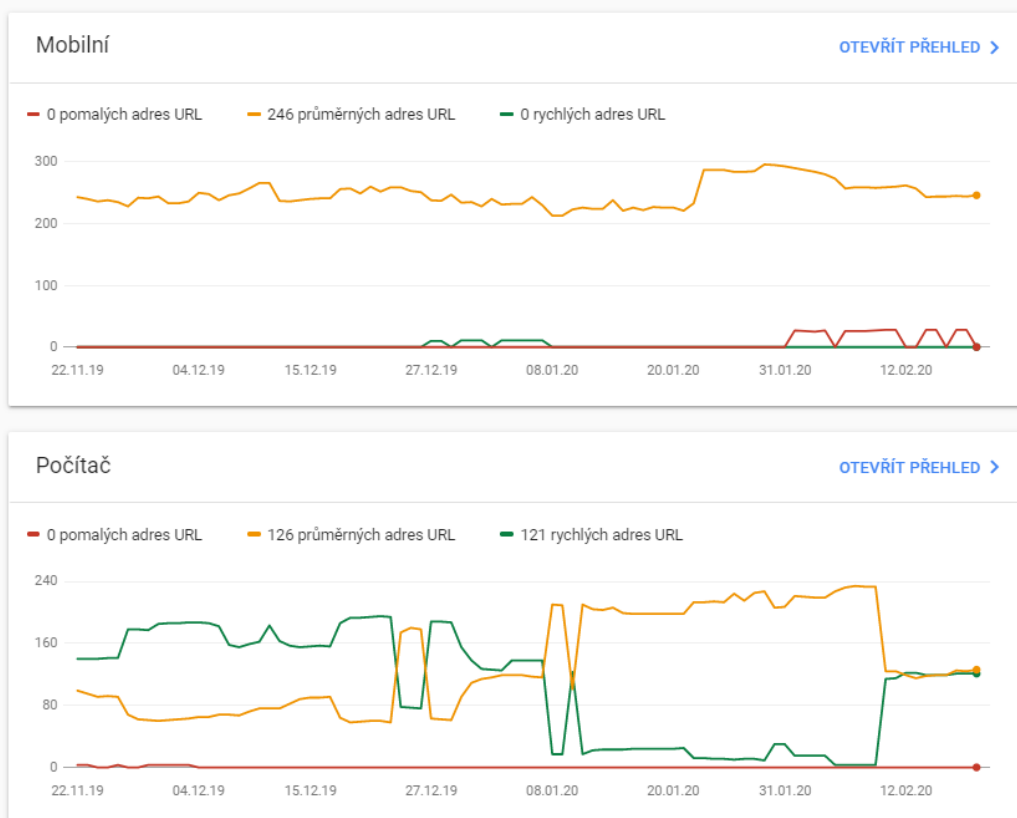
Pozor: Google Analytics ve své výchozí konfiguraci získávají informace o rychlosti stažení a zobrazení stránky prohlížečem při jedné ze sto návštěv, což může být u relativně málo navštěvovaných webů hrubě nedostatečné pro pokus o interpretaci dat. Úpravou jednoho parametru (například prostřednictvím Google tag manageru) je možné tuto hodnotu libovolně nastavit (mezi 1 a 100). Jedná se o parametr Page Speed Sample Rate, jehož zvýšením třeba na 10, 20 nebo 50 se nám tolikrát zvedne sběr dat o rychlosti oproti výchozímu nastavení. Během pár dní tak dostaneme data, na která bychom museli čekat třeba měsíc.

Data o rychlosti webu z Google Search Console

Služba Google Search Console poskytuje report rychlosti webu, rozdělený na uživatele mobilních zařízení a desktopu.

Rychlost (experimentální) ⓘ

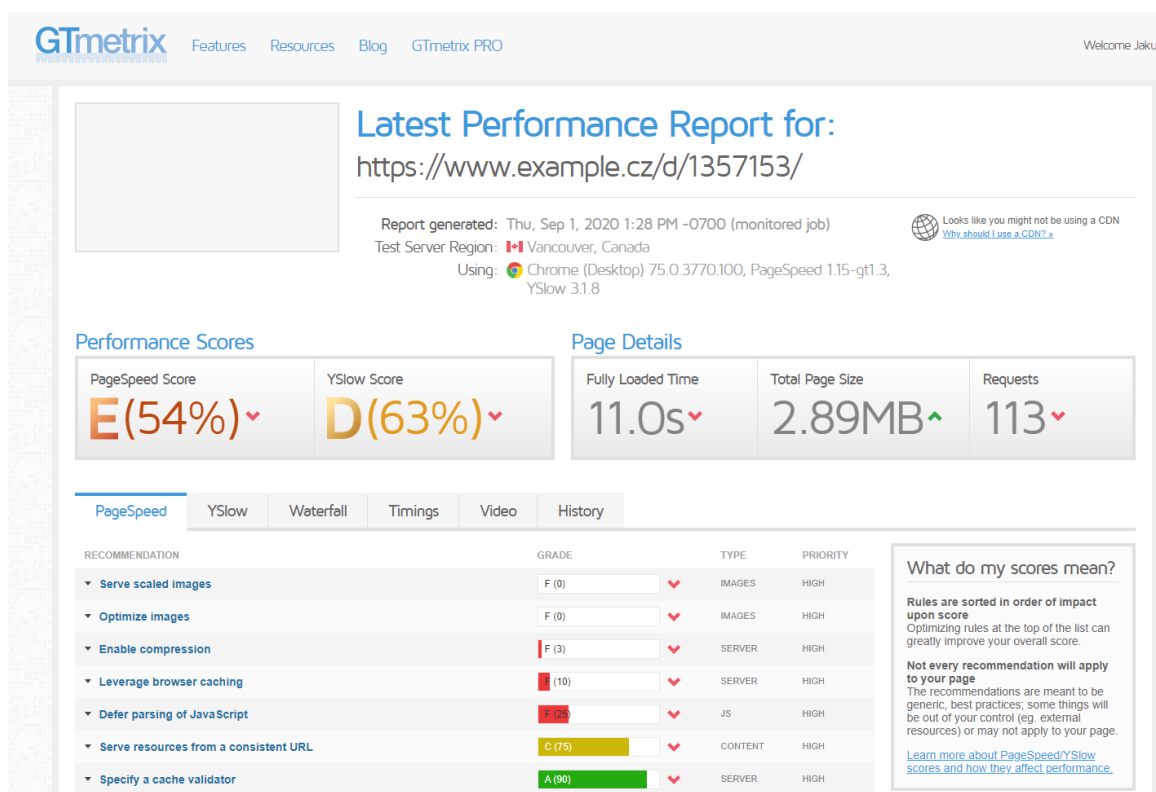
Zdroj: Přehled UX Chrome ⓘ Poslední aktualizace: 19.02.20



- ⚠ Doporučujeme kontinuálně sledovat výkon webu example.cz ve vztahu k rychlosti a trvale pracovat na zlepšení. Vnímáme rychlost odezvy jako jeden ze stále důležitějších faktorů, které mají vliv na pozici stránky ve vyhledávání.
- ⚠ Doporučujeme věnovat pozornost snaze o zmenšení celkového objemu nahrávaných CSS a JS souborů. V současné chvíli je celková velikost potřebných JavaScriptů větší než 500 kB. Snížení velikosti i jen o deset procent může pomoci doběhnout konkurenci.

- ⚠️ Doporučujeme upravit publikační systém, aby server servíroval obrázky ve velikosti, v jaké budou zobrazeny, nikoliv aby servíroval zbytečně velké obrázky, které se zmenší při zobrazení v browseru.
- ⚠️ Doporučujeme komprimovat textový obsah včetně HTML souborů (Brotli, GZip) a dosáhnout tak úsporu v přenosu dat mezi serverem a klientem.

Data o rychlosti webu z GTMetrix



The screenshot shows the GTMetrix performance report for the URL <https://www.example.cz/d/1357153/>. The report was generated on Thursday, September 1, 2020, at 1:28 PM -0700. The test server region is Vancouver, Canada, and the browser used is Chrome (Desktop) 75.0.3770.100. The report includes performance scores for PageSpeed (E, 54%) and YSlow (D, 63%), along with page details: Fully Loaded Time (11.0s), Total Page Size (2.89MB), and Requests (113). A list of recommendations is provided, including 'Serve scaled images', 'Optimize images', 'Enable compression', 'Leverage browser caching', 'Defer parsing of JavaScript', 'Serve resources from a consistent URL', and 'Specify a cache validator'. A sidebar on the right explains the meaning of the scores.

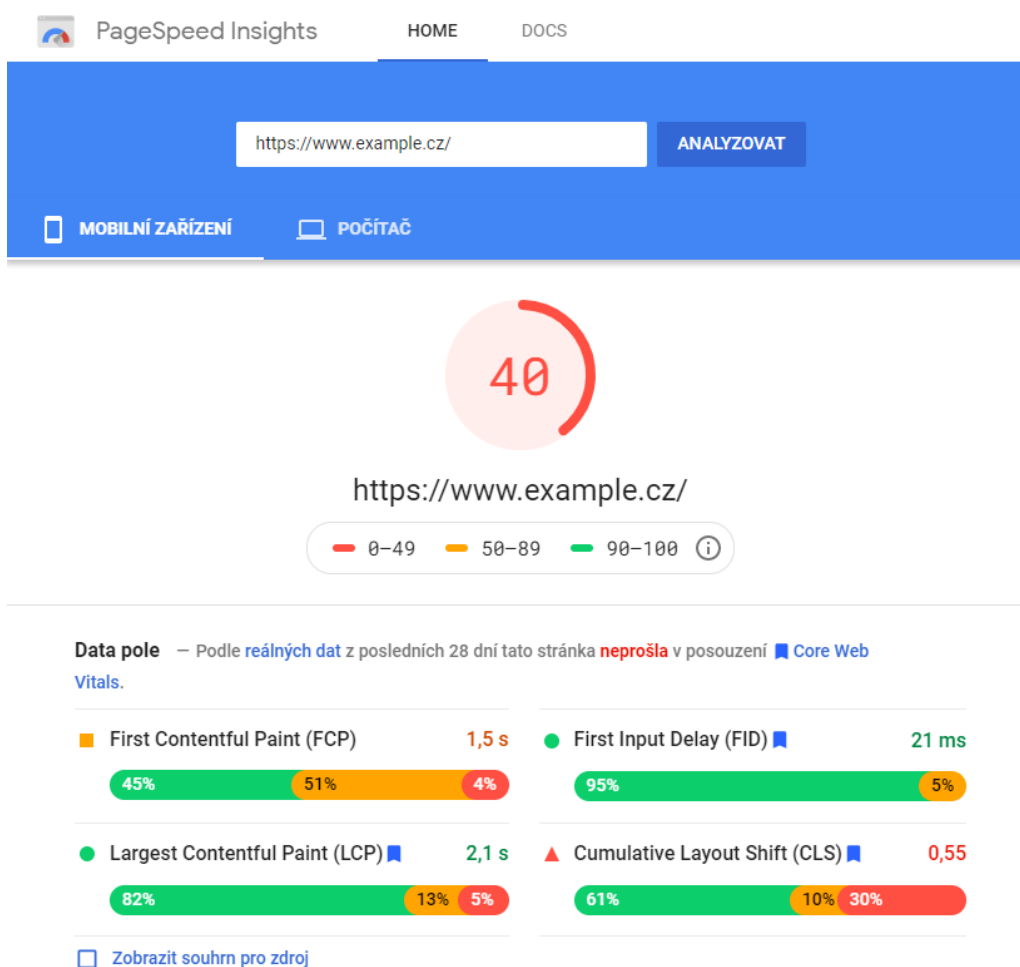
RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY
Serve scaled images	F (0)	IMAGES	HIGH
Optimize images	F (0)	IMAGES	HIGH
Enable compression	F (3)	SERVER	HIGH
Leverage browser caching	F (10)	SERVER	HIGH
Defer parsing of JavaScript	F (25)	JS	HIGH
Serve resources from a consistent URL	C (75)	CONTENT	HIGH
Specify a cache validator	A (90)	SERVER	HIGH

- 💡 Doporučujeme trvale sledovat prostřednictvím nějakého komerčního nástroje rychlost webu (např. [GTMetrix](#)) a zaměřit se na pravidelné vyhodnocování dat o rychlosti z Google Analytics. Interně si nastavit proces trvalého zlepšování odezvy, trvalé snahy o minifikaci obsahu, aby web [example.cz](#) byl v kontaktu s oborovou konkurencí, nebo ji co do rychlosti předešel.

Data o rychlosti webu z Google PageSpeed insight

Mezi nástroji na analýzu rychlosti webu nesmí chybět výsledky z [Google PageSpeed insight](#), který zobrazuje výkon webu jak z pohledu desktopového tak mobilního prohlížeče.

Nástroj zobrazuje také seznam příležitostí, které je možné využít ke zrychlení webu, doporučujeme je spolu s vývojáři pravidelně využívat a zlepšovat výkon webu.



Další nástroje pro kontrolu rychlosti webu

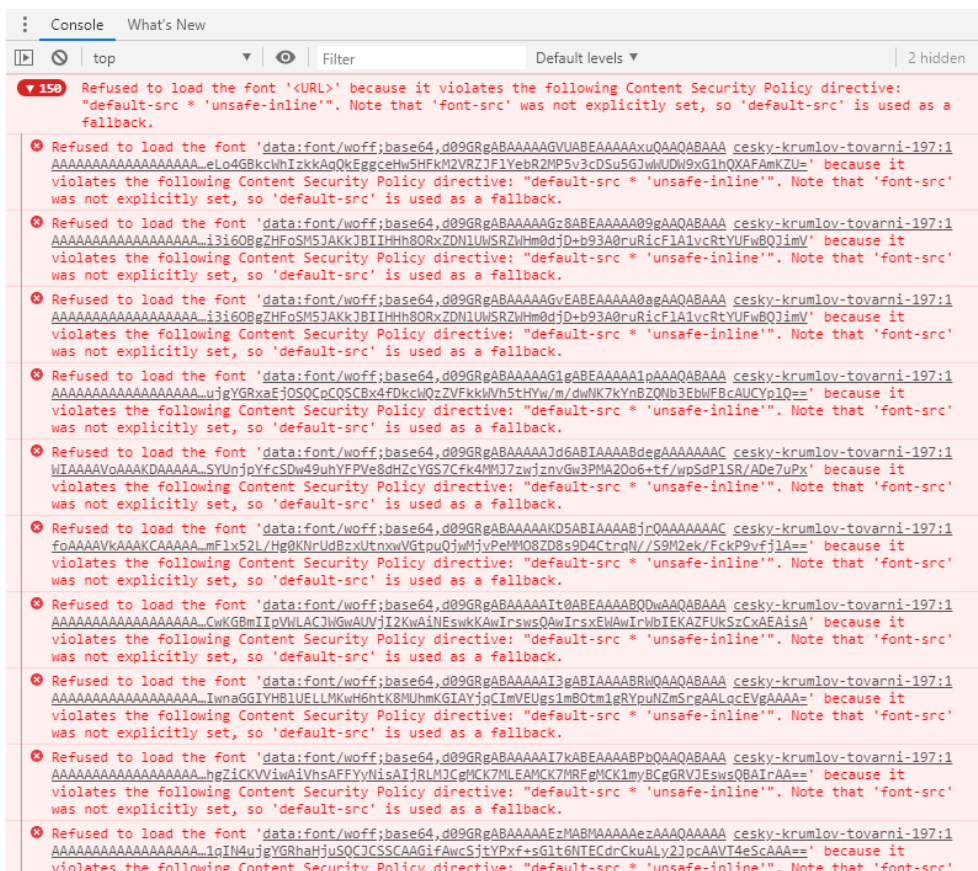


Tip: Vedle uvedených nástrojů doporučujeme vyzkoušet použití dalších, jako jsou pagespeed.cz, Lighthouse, webpagetest.org.

Chyby v JavaScriptu

Doporučujeme se věnovat analýze a odstranění JavaScriptových chyb, které se vyskytují na několika konkrétních URL stránkách. Jejich přehled snadno zobrazíte rovnou v prohlížeči. například v Google Chrome zobrazením sady nástrojů pro vývojáře (stisk klávesy F12) a karty *Console*.

Roboty vyhledávačů i browsery uživatelů mohou mít vinou JS chyb problémy se zobrazením obsahu.



Dotčené URL:

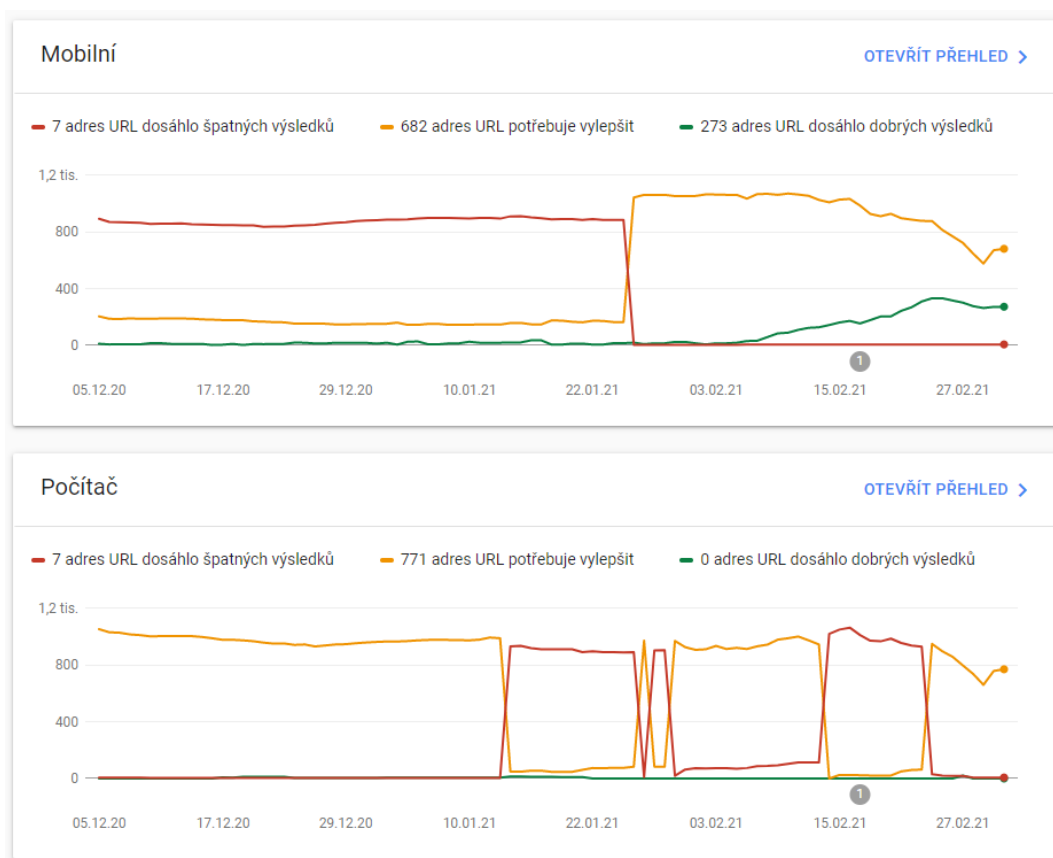
```
https://www.example.cz/kancelare/liberec-barvirska-118
https://www.example.cz/kancelare/liberec-palkova-1416
https://www.example.cz/kancelare/praha-1-m-narodni-trida-60
https://www.example.cz/online/bezny-ucet/zakladni-udaje/?form=7
```


Core web vitals

Core web vitals je sada metrik, pomocí kterých se Google snaží vyhodnotit, jak moc jsou vaše stránky uživatelsky přívětivé. Uživatelská přívětivost webu je pro Google důležitým faktorem při hodnocení stránek. Již dávno hodnotí věci jako jsou rušivé reklamy, bezpečnost webu, optimalizace pro mobilní zařízení a další.

Nyní se Google zaměřil i metriky, které hodnotí uživatelskou přívětivost z těchto tří úhlů pohledu:

- rychlost načítání stránky
- interaktivita stránky
- vizuální stabilita stránky



Zdroj: Google Search Console

Každou z těchto vlastností webové stránky měří pomocí dedikované metriky, kterou lze nalézt v nástroji [Google Search Console](#) pro daný web. GSC ovšem není jediný způsob kde lze hodnoty těchto metrik pro váš web nalézt. Využit lze také mnoho dalších

dostupných nástrojů, jako například [Page Speed Insights](#), [Marketingminer.cz](#) či [Chrome User Experience Report](#).

Velmi šikovný nástroj je také [Reddico - SERP Speed](#), který dokáže změřit Core Web Vitals jak pro vaši vlastní stránku, tak pro top 10 stránek, které se umísťují na vámi vybrané klíčové slovo. Získáte tak přehled nejen o aktuálním stavu vlastního webu, ale také vhodný benchmark pro srovnání výkonu s konkurencí.

Tyto metriky budou v budoucnu dokonce natolik důležité, že Google oficiálně oznámil, že k nim bude od [května 2021 přihlížet](#). Silně proto doporučujeme se na zlepšení těchto metrik zaměřit.

O jaké metriky jde:

Largest Contentful Paint (LCP) – rychlost načtení

Largest contentful paint (LCP) je údaj, který říká kdy dojde k načtení největšího kousku obsahu na obrazovku uživatele. Google je podle tohoto údaje schopen poznat, kdy došlo k vykreslení toho nejdůležitějšího obsahu stránky v prohlížeči uživatele.

Hodnocení této metriky probíhá ve třech základních úrovních:

- dobré (<2,5 s)
- potřebuje zlepšení (2,5 s – 4 s)
- špatné (> 4 s)



Zdroj: <https://web.dev/optimize-lcp/>

First Input Delay (FID) – interaktivita stránky

Pomocí metriky First Input Delay (FID) Google zjišťuje, jak velká je prodleva mezi interakcí uživatele s webem (například kliknutí na odkaz) a skutečnou schopností webu na tuto interakci odpovědět.

Zkrátka a dobře... pokud uživatel klikne na tlačítko (odkaz, obrázek či cokoliv jiného), je nevhodné, aby musel několik vteřin čekat, než se něco stane. V ideálním případě by k požadované akci mělo dojít okamžitě.

Stejně jako v případě LCP, i zde Google třídí výkon webu do 3 úrovní, závislých na rychlosti odpovědi:

- dobré (<100 ms)
- potřebuje zlepšení (100 ms - 300 ms)
- špatné (>300 ms)

FID

First Input Delay



Zdroj: <https://web.dev/fid/>

Cumulative Layout Shift (CLS) – vizuální stabilita stránky

Poslední metrikou ze sady Core Web Vitals je Cumulative Layout Shift (CLS). Tato metrika vypovídá o vizuální stabilitě stránky v průběhu celé doby, po kterou si ji uživatel prohlíží.

Pro uživatele je například velmi nepříjemné, když se celá stránka posune /změní zrovna v okamžiku, kdy se na něco snaží kliknout. V ideálním případě by měla být stránka stabilní a uživateli se neměnit „pod rukama“.

Čím víc pohyblivá tato stránka bude, tím hůře pro uživatele i pro vás.

Protože tuto nestabilitu nelze měřit jednou metrikou, využívá Google [specifický vzorec výpočtu](#). Výsledkem tohoto výpočtu je číslo, které říká, jak moc se vaše stránky hýbou.

Stejně jako u obou předchozích metrik je úroveň CLS rozdělena do 3 úrovní:

- dobré (<0,1)
- potřebuje zlepšení (0,1 - 0,25)
- špatné (>0,25)



Zdroj: <https://web.dev/cls/>

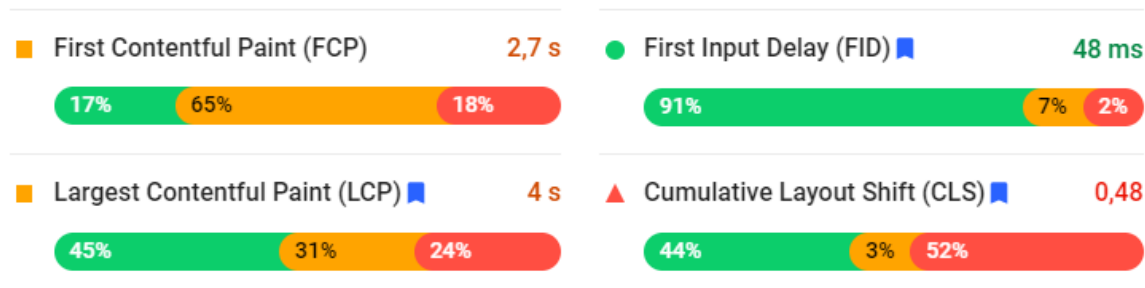
Vaše výsledky

U testované stránky example.cz jste bohužel dosáhli výsledků, které **nesplňují nutné požadavky** na Core web Vitals.

Díličí výsledky:

- First Input Delay (FID): 48 ms – dobré
- Largest Contentful Paint (LCP): 4 s – potřebuje zlepšit (těsně na hranici)
- Cumulative Layout Shift (CLS): 0,48 – špatné

Data pole – Podle [reálných dat](#) z posledních 28 dní tato stránka **neprošla** v posouzení **Core Web Vitals**.



Zdroj: PageSpeed Insights

Ostatní testované stránky dosáhly těchto výsledků:

<https://example.cz/category>:

- First Input Delay (FID): XXX
- Largest Contentful Paint (LCP): YYY
- Cumulative Layout Shift (CLS): ZZZ

Kompletní výsledky testu [zde](#).

<https://example.cz/article>:

- First Input Delay (FID): XXX
- Largest Contentful Paint (LCP): YYY
- Cumulative Layout Shift (CLS): ZZZ

Kompletní výsledky testu [zde](#).

<https://example.cz/product>

- First Input Delay (FID): XXX
- Largest Contentful Paint (LCP): YYY
- Cumulative Layout Shift (CLS): ZZZ

Kompletní výsledky testu [zde](#).

Doporučení ke zlepšení

(doplň specialista v rámci auditu)

Z výsledků jednotlivých stránek vidíme, že web example.cz má největší problém s metrikou (FID / LCP / CLS).

Jako nejčastější doporučení pro úpravy webu se u všech stránek objevují tato doporučení:

Příležitost		Odhadovaná úspora
▲ Eliminujte zdroje, které blokují vykreslení		8,84 s ▾
▲ Zapněte kompresi textu		6,75 s ▾
▲ Odstraňte nepoužívané styly CSS		4,65 s ▾
▲ Zobrazujte obrázky ve formátech nové generace		4,65 s ▾

Doporučujeme předat informace vývojářům a jednotlivá doporučení zapracovat.

Interní prolínování stávajícího obsahu webu

Doporučujeme se řízeně a trvale věnovat zintenzivnění interního prolínování webu, abychom vyhledávačům poskytli dostatek informací o propojení jednotlivých stránek a fragmentů obsahu mezi sebou.

Vedle sitemapy, která je pouze jednorozměrná, tak můžeme dostatečným prolínováním pomoci efektivně představit strukturu obsahu webu vyhledávačům.


Konkrétně je vhodné využít existující tiskové zprávy a zpětně do nich vstoupit a doplnit o odkazy na produktové stránky, stránky poboček, ostatní tiskové zprávy, titulní stránku webu atp.


Rádi připravíme nad rámec této analýzy konkrétní manuál jak interně prolínovat web example.cz a vytěžit tak stávající obsah na maximum.

Sirotčí stránky

Opakované kontrolní crawly webu nám odhalí případnou existenci tzv. *sirotčích stránek*, tedy URL, které jsou možná uvedeny v mapě stránek nebo je má ve své databáze nějaký nástroj (např. Ahrefs), ale jinak na ně z webu samotného žádný odkaz nevede. Roboty vyhledávačů takové stránky sice znají, jejich obsah projdou, ale šance, že by se takové stránky dostaly na stránce s výsledky vyhledávání Google nebo Seznam vysoko, je minimální. Chybějící interní prolínování bude pro vyhledávače signál, že pro autora webu nebyl tento obsah důležitý. Pokud takové stránky existují a jsou potenciálně obchodně důležité, je třeba je dostatečně interně prolínovat.


Situace může nastat například pokud je na webu nesprávně řešené stránkování, které na druhou a další stránku výpisu produktů nebo článků vkládá direktivu *nofollow*. Pak se může stát, že vyhledávač zná URL a obsah konkrétní stránky (díky uvedení v sitemap), ale ze samotného webu na ni nevede žádný odkaz.

 Doporučujeme věnovat pozornost nalezeným sirotčím stránkám a zařadit je do struktury webu tak, aby byli lépe nalezitelné a zároveň podpořené interními odkazy. Pokud usoudíte, že některé stránky nejsou důležité a nechcete je implementovat do interní navigace, doporučujeme zvážit, jestli by takové stránky neměly být pro vyhledávače neprůchozí a neindexovatelné resp. jestli by neměli být zrušeny a přesměrovány na náhradní a relevantní stránky. Závěrem u některých stránkách také může být úplné zrušení a nastavení stavového kódu 404 nebo 410.


 Seznam sirotčích stránek nalezených přes soubor Sitemap.xml a pomocí nástroje Ahrefs naleznete v příloženém excelu na listu „15-Sirotčí stránky“.

Zastaralý obsah bez hodnoty aneb Zombie pages

Za tzv. „Zombie pages“ lze považovat takové stránky, které mají zpravidla slabou nebo nulovou návštěvnost, jsou informačně zastaralé, neaktuální a vnořené ve struktuře. takto můžeme objevit někdy stovky až tisíce neužitečných stránek, které však vyhledávače procházejí a indexují. Tyto stránky mohou vysávat část autority distribuované napříč webem. Při existenci výrazného množství Zombie pages to může způsobovat potíže a oslabovat tak web jako celek.

 Doporučujeme věnovat pozornost tomuto bodu a se Zombie pages adekvátně naložit. Řešení může být následující:

1. Optimalizovat, aktualizovat, rozšířit obsah, lépe umístit ve struktuře webu a interně/externě prolinkovat
2. Zrušit stránku a přesměrovat na novou, obsahově relevantní pomocí stavového kódu 301 (nezapomeňte upravit interní a externí prolinkování)
3. Kanonizovat stránku na důležitější, obsahově relevantní stránku
4. Zrušit stránku a nastavit stavový kód 404 nebo 410 (pokud však nejsou součástí konverzní cesty)

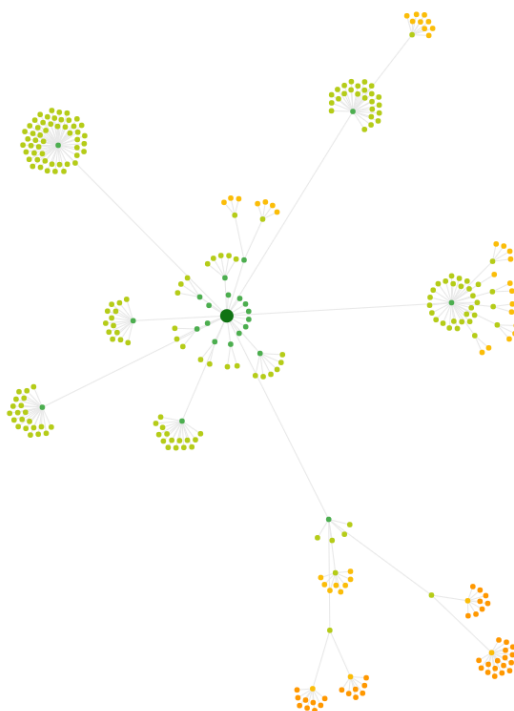
 Zombie pages jsme identifikovali crawlerem, přičemž jsme se zaměřili na ty stránky, které dlouhodobě nemají, nebo mají příliš nízkou, návštěvnost, jsou hluboce zanořené ve struktuře nebo slabě interně prolinkovány. Soubor se seznamem naleznete v příloženém excelu na listu „16-Zombie pages“.

Stránky hluboko ve struktuře webu

Podobně potlačené mohou být stránky, které se nachází hluboko ve struktuře webu (k jejich návštěvě je potřeba proklikat se opakovaně a hluboko do struktury webu, nejsou jednoduše k nalezení), takovým je také třeba věnovat pozornost, protože možná zbytečně zahazujeme jejich potenciál.

Kontrolní crawl webu nám ukáže u každé jednotlivé HTML stránky tzv. hodnotu *Crawl Depth*, zjednodušeně řečeno se jedná o hloubku zanoření stránky. Čím je tato hodnota vyšší, tím dále se stránka ve struktuře nachází. Obecně řečeno, pokud je stránka hluboce zanořená, snižuje se tím šance, že se k ní uživatelé dostanou a také vyhledávače to berou jako signál menší důležitosti.

- ⚠ Doporučujeme se na hluboce vnořené stránky podívat a určit, zda se mezi nimi nenachází stránky, které jsou pro nás z obchodního pohledu opravdu důležité. Pokud ano, měli bychom zvážit lepší umístění ve struktuře, aby tyto stránky nabrali na důležitosti a byli pro uživatele lépe dostupné.
- 📁 Seznam hluboce vnořených stránek naleznete v příloženém excelovém souboru na listu „17-vnořené stránky“.



Ilustrace stávajícího interního prolinkování webu example.cz

Závěr, doporučení a prioritizace

Nedílnou součástí této analýzy je osobní prezentace klientovi a vývojářům, která je nutná pro vzájemné pochopení stávajícího stavu webu (s ohledem na původní zadání při stavbě webu) a pro správné a reálné plánování prací na úpravách webu. Potřebujeme znát klientovi záměry a kapacity vývojářského týmu, to má vliv na naše doporučení.

Bezchybný technický stav webu je jednou ze tří podmínek nutných k trvale dobrému výkonu webu v organiku. Druhou podmínkou je bohatý obsah psaný jazykem zákazníků a třetí je pak všeobecně dobrá reputace a autorita webu. Tento audit pokrývá tedy jen část problematiky SEO a doporučujeme využít jej ke zlepšení technického stavu webu a následně se věnovat rozvoji dalších dvou pilířů SEO.

Prioritní otázky z jednotlivých kapitol SEO auditu, které doporučujeme vaší pozornosti a jejichž řešení by podle našich zkušeností mělo přinést největší užitek, nebo naopak, jejichž neřešení způsobuje největší ztráty organické návštěvnosti.

Průchodnost a indexace

- Opravit interní odkazy, které vedou na URL s přesměrováním nebo na neexistujících URL,
- opravit nesprávně použitý *kanonický odkaz* (kdy kanonizovaná URL vede na verzi bez www, ale ta je přesměrována na verzi s www),
- zpřístupnit vyhledávačům obsah „schovaný“ v parametru *?infotab=*,
- opravit odkaz na sitemapu z robots.txt,

Bezpečnost webové prezentace

- Aktualizovat nastavení serveru týkající se používaných TLS protokolů a zvýšit tak hodnocení šifrovaného spojení mezi klienty a serverem.

Duplicitní a potenciálně duplicitní obsah

- Doplnit stránky Poradců, Odhadců a poboček o meta informace title a description,
- nejdůležitější část obsahu z výše uvedených stránek dát přímo do HTML kódu stránky, nenačítat pouze javascriptem,
- odstranit duplicity Tiskové zprávy / Novinky.

Rychlost webu example.cz

- Doporučujeme trvale sledovat prostřednictvím nějakého komerčního nástroje rychlost webu (např. [GTMetrix](#)) a zaměřit se na pravidelné vyhodnocování dat o rychlosti z Google Analytics. Interně si nastavit proces trvalého zlepšování odezvy, trvalé snahy o minifikaci obsahu, aby web example.cz byl v kontaktu s oborovou konkurencí, nebo ji co do rychlosti předešel.

Interní prolinkování stávajícího obsahu webu

- Doporučujeme se řízeně a trvale věnovat zintenzivnění interního prolinkování webu, abychom vyhledávačům poskytli dostatek informací o propojení jednotlivých stránek a fragmentů obsahu mezi sebou.

Nepřetržitý SEO audit a průběžná kontrola obsahu webu

Doporučujeme zvážit nasazení dohledu například [nástrojem ContentKing](#), který nepřetržitě monitoruje obsahové i technické změny na webu a včasným varováním o nasazených změnách vývojářům nebo marketákům může minimalizovat riziko propadu v organiku. Také lze na nepřetržité kontroly využít jiné nástroje, např. [Ahref Site Audit](#).

Nedílnou součástí předání této analýzy je osobní prezentace autora klientovi a vývojářům webu, během které upřesní a doplní informace nutné k efektivnímu zapracování změn.

Prioritizace

Aktuální stav

- použité technické řešení je v pořádku
- úkoly vyžadující pozornost, nebo další analýzu, potenciálně ohrožující výkon webu ve vyhledávání nebo komplikující uživatelům přístup
- úkoly vyžadující co nejrychlejší opravu, brání vyhledávačům nebo uživatelům v efektivním použití webu a přístup k obsahu

Priorita jednotlivých úkolů je určena subjektivním názorem SEO specialisty na základě zkušeností, a to na škále 1–3, přičemž 1 je nejvíce prioritní a 3 je nejméně prioritní. Priorita je určena na základě důležitosti daného bodu s ohledem na odhadovaný čas implementace/opravy. Reálná prioritizace by však měla být upravena/určena na základě vnějších faktorů (především konzultace s klientem nebo vývojářem), které mohou výrazně ovlivňovat konečný výsledek, např. čas na odstranění problému, možnosti implementace technického řešení, kapacita vývojáře atp.

Aktuální stav	Priorita	Úkol, problém, přístup	Poznámka
---------------	----------	------------------------	----------

Průchodnost a indexace

●	1	Ověření přístupu do nástroje Google Search Console	
●	2	Velikost webu, počet stránek a URL adres	
●	2	Počet URL webu example.cz dle různých zdrojů dat	

Aktuální stav	Priorita	Úkol, problém, přístup	Poznámka
●	1	Indexace URL s parametry	
●	1	Příklad použití parametru v URL pro zobrazení části obsahu na stránce	
●	—	Soubor robots.txt	
●	3	Kanonizované stránky v sitemapě	
●	3	Přesměrované stránky v sitemapě	
●	3	Neexistující stránky v sitemapě	
●	2	Stránky a dokumenty nevhodně zařazené k indexaci	
●	—	PDF dokumenty z webu example.cz na Google	
●	—	PDF dokumenty z webu example.cz na Seznam	
●	—	Jak naložit s PDF dokumenty na doméně example.cz z pohledu vyhledávačů?	
●	—	Stránky vyloučené z indexu vyhledávačů direktivou robots="noindex"	
●	1	Neindexovatelné URL vinou přesměrování, interní odkazy vedoucí na přesměrování (301, 302)	
●	1	Neindexovatelné URL vinou neexistence stránky, interní odkazy vedoucí na neexistující stránky (404)	
●	—	Ideální podoba chybové stránky 404	





Aktuální stav	Priorita	Úkol, problém, přístup	Poznámka
●	2	Neexistující stránky, na které vedou externí odkazy (Broken Links)	
●	—	Využití rel="canonical" na webu example.cz	
●	—	Atribut hreflang pro vícejazyčné weby	
●	—	Kontrola správného technického zpracování stránkování	
●	—	Strukturovaná data pro bohatší vizuální zobrazení webu ve výsledcích vyhledávání	
●	—	Specifika indexace JavaScriptových webů	

Bezpečnost webové prezentace example.cz






●	—	Content Security Policy	
●	1	SSL Test	
●	1	Odkazování na nezabezpečený protokol http	
●	2	Nahrávání zdrojů prostřednictvím relativního adresy protokolu (Protocol Relative URLs)	
●	—	Penalizace a manuální zásahy do webu (info z GSC)	

Aktuální stav	Priorita	Úkol, problém, přístup	Poznámka
---------------	----------	------------------------	----------

Duplicitní a potenciálně duplicitní obsah

	1	Duplicita vinou protokolů a subdomén se stejným obsahem	
	—	Duplicita vinou existence URL s lomítkem na konci adresy	
	—	Duplicity vinou obsahu generovaného výhradně JavaScriptem	
	1	Další signály duplicitního obsahu	

Rychlost webu example.cz

	2	Data o rychlosti webu z Google Analytics	
	2	Data o rychlosti webu z Google Search Console	
	2	Data o rychlosti webu z GTMetrix	
	2	Data o rychlosti webu z Google PageSpeed insight	
	2	Další nástroje pro kontrolu rychlosti webu	

Aktuální stav	Priorita	Úkol, problém, přístup	Poznámka
---------------	----------	------------------------	----------

Core web vitals

●	2	Largest Contentful Paint	
●	2	First Input Delay	
●	2	Cumulative Layout Shift	

Interní prolinkování stávajícího obsahu webu

●	2	Sirotčí stránky	
●	1	Zombie pages	
●	3	Hluboce vnořené stránky	