

» Idź do

- Spis treści
- Przykładowy rozdział

» Katalog książek

- Katalog online
- Zamów drukowany katalog

» Twój koszyk

- Dodaj do koszyka

» Cennik i informacje

- Zamów informacje o nowościach
- Zamów cennik

» Czytelnia

- Fragmenty książek online

» Kontakt

Helion SA
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 032 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
© Helion 1991-2008

Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Jak się to robi. Wydanie II poprawione i uzupełnione

Autor: Bartosz Danowski, Michał Makaruk

ISBN: 978-83-246-1936-8

Format: 158x235, stron: 432



Przewodnik po nowoczesnych technikach promocji witryny internetowej

- Jak wyszukiwarki indeksują strony WWW?
- Co wpływa na wysoką pozycję strony w wynikach wyszukiwania?
- W jaki sposób reklamować stronę w sieci?
- Jak sprawdzać skuteczność pozycjonowania?

Współczesny internet to już nie tylko źródło informacji. To także ogromny pasaż handlowy, narzędzie marketingowe i nośnik reklamowy. Na milionach witryn WWW każdy może znaleźć dla siebie coś interesującego. Co sprawia, że wśród tak wielu stron internetowych niektóre odwiedzane są niezwykle często, a inne sporadycznie? Czynników jest wiele, ale jednym z najistotniejszych jest pozycja w wynikach wyszukiwania. Krążący po sieci żart: „Jeśli czegoś nie ma w Google, to nie ma tego wcale” doskonale oddaje istotę sprawy – wskazuje, jak ważne jest wysokie miejsce w wyszukiwarkach. Co zrobić, aby nasza strona WWW pojawiała się na odpowiedniej pozycji?

Czytając książkę „Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Jak się to robi. Wydanie II poprawione i uzupełnione”, dowiesz się, w jaki sposób wpływać na „sposób widzenia” Twojej strony WWW przez wyszukiwarki. Nauczysz się tworzyć i modyfikować kod HTML tak, aby mechanizmy indeksujące prawidłowo rozpoznawały słowa kluczowe, poznasz metody zwiększania ruchu na stronie oraz systemy wymiany łączy. Przeczytasz o tym, jak odbywa się pozycjonowanie w wyszukiwarkach, jak pozyskiwać i analizować statystyki ruchu na stronie oraz jak wykorzystać działające w internecie mechanizmy reklamowe.

- Metody zarabiania na stronie WWW
- Zasada działania wyszukiwarki internetowej
- Projektowanie mechanizmów nawigacyjnych
- Dobór fraz i słów kluczowych
- Wykorzystanie hiperłączy
- Wybór domeny
- Systemy wymiany łączy
- Mechanizmy indeksacji witryny w wyszukiwarkach
- Śledzenie ruchu na stronie
- Reklama w wyszukiwarkach

Zobacz swoją stronę na pierwszym miejscu w wyszukiwarce!

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. W jaki sposób działa wyszukiwarka stron WWW	9
Krótka prezentacja popularnych wyszukiwarek	9
Wyszukiwanie danych	11
Przeszukiwanie grup dyskusyjnych	26
Wyszukiwanie plików graficznych	26
Przeszukiwanie katalogów stron	30
Zapytania i operatory	31
W jaki sposób działa wyszukiwarka	37
W jaki sposób wyszukiwarka zarabia	38
Rozdział 2. Co daje wysoka pozycja w wynikach wyszukiwania	43
Budowa wizerunku	43
Potencjalny wzrost liczby odwiedzin	44
Potencjalny wzrost zysków z prowadzonej strony	45
Sprzedaż	46
Powierzchnia reklamowa	47
Reklama kontekstowa	47
Programy partnerskie	60
Rozdział 3. Walka o pozycję to nie wszystko	61
Wysoki poziom zawartości merytorycznej	61
Czytelność kodu strony	64
Przemyślany układ i system nawigacji	66
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów strony głównej	68
Menu nawigacyjne i rozplanowanie elementów podstrony	75
Nazewnictwo stosowane w menu	76
Szata graficzna	80
Rozdział 4. Frazy i słowa kluczowe	85
Dobór słów	85
Myśl jak potencjalny gość, a nie jak właściciel strony	85
Skorzystaj z rankingów najczęściej wyszukiwanych haseł	86
Ocena stopnia trudności oraz konkurencyjności i opłacalności danej frazy	
— analiza konkurencji	100
Odnosiniki prowadzące do strony	102
Wiek domeny	107

Optymalizacja stron konkurencyjnych	108
Konkurencja reklamodawców	109
Rozmieszczenie słów i fraz na stronie	109
Nasycenie strony słowami kluczowymi	111
Stosuj nagłówki	112
Słowa kluczowe w tekście i wyróżnienia	113
Opisy odsyłaczy	114
Umieść słowa i frazy w znacznikach meta	115
Zadbaj o tytuł każdej strony	115
Stosuj atrybuty alt i title	116
Rozdział 5. Hiperłącza	119
Linki przychodzące	121
Różne domeny	122
Różne IP	122
Opis odnośnika	124
Odsyłacze graficzne	127
Odsyłacze z przekierowaniem	127
Linki w JavaScriptcie	129
Przyrost linków wraz z upływem czasu	131
Linki z systemów wymiany linków	133
Linki wychodzące	134
Linki zewnętrzne	134
Linki wewnętrzne	137
PageRank	137
Rozdział 6. Własne zaplecze	141
Wybór domeny	142
Własna domena	143
Wybór rejestratora	144
Pozyskiwanie starych domen	145
Wybór hostingu	148
Zaplecze tematyczne	149
Katalogi stron	149
Presell Pages	151
Scuttle	157
Budowa zaplecza w oparciu o kanały RSS	158
Fora internetowe	159
Galerie zdjęć	160
Strony z filmami wideo	160
Budowa zaplecza pod systemy wymiany linków	161
Gotowce	163
Łańcuch Markowa	164
Pozycjonowanie zaplecza	164
Linkowanie	165
Rozdział 7. Systemy wymiany linków	167
e-WebLink.com	168
Rejestracja i konfiguracja	168
Użytkowanie	172
Dodatkowe możliwości	177
STATLINK.pl	179
Rejestracja i konfiguracja	179
Użytkowanie	183
Dodatkowe możliwości	187

SeoDopalacz.pl	187
Rejestracja i konfiguracja	188
Użytkowanie	193
Dodatkowe możliwości	196
Pozostałe systemy wymiany linków	197
Rozdział 8. Indeksacja witryny	199
Jak to wygląda w praktyce	199
Sprawdzanie stopnia indeksacji	207
Sposoby poprawy indeksacji witryny	212
Plik robots.txt	212
Dodatkowe znaczniki <meta>	216
Udrażnianie systemu nawigacyjnego	217
Mapa witryny	231
Zwiększanie liczby odsyłaczy zewnętrznych	240
Kontrola szybkości indeksacji witryny przez Google	245
Rozdział 9. Nieetyczne sposoby pozycjonowania	249
Najpopularniejsze metody	250
Ukryty tekst	250
CSS w służbie pozycjonera	253
Pozycjonowanie pod frazy niezgodne z tematyką witryny	258
Cloaking	259
Przekierowania i doorway pages	266
Fałszywy PageRank	268
Mirrory stron	271
Rozdział 10. Prezentacja potencjalnych zagrożeń i błędów	273
Najczęściej popełniane błędy	273
Błędnie dobrane słowa kluczowe	273
Błędne rozmieszczenie słów kluczowych na stronie	274
Przesycenie strony słowami kluczowymi	274
Źle dobrane domeny	275
Duża liczba subdomen ze słowami kluczowymi	275
Słowa kluczowe w adresach podstron	275
Zła konstrukcja strony	276
Błędne linkowanie wewnętrzne	276
Zduplikowana treść	277
Zbyt szybki przyrost linków	278
Złe sąsiedztwo	278
Brak dostępności strony dla robotów wyszukiwarek	279
Konsekwencje błędów lub stosowania nieetycznych metod pozycjonowania	279
Ban	280
Filtry	284
Sposoby walki z konsekwencjami nieodpowiedzialnego pozycjonowania strony	285
Pozbycie się bana	285
Pozbycie się filtra	287
Rozdział 11. Śledzenie ruchu na stronie	289
Statystyki oglądalności	289
Stat24	289
AWStats	301
Google Analytics	307
Monitoring rankingów wyszukiwarek	318
Pozycja w wynikach wyszukiwania	318

Kontrola stopnia indeksacji	324
Kontrola liczby odsyłaczy zewnętrznych	325
Kreator stanu witryny	325
Rozdział 12. Reklama w wyszukiwarkach jako sposób na szybkie wyniki	329
Zasady działania kampanii reklamowych w wyszukiwarkach	330
Koszt	330
Słowa kluczowe	330
Treść boksów sponsorowanego	332
Landing Page	334
OnetBoksy	334
Rejestracja	336
Tworzenie kampanii	336
Zarządzanie kampaniami i boksami	339
Linki sponsorowane Adkontekst	341
Rejestracja i tworzenie kampanii	342
Zarządzanie kampaniami i reklamami	345
AdWords	349
Rejestracja i tworzenie kampanii	349
Zarządzanie kampaniami	352
Tworzenie kampanii	356
Podsumowanie	359
Rozdział 13. Dodatek	363
Prezentacja przydatnych narzędzi	363
Web Developer	363
CustomizeGoogle	364
Search Status	364
SEO for Firefox	366
Pozostałe dodatki	368
Colour Contrast Analyser	368
Web-Tools	368
Google Webmaster Tools	385
Inne sposoby zwiększania popularności witryny	404
Sygnatury	404
Biuletyny informacyjne	404
Kanały RSS, ping i tracback	409
Dane identyfikacyjne robotów wyszukiwarek	412
Słownik pojęć	412
Podsumowanie	421
Skorowidz	423

Rozdział 11.

Śledzenie ruchu na stronie

Wszystkie działania mające na celu zwiększenie popularności strony wymagają stałej kontroli. Dzięki temu czuwamy nad przebiegiem indeksacji, aktywnością robotów wyszukiwarek oraz zmianami w oglądalności strony. Innymi słowy, kontrola jest kluczem do sukcesu i nie możemy pomijać tego elementu w całym procesie pozycjonowania oraz optymalizacji strony.

Statystyki oglądalności

Statystyki oglądalności to element niezbędny wszystkim, którzy poważnie myślą o prowadzeniu strony internetowej. Dzięki dobrym statystykom możemy prowadzić m.in. następujące działania:

- ♦ optymalizację witryny,
- ♦ kontrolę działań marketingowych,
- ♦ kontrolę zachowania użytkowników odwiedzających witrynę.

Na rynku dostępnych jest wiele odmian statystyk, które różnią się między sobą zarówno oferowanymi możliwościami, jak i ceną. W niniejszym podrozdziale zdecydowaliśmy się napisać o trzech rozwiązaniach, które, naszym zdaniem, zasługują na szczególną uwagę ze względu na swą popularność.

Stat24

Stat24 to polski system statystyk, który można uznać za obowiązujący standard. Właściciele witryn utrzymujących się z reklam, a także reklamodawcy używają rozwiązań dostępnych na stronie <http://www.stat24.com/pl> do prowadzenia rozmów i przygotowywania kampanii reklamowych.

Stat24 udostępnia kilka wersji swoich statystyk, które różnią się ceną oraz oferowanymi możliwościami. Na rysunku 11.1 przedstawiliśmy tabelę ze szczegółowym porównaniem poszczególnych wersji statystyk.

Rysunek 11.1.

Porównanie wersji statystyk oferowanych przez Stat24. Tabela pochodzi ze strony <http://stat24.com/pl>

	Statystyki bezpłatne statStandard	Statystyki płatne dla firm statOptimum	Rozszerzone statystyki płatne dla firm statOptimum PLUS	Statystyki płatne dla biznesu online statBiznes	Rozszerzone statystyki płatne dla biznesu online statBiznesPRO
limit odsłon	bez limitu	100 000 /miesiąc	500 000 /miesiąc	bez limitu /cennik	bez limitu /cennik
skrypty zliczające	2 skrypty	30 skryptów	50 skryptów	100 skryptów	200 skryptów
emisja ankiet badawczych na serwisie	+	+	+	+	+
logo na stronie głównej	+	+	+	+	+
Administracja					
prawa edycji skryptów	+	+	+	+	+
usuwanie odsyłaczy	+	+	+	+	+
blokada adresów IP	+	+	+	+	+
prawa dostępu (dodawanie loginów)	+	+	+	+	+
LOGO	+	+	+	+	+
Informacje o koncie	+	+	+	+	+
Dane adresowe	+	+	+	+	+
ranking	+	+	+	+	+
liczniki	+	+	+	+	+
Pozwala zliczać					
strony HTML, PHP, ASP...	+	+	+	+	+
strony FLASH	+	+	+	+	+
kliknięcia w URL	+	+	+	+	+
kliknięcia w elementy FLASH	+	+	+	+	+
strony SSL	+	+	+	+	+
Prezentacja danych					
wykresy	+	+	+	+	+
dane tabelaryczne	+	+	+	+	+
kopiowanie wartości do schowka	+	+	+	+	+
dane podsumowujące	+	+	+	+	+
porównanie okresów	+	+	+	+	+
Quick stats					
użytkownicy	+	+	+	+	+
Wizyty	+	+	+	+	+
odsłony	+	+	+	+	+
średni czas trwania odsłony	+	+	+	+	+
średnia pozycja w wizycie	+	+	+	+	+
liczba początków wizyt	+	+	+	+	+
liczba zakończeń wizyt	+	+	+	+	+

Usługa w wersji *Stat/Standard* jest oferowana bezpłatnie wraz z pewnymi ograniczeniami. Osoby wybierające darmową wersję statystyk muszą pogodzić się z tym, że ich witryna od czasu do czasu będzie wyświetlać nowe okno z reklamą. Poza tym darmowa wersja pozwala kontrolować statystyki z rozbiorem na dwie strony. Chodzi o to, że możemy niezależnie monitorować cały serwis oraz jedną wybraną podstronę. Wersje płatne umożliwiają niezależną kontrolę nawet do 200 podstron. Kolejnym ograniczeniem wersji darmowej jest obowiązek umieszczenia logo Stat24 na stronie, na której działają statystyki.

Najważniejsze ograniczenia dotyczą liczby prezentowanych danych. Darmową wersję statystyk cechuje w tym zakresie szereg ograniczeń, które widać podczas analizy tabeli z rysunku 11.1. Nie zmienia to jednak faktu, że darmowe statystyki są wystarczające do zdobywania informacji na temat zachowania się strony oraz jej gości. Płatne wersje statystyk można testować przez 14 dni. Dodatkowo powinienś mieć na uwadze fakt, że istnieje możliwość przejścia z bezpłatnych statystyk na płatne z zachowaniem zgromadzonych do tej pory wyników.

Instalacja darmowej wersji statystyk

Uznaliśmy, że warto poświęcić kilka słów instalacji i uruchomieniu darmowej wersji statystyk udostępnionej przez firmę Stat24. Całą operację zaczynamy od rejestracji i założenia darmowego konta na stronie https://www.stat24.com/pl/statystyki/rejestruj_profesjonalne_statystyki_odwiedzin_stat24. Wystarczy, że wypełnisz dostępny na podanej przez nas stronie formularz, widoczny na rysunku 11.2, a następnie klikniesz przycisk *rejestruj*.

Pamiętaj, że obowiązkowo musisz wypełnić wszystkie pola oznaczone gwiazdką. Naszym zdaniem powinienś również uzupełnić te pola, które nie są obowiązkowe, a odpowiadają za opis strony, wybór podkategorii oraz dodanie strony do rankingi.

Po kliknięciu przycisku *rejestruj* system sprawdzi, czy podane przez Ciebie dane są poprawne. Jeżeli wszystko będzie się zgadzało, konto zostanie utworzone, a Twoim oczom ukaże się nowe okno z panelem administracyjnym statystyk (rysunek 11.3).

Teraz kliknij opcję *Administracja*, a później *Skrypty*. W górnej części znajdziesz dwie pozycje: *Strona główna witryny* oraz *Podstrony*. Po zaznaczeniu jednej z nich w dolnej części okna pojawi się kod skryptu, który musisz umieścić na swojej stronie. Skrypt opisany jako *Strona główna witryny* powinien trafić do kodu strony głównej. Natomiast drugi ze skryptów musi znaleźć się we wszystkich podstronach serwisu.



Wskazówka

Skrypty wystarczy skopiować i wkleić do kodu strony między znaczniki `<body></body>`. Autorzy statystyk zalecają, aby skrypt znalazł się przed zamykającym znacznikiem `</body>`. Nie wprowadzamy żadnych zmian, ponieważ może się to odbić negatywnie na działaniu statystyk.


čeština | deutsch | english | lietuviškai | polski | русский | Беларусь (ru) | Україна (ru)
Moduł płatności

Statystyki
Współpraca
Pomoc
0 nas

Statystyki bezpłatne

- Opis
- Zalety i korzyści
- Jak przejść do wersji płatnej statystyk
- Rejestruj
- Logowanie
- Demo

Statystyki płatne

- Wybierz wersję dla siebie
- Statystyki dla firm
- Statystyki dla biznesu online
- Praktyczne przykłady zastosowań statystyk
- Porównanie wersji
- Cennik
- Zamów raport
- Płatności
- Rejestruj
- Logowanie
- Demo

AdSea

- AdSea

Liczniki

- Bezpłatne liczniki

Ranking

- Profesjonalny ranking stron

clickMapa

- clickMapa

Statystyki dla biznesu
Analiza działań promocyjnych w internecie

Logowanie do interfejsu
login:
hasło:

> Demo > Rejestruj

Rejestracja statystyk i clickMapy

Dane konta

Usługa*: statystyki bezpłatne - statStandard ✓
Nazwa konta*: dvdinfo.pl ✓
Podana nazwa konta jest dostępna.
Hasło*: ✓
Powtórz hasło*: ✓
Email*: bartek.danowski@gmail.com ✓
Adres witryny*: http://www.dvdinfo.pl ✓
Wersja językowa*: polska ✓
☒ Dodaj moją stronę do [rankingu stat24](#)
Kategoria witryny*: Internet, Komputery ✓
Podkategoria witryny*: Serwisy, Portale ✓
Tytuł (do 25 znaków): DVDInfo
Opis (do 100 znaków): Opis

Regulamin świadczenia usług monitorowania witryny internetowej

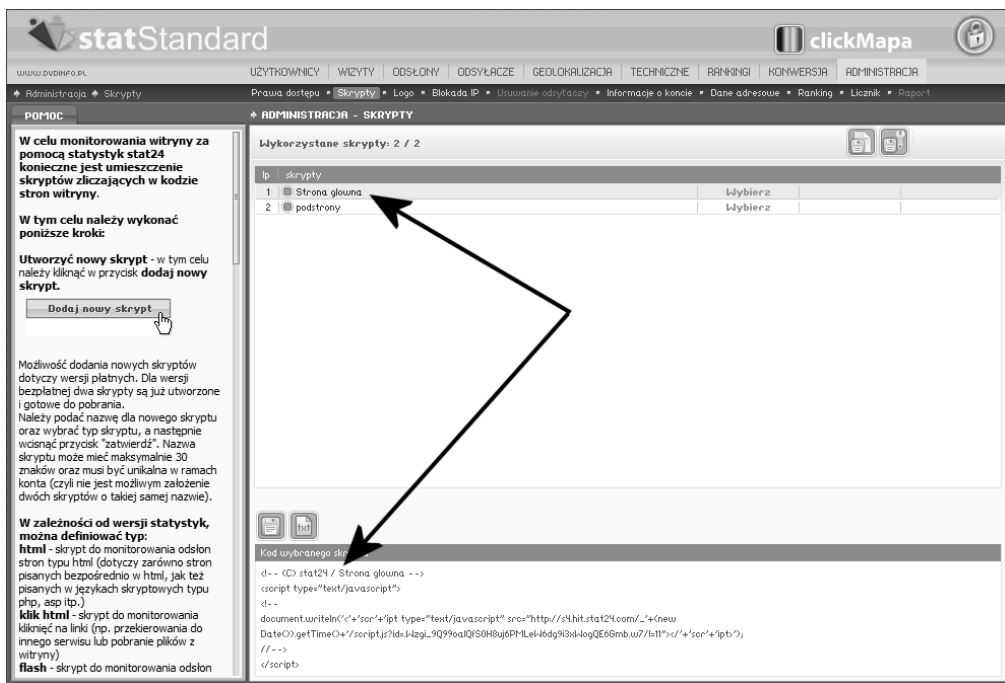
I. Postanowienia ogólne
1. Definicje użyte w niniejszym regulaminie, oznaczają:
a. stat24 - podmiot świadczący usługi drogą elektroniczną, będący spółką z ograniczoną odpowiedzialnością pod firmą stat24 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Wołoskiej 7, zarejestrowaną w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy. XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000205129, posługującą się numerem NIP: 522-27-23-405, o kapitale zakładowym w wysokości 50 000 PLN,
b. regulamin - niniejszy regulamin, ustalony w wykonaniu art. 8, ust. 1, p. 1 Ustawy z dnia 18

☒ Akceptuję regulamin statystyk stat24*

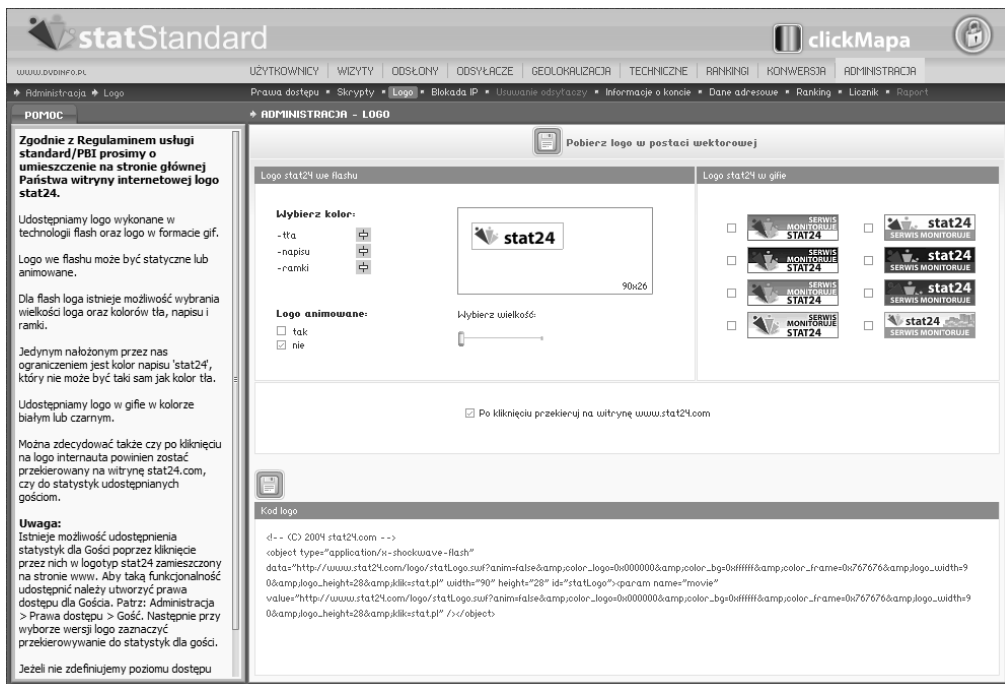
[regulamin statystyk darmowych](#) | [regulamin statystyk płatnych](#) | [nota prawna](#) | [polityka prywatności](#) | [mapa strony](#) | [kontakt](#)
copyright stat24 © 2008 All rights reserved

Rysunek 11.2. Rejestracja i zakładanie konta z dostępem do usług oferowanych przez Stat24

Po umieszczeniu kodu odpowiedzialnego za działanie statystyk w treści witryny pozostaje już tylko dopełnić wymogów regulaminu. Mamy tutaj na myśli dodanie kodu odpowiedzialnego za wyświetlanie małego znaczka z logo serwisu. Odpowiedni kod znajdziesz, wybierając opcję *Administracja/Logo* (rysunek 11.4).



Rysunek 11.3. Panel administracyjny statystyk widoczny bezpośrednio po założeniu konta



Rysunek 11.4. Przygotowanie kodu odpowiedzialnego za prezentację logo Stat24

Logo może występować w dwóch postaciach. Pierwsza to animowany przycisk wykonany w technologii Adobe Flash. Jeżeli wybierzemy ten wariant, możemy kontrolować kolory oraz rozmiar logo. Drugie z rozwiązań pozwala na skorzystanie ze zwykłego pliku graficznego w formacie *.gif*.

Wystarczy wybrać odpowiednią wersję logo i dopasować ją do swoich potrzeb. Mając na uwadze to, że pozycjonujemy własną stronę, proponujemy wyłączenie opcji *Po kliknięciu przekieruj na witrynę* <http://www.stat24.com/pl>.

Teraz skopiuj kod, który zostanie automatycznie wygenerowany i udostępniony w dolnej części okna. Skopiowany fragment wklej do kodu strony. Zgodnie z regulaminem logo powinno być widoczne na głównej stronie serwisu obsługiwanego przez statystyki. Nie ma dodatkowych wytycznych na temat samej lokalizacji logo, więc masz tutaj wolną rękę.

W tej chwili instalacja statystyk została zakończona i pozostaje już tylko czekać na pierwszych odwiedzających i pierwsze wyniki.

Dostępne informacje

Informując o darmowej wersji statystyk, wspominaliśmy, że ma ona pewne ograniczenia. Jednak nie powinny one stanowić dużej przeszkody w przypadku mniejszych witryn i osób, którym nie przeszkadzają pojawiające się od czasu do czasu reklamy. W tym podpunkcie opisaliśmy kilka najważniejszych danych, do których mamy dostęp.

Użytkownicy

W sekcji *Użytkownicy* (rysunek 11.5) zawarte są dane na temat liczby użytkowników oglądających stronę. Sposób badania liczby użytkowników zakłada, że każdy gość odwiedzający stronę używa tylko jednej przeglądarki i jednego ciasteczka — cookie. W uproszczeniu można przyjąć, że zliczane są unikalne cookie. Darmowa wersja statystyk daje jedynie dostęp do podsumowania. Dane mogą być prezentowane w zestawieniu różnych okresów, na przykład ostatnie dwa lata albo poprzedni lub bieżący rok.

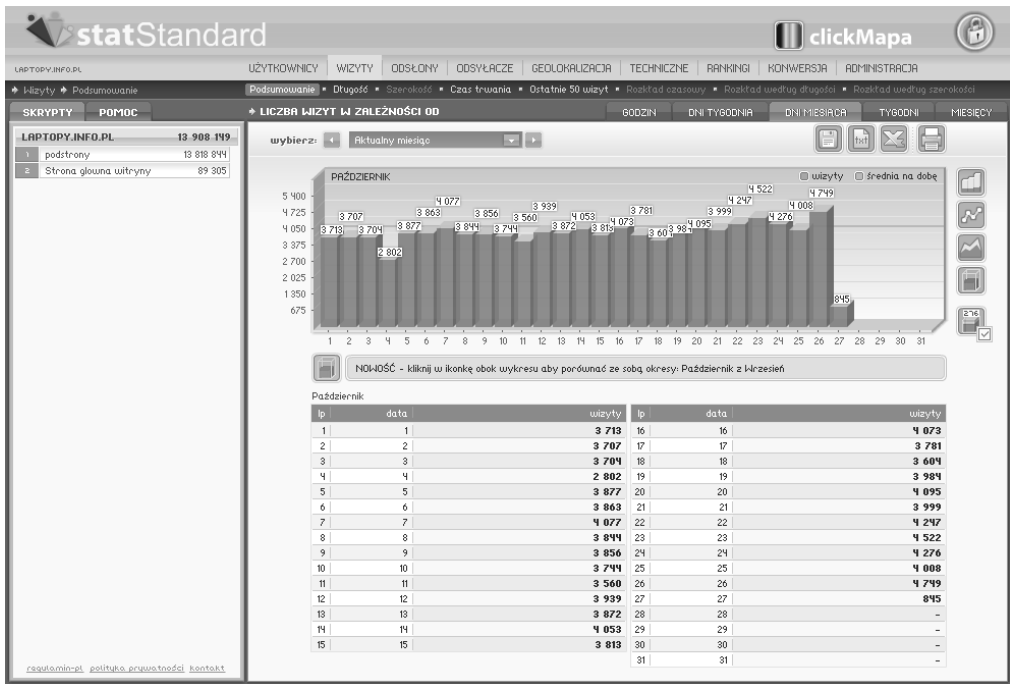
Warto zwrócić uwagę, że dostępne wyniki dzielą użytkowników na nowych i powracających. To cenne informacje, ponieważ pozwalają stwierdzić, czy podjęte wysiłki mające na celu lepsze wypozycjonowanie strony odniosły efekt. Napływ nowych użytkowników oraz zmiany, jakie w napływie tym zachodzą, to wskaźnik obrazujący rezultaty podjętych przez Ciebie działań. Natomiast dane na temat użytkowników powracających przydają się przy określaniu tego, czy witryna spełnia pokładane w niej oczekiwania. Jeżeli liczba powracających użytkowników jest duża, świadczy to o tym, że strona znalazła grupę wiernych czytelników.

Wizyty

W sekcji *Wizyty* (rysunek 11.6) przedstawione zostały dokładniejsze dane na temat zachowania użytkownika strony. Wizyta w rozumieniu prezentowanych statystyk oznacza ciąg następujących po sobie odsłon poszczególnych podstron, wykonanych przez jednego użytkownika. Istotnym czynnikiem jest tutaj czas. Otóż między poszczególnymi odsłonami nie może upłynąć więcej niż 30 minut. Jeżeli czas ten zostanie przekroczony, mamy już do czynienia z kolejną wizytą.



Rysunek 11.5. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Użytkownicy



Rysunek 11.6. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Wizyty

Dzięki danym o wizytach możemy wyciągnąć wnioski na temat tego, czy dana witryna spełnia swoje założenia. Cennym parametrem, do którego mamy dostęp, jest *dlugość wizyty*, obrazująca, ile podstron odwiedził użytkownik podczas swojej bytności na stronie. Jeżeli dodatkowo zestawimy te dane z *czasem wizyty*, możemy stwierdzić, czy gość strony zainteresował się treścią, czy też tylko „poklikał” i poszedł sobie.

Uzupełnieniem są szczegółowe dane na temat *ostatnich 50 wizyt*. Dzięki nim możemy się dowiedzieć, skąd pochodził użytkownik, w jaki sposób trafił na stronę i czego szukał. Dane te pozwalają zebrać więcej informacji na temat zachowań konkretnych użytkowników. Z punktu widzenia pozycjonera szczególnie cenne są informacje dotyczące słów kluczowych, po wpisaniu których użytkownik trafił na stronę. Proponujemy, abyś analizował te dane regularnie, wyciągał z nich wnioski oraz podejmował na ich podstawie odpowiednie działania.

Odslony

W sekcji *Odslony* (rysunek 11.7) przedstawione zostały dane na temat wyświetleń każdej strony przez przeglądarkę użytkownika. Parametr ten najwierniej oddaje wzrost lub spadek popularności witryny. W przypadku wersji bezpłatnej możemy sprawdzić liczbę odsłon strony głównej oraz wszystkich pozostałych podstron. Zróżnicowanie jest małe i nie pozwala stwierdzić, jaka jest popularność poszczególnych części witryny. Nie zmienia to jednak faktu, że możemy wyrobić sobie zdanie na temat ogólnych tendencji panujących na analizowanej witrynie.



Rysunek 11.7. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja *Odslony*

Odsyłacze

W kolejnej sekcji — o nazwie *Odsyłacze* (rysunek 11.8) — zawarte zostały najcenniejsze — z punktu widzenia osoby zajmującej się pozycjonowaniem stron — informacje. W podsumowaniu możemy uzyskać informacje na temat udziału wejść z wyszukiwarek, katalogów, zwykłych stron oraz wejść bezpośrednich.



Rysunek 11.8. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Odsyłacze/Podsumowanie

W podmenu *Strony odsyłające* (rysunek 11.9) mieści się wykaz stron, z których miały miejsce odwołania. Lista przedstawia 20 najpopularniejszych stron, które odsyłały do Twojej witryny. Tabele zawierają dane o adresie strony, a także długości i czasie wizyty. Dodatkowo wyniki podzielono na strony polskie, zagraniczne i nierozpoznane.

Na szczególną analizę zasługuje podmenu *Wyszukiwarki* (rysunek 11.10), w którym zaprezentowane zostały dane na temat odwołań z wyszukiwarek. Dostępne dane przedstawiają nazwę wyszukiwarki, liczbę wejść z polecenia danej wyszukiwarki oraz długość i czas trwania wizyty. Warto zauważyć, że poszczególne wyszukiwarki są podzielone według silników. W naszym przykładzie z silnika Google korzystają m.in. strony <http://www.google.pl>, <http://interia.pl>, <http://onet.pl>. Liczba wejść z wyszukiwarki Google jest prezentowana ogólnie dla wszystkich witryn używających silnika Google oraz dla każdej oddzielnie. Dodatkowe dane na temat długości wizyty pozwalają ocenić wartość użytkowników odsyłanych przez konkretne wyszukiwarki. Dzięki temu możemy na przykład intensyfikować lub ograniczać działania mające na celu uzyskanie lepszych pozycji w wynikach wyszukiwania.

The screenshot shows the 'statStandard' administrative interface. The top navigation bar includes links for 'UŻYTKOWNICY', 'WIZYTY', 'ODSŁONY', 'ODSYŁACZE', 'GEOLOKALIZACJA', 'TECHNICZNE', 'RANKINGI', 'KONWERSJA', and 'ADMINISTRACJA'. The main menu on the left has 'Odsyłacze' and 'Strony odsyłające'. The 'Strony odsyłające' section is active, showing a list of referring pages. The left sidebar displays statistics for 'LAPTOPY.INFO.PL' with 13,908,119 visits and 13,818,844 subpages. The main table lists referring pages with columns for IP, page name, number of visits, time spent, and page length. The table is divided into 'Polska' and 'Zagranica' sections.

ip	strony odsyłające (Główny podstron) - liczba wizyt	śr. czas trwania	śr. długość wizyty
Wszystkie - 8 761			
1	Polska - 8 557	0s	0.0
	forum.laptopy.info.pl (6) - 3 589	9m 39s	7.8
	laptopy.info.pl (6) - 1 314	1m 47s	11.5
	forum.dobreprogramy.pl (1) - 405	9m 36s	9.3
	komputery.katalogi.pl (6) - 371	5m 4s	3.3
	www.elektroda.pl (6) - 281	6m 51s	4.0
	peb.pl (6) - 252	4m 43s	3.7
	forum.idg.pl (6) - 214	4m 1s	2.2
	www.frzcp.pl (6) - 205	4m 51s	3.9
	www.bez-kabli.pl (3) - 201	4m 17s	3.0
	www.handb.pl (6) - 187	3m 59s	3.4
	forum.odinfo.pl (6) - 179	9m 24s	11.9
	www.forumpc.pl (2) - 143	7m 32s	5.7
	forum.pcentre.pl (1) - 101	4m 48s	4.0
	www.nokaut.pl (6) - 71	8m 19s	6.1
	www.miastrkowofora.pl (1) - 68	3m 19s	2.0
	www.nhpl (1) - 68	11m 47s	9.9
	laptopy.yyy.pl (1) - 56	3m 58s	1.9
	forum.purepc.pl (6) - 44	7m 52s	7.5
	www.haker.com.pl (3) - 43	6m 50s	3.3
	www.vistaforum.pl (1) - 41	4m 12s	3.6
	Pozostałe (0) - 724	2m 32s	2.8
		0s	0.0
2	Zagranica - 282	4m 8s	3.3
	groups.google.com (3) - 30	7m 32s	4.3
	64.238.80.104 (1) - 20	2m 14s	2.9
	209.85.155.104 (2) - 19	3m 3s	4.4
	xbartuwordpress.com (1) - 17	5m 8s	1.7
	mail.google.com (1) - 16	12m 36s	8.6
	search.uinamp.com (1) - 15	44s	1.6
	www.gazeta.pl (2) - 7	2m 33s	5.7

Rysunek 11.9. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Odsyłacze/Strony odsyłające

The screenshot shows the 'statStandard' administrative interface, specifically the 'Wyszukiwarki' (Search Engines) section. The top navigation bar is identical to the previous screenshot. The main menu on the left has 'Wyszukiwarki' selected. The left sidebar shows the same statistics for 'LAPTOPY.INFO.PL'. The main table lists search engines with columns for IP, engine name, number of visits, time spent, and page length.

ip	wyszukiwarki (Główny słów kluczowych) - liczba wizyt	śr. czas trwania	śr. długość wizyty
Wszystkie - 67 226			
1	Google - 67 074	2m 35s	2.3
	google (3D) - 66 595	2m 35s	2.3
	onet.pl (3D) - 202	2m 32s	2.8
	interia.pl (3D) - 197	1m 48s	2.1
	aol.com (3D) - 42	1m 47s	1.8
	conduit.com (3D) - 31	2m 22s	2.0
	icq.com (6) - 6	8m 26s	4.3
	search.sweetim.com (1) - 1	1m 41s	3.0
2	NetSprint - 63	1m 10s	2.4
	up.pl (3D) - 61	1m 11s	2.4
	netsprint.pl (2) - 2	24s	2.5
3	Yahoo - 58	1m 57s	2.8
	yahoo (3D) - 57	1m 58s	2.8
	avantfind.com (1) - 1	58s	2.0
4	MSN - 10	12m 47s	13.6
	msn / live (3) - 10	12m 47s	13.6
5	AltaVista - 8	1m 48s	1.2
	altavista.com (3) - 8	1m 48s	1.2
6	Szukacz - 4	1m 11s	1.5
	szukacz.pl (1) - 4	1m 11s	1.5
7	Seznam - 2	0s	1.0
	seznam.cz (2) - 2	0s	1.0
8	Jabli - 1	0s	1.0
	jabli.pl (1) - 1	0s	1.0
9	Nierozpoznana wyszukiwarka - 6	6m 30s	8.8
	myssearch.com (1) - 4	9m 45s	12.8
	search.com (1) - 1	0s	1.0
	walls.co.il (1) - 1	0s	1.0

Rysunek 11.10. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Odsyłacze/Wyszukiwarki

Po kliknięciu znaku plusa widocznego przed nazwą każdej z wyszczególnionych wyszukiwarek rozwinięta zostanie lista słów kluczowych, po wpisaniu których gość trafił na stronę. Lista poza słowem bądź frazą zawiera dane na temat liczby wejść uzyskanych na tego typu zapytania. To cenne informacje pozwalające uzyskać obraz tego, w jaki sposób ludzie konstruują pytania, a ich dokładna analiza umożliwi jeszcze lepszy wybór słów kluczowych.

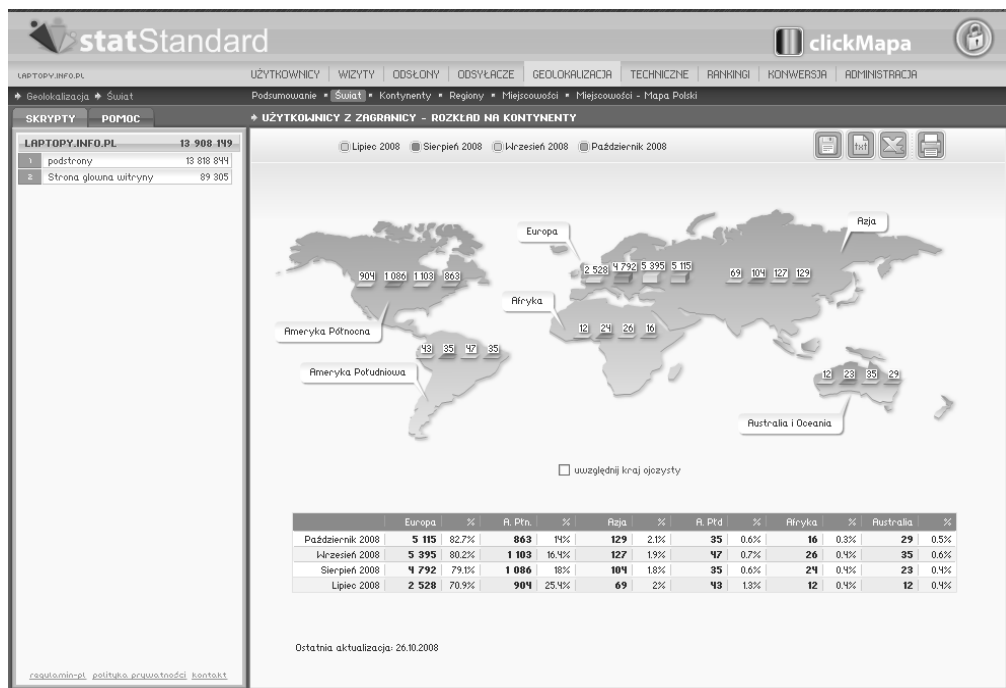
Ostatnie podmenu nosi nazwę *Katalogi* (rysunek 11.11) i zawiera dane na temat wejść ze stron katalogów. Poza adresem katalogu znajdziesz tutaj dane na temat liczby wejść, a także długości i czasu trwania wizyty. Dane te pozwalają sprawdzić skuteczność dodawania odsyłaczy do katalogów. Musisz jednak pamiętać, że lista zawiera wyłącznie największe katalogi, które zostały pomyślnie zweryfikowane przez Stat24.

The screenshot shows the 'statStandard' administrative interface. The top navigation bar includes the 'statStandard' logo, a 'clickMapa' button, and a user profile icon. Below the navigation bar, there's a menu with 'Odsyłacze' and 'Katalogi' selected. The main content area displays a table titled 'Katalogi (dane podstron) - liczba wizyt'. The table has four columns: 'ip', 'katalog (dane podstron) - liczba wizyt', 'śr. czas trwania', and 'śr. długość wizyty'. The table shows three entries: '1 Polska - 0', '2 Zagranica - 0', and '3 Nieznane państwo - 0'. A sidebar on the left shows site statistics for 'LAPTOPY.INFO.PL' with a total of 13,908,149 visits. The sidebar also includes links for 'regulamin', 'polityka prywatności', and 'kontakt'.

Rysunek 11.11. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Odsyłacze/Katalogi

Geolokalizacja

Odpowiedź na pytanie, skąd przychodzą Twoi goście, znajdziesz w sekcji *Geolokalizacja* (rysunek 11.12). Możesz sprawdzić kontynent i kraj pochodzenia, a w przypadku polskich użytkowników masz możliwość określenia województwa oraz miasta. Dane geolokalizacyjne przydają się podczas określania profilu gości strony oraz sprawdzania pozycjonowania witryn firm lub sklepów mających swoje rzeczywiste siedziby.



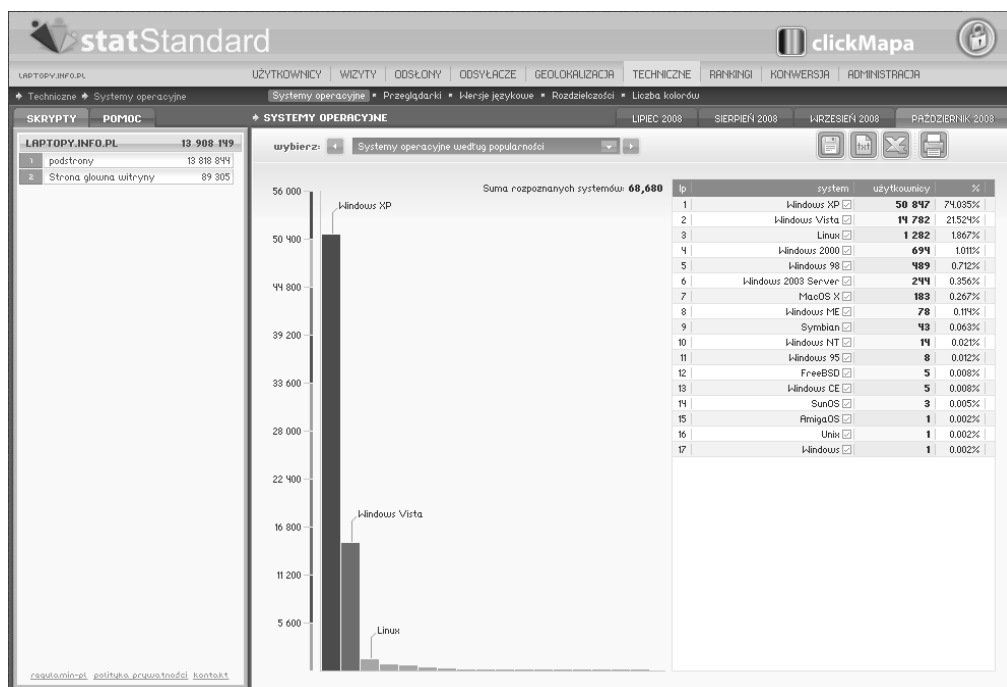
Rysunek 11.12. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Geolokalizacja

Techniczne

Ostatnim elementem, na który chcemy zwrócić Twoją uwagę, jest sekcja *Techniczne* (rysunek 11.13). Dane tutaj zebrane okazują się szczególnie przydatne podczas optymalizacji strony w celu ułatwienia użytkownikom korzystania z niej. Możesz sprawdzić następujące parametry:

- ◆ rodzaj i wersja systemu operacyjnego,
- ◆ rodzaj i wersja przeglądarki stron WWW,
- ◆ rozdzielczość ekranu,
- ◆ liczba kolorów.

Dane te są przydatne nie tylko podczas optymalizacji strony, ale również przy tworzeniu profilu gości. Na przykład rodzaj systemu lub przeglądarki świadczy o stopniu zaawansowania i świadomości użytkownika. Jeżeli Twój gość używa Firefoksa, można to zinterpretować tak, że świadomie wybrał alternatywne rozwiązanie dla MS Internet Explorera, który jest dostarczany domyślnie w każdej wersji MS Windows. Oznacza to, że taki użytkownik ma większe wymagania dotyczące bezpieczeństwa i możliwości oferowanych przez przeglądarkę, jest zatem bardziej świadomy niż ten, który używa produktu firmy Microsoft. Dzięki tego typu informacjom możesz lepiej dostosować ofertę i tematykę poruszaną na stronie.



Rysunek 11.13. Panel administracyjny systemu Stat24 — sekcja Techniczne

AWStats

AWStats — <http://awstats.sourceforge.net> — to darmowy system rozbudowanych statystyk, który możemy zainstalować bezpośrednio na serwerze. W przeciwieństwie do rozwiązań proponowanych przez Stat24 lub Google Analytics prezentowane statystyki nie mają wpływu na działanie strony i nie spowalniają jej. Brak wpływu na szybkość otwierania strony to bardzo duży plus, dzięki temu bowiem możemy używać AWStats jako drugiego systemu statystyk witryny bez obaw o szybkość jej działania.

Omawiane rozwiązanie oferuje funkcjonalność zbliżoną do Stat24, choć w kilku miejscach jej ustępuje. Braki wynagradzają nam dodatkowe możliwości, których próżno szukać u konkurencji. Z tego powodu uważamy, że AWStats jest dobrym uzupełnieniem Stat24 lub systemu Google Analytics.

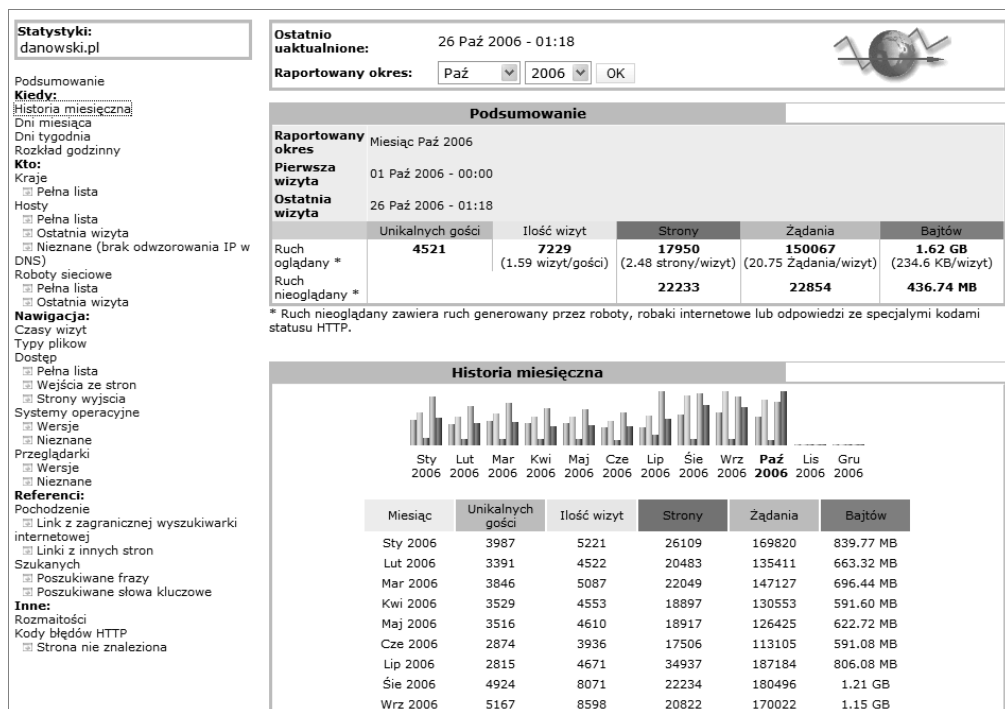
Instalacja i konfiguracja

Do instalacji statystyk niezbędny jest dostęp do logów serwera oraz shella. Instalacja wymaga również modyfikacji plików konfiguracyjnych serwera, co pociąga za sobą konieczność posiadania uprawnień administratora. Z tego względu zrezygnowaliśmy z opisu procesu instalacji. Jednak chcemy, abyś wiedział, że wielu dostawców serwerów oferuje AWStats domyślnie, więc statystyki dostępne są natychmiast po uruchomieniu konta.

Dostępne informacje

AWStats zapewnia dostęp do wielu przydatnych informacji. Niestety, sposób ich prezentacji nie jest tak ciekawy, jak propozycja Stat24. Nie zmienia to faktu, że, naszym zdaniem, warto zwrócić na niego uwagę.

Informacje podzielono na kilka głównych działów, do których dostęp gwarantuje menu nawigacyjne widoczne po lewej stronie (rysunek 11.14). W kolejnych podpunktach opisaliśmy najważniejsze z działów oraz informacje w nich zgromadzone.



Rysunek 11.14. Widok okna przeglądarki ze statystykami AWStats



Wskazówka

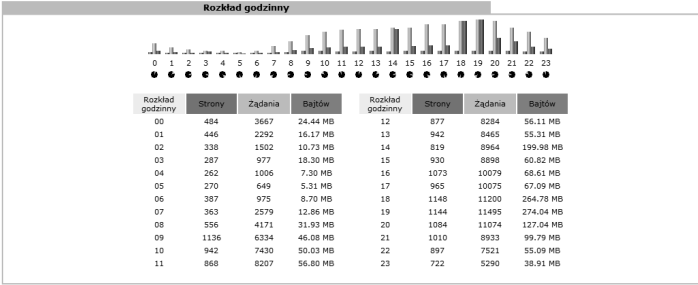
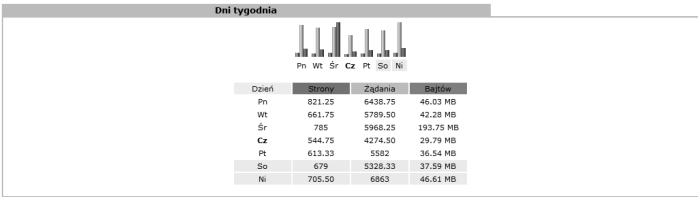
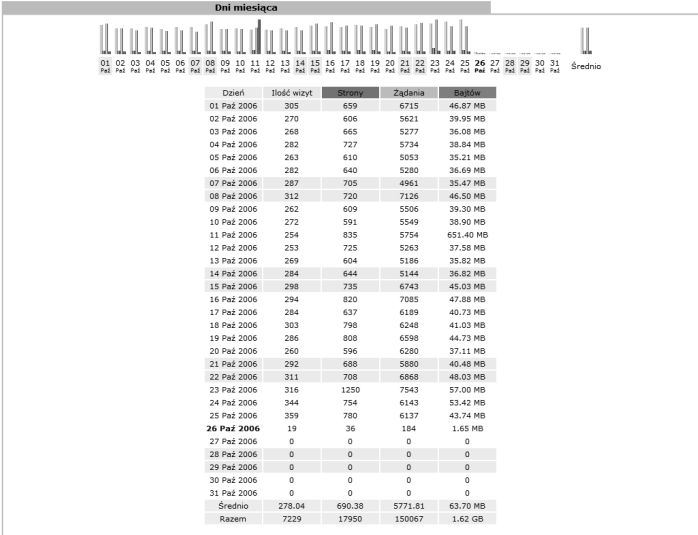
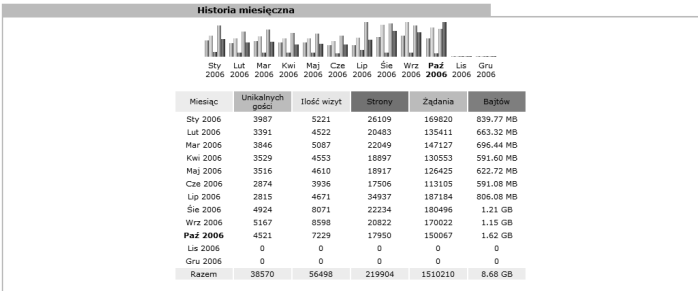
Wszelkie wyniki prezentowane przez statystyki AWStats zawsze dotyczą jednego miesiąca. Zmiana aktywnego miesiąca jest możliwa za pomocą odpowiedniego formularza widocznego na samej górze rysunku 11.14.

Kiedy

W sekcji *Kiedy* (rysunek 11.15) umieszczone zostało zestawienie wyników z danymi na temat historii połączeń z ostatnich kilku miesięcy (opcja *Historia miesięczna*), z całego aktualnie wybranego miesiąca (*Dni miesiąca*), z ostatniego tygodnia (*Dni tygodnia*) oraz z ostatniego dnia (opcja *Rozkład godzinny*). Prezentowane dane obejmują liczbę unikalnych gości, wizyt, żądań, odsłon i całkowity rozmiar wysłanych danych. Szczegółowe omawianie poszczególnych typów danych nie ma zbytniego sensu, ponieważ

Rysunek 11.15.

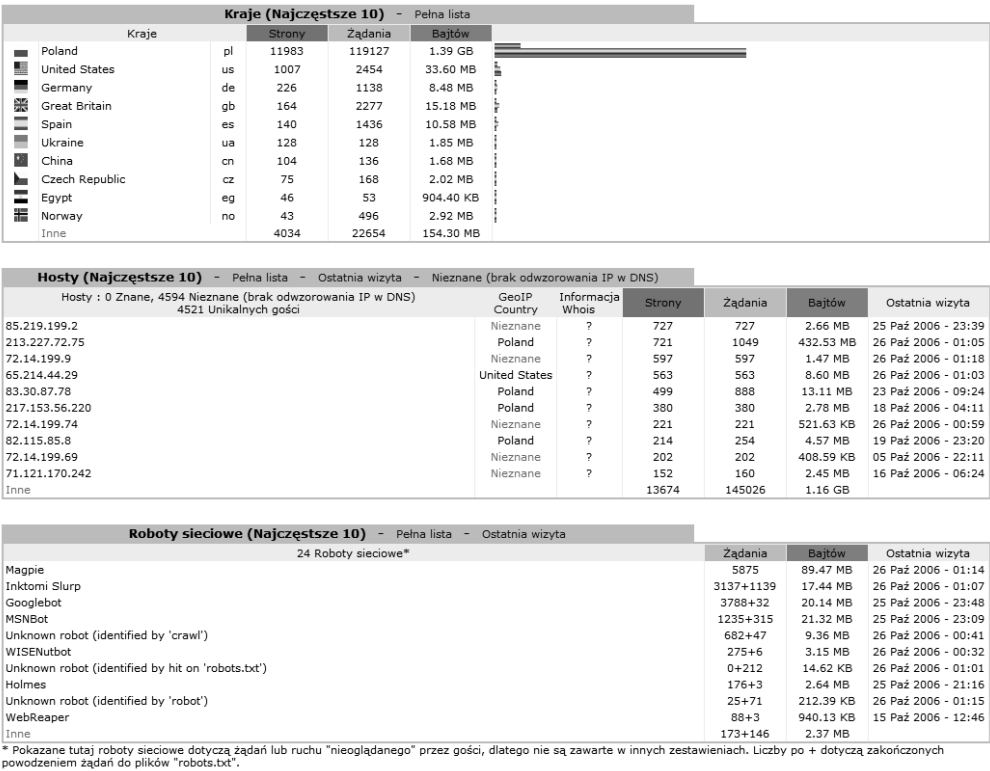
Widok statystyk
AWStats
— sekcja Kiedy



pokrywają się one z tym, co oferuje Stat24. Na uwagę zasługuje tylko prezentacja informacji o wysłanych danych, która pozwala określić zapotrzebowanie strony na limit transferów stanowiący jedyne ograniczenie niemal wszystkich usług hostingowych.

Kto

Kolejna sekcja z wykazem opcji nosi nazwę *Kto* i przedstawiliśmy ją na rysunku 11.16. Dane zebrane w tej części statystyk odpowiadają za prezentację kraju pochodzenia gości z podziałem na wielkość pobranych danych oraz liczbę odsłon i żądań. Uzupełnienie stanowi lista adresów IP.

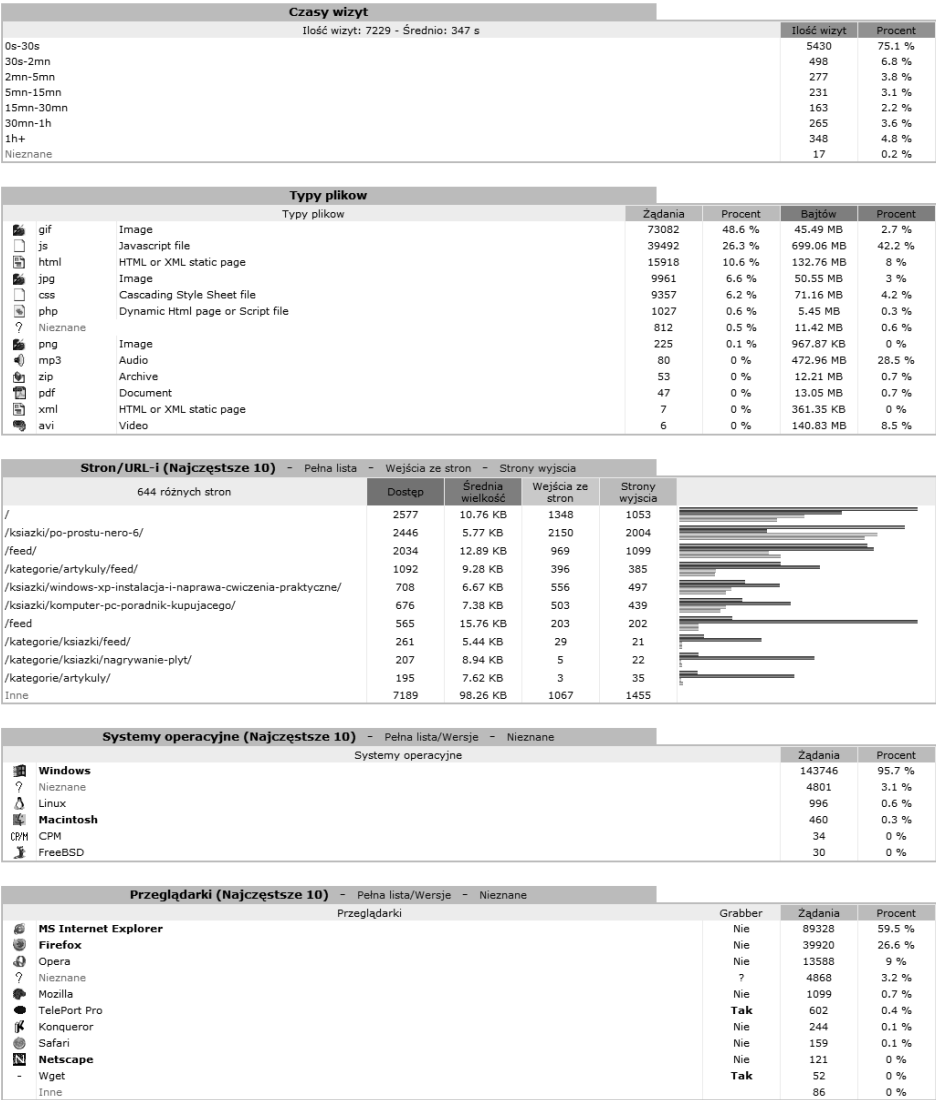


Rysunek 11.16. Widok statystyk AWStats — sekcja

W ramach omawianej sekcji znajdziemy jeszcze informacje na temat robotów wyszukiwarek, które odwiedziły stronę. Również w tym przypadku możemy sprawdzić liczbę żądań oraz to, jaki robot gościł na stronie i ile danych pobrał. Warto też poświęcić uwagę liście ostatnio goszczących robotów. Dane te przydają się podczas kontroli indeksacji strony. Brak aktywności robotów możemy odebrać jako sygnał, że coś jest nie tak z indeksacją witryny. Powinniśmy sprawdzić, czy przypadkiem nie blokujemy indeksacji strony i czy system nawigacyjny jest drożny.

Nawigacja

W sekcji *Nawigacja* (rysunek 11.17) zawarte zostały dane na temat czasu trwania wizyty i liczby wizyt w danym okresie, liczby zapytań do konkretnych typów plików, najczęściej odwiedzanych podstron witryny oraz na temat rodzaju przeglądarki i wersji systemu operacyjnego gościa.



Rysunek 11.17. Widok statystyk AWStats — sekcja Nawigacja

Szczególnie przydatne dane dotyczą popularności konkretnych podstron witryny. Na podstawie tych wyników możesz określić, czy Twoje zabiegi mające na celu podniesienie popularności jakiejś części witryny odnoszą skutek. Warto nadmienić, że tego typu danych nie znajdziesz w darmowej wersji Stat24.

Referenci

Referenci (rysunek 11.18) to przedostatnia grupa danych udostępnianych przez system AWStats. Na tę grupę składają się szczególnie cenne informacje dla osoby zajmującej się pozycjonowaniem witryny i poprawą oglądalności. Najważniejsze dane

Źródła połączeń					
Pochodzenie			Strony	Procent	Żądania
				Procent	
Dostęp bezpośredni lub z Ulubionych/Bookmarków			8034	62.8 %	12177
Linki z grup dyskusyjnych					69 %
Link z zagranicznej wyszukiwarki internetowej - Pełna lista			3570	27.9 %	3583
- Google	3484	3497			20.3 %
- Szukaj	44	44			
- MSN	18	18			
- Yahoo	9	9			
- Google (Images)	8	8			
- Unknown search engines	5	5			
- AltaVista	2	2			
Link zewnętrzny - Pełna lista			1097	8.5 %	1482
- http://szukaj.onet.pl/query.html	386	386			8.4 %
- http://forum.laptopy.info.pl/viewtopic.php	117	120			
- http://poradnikwebmastera.blox.pl/html	36	36			
- http://twojepc.pl/teksty.php	34	34			
- http://www.cdinfo.pl/cdr/artykuly/vcd_obrazki/obrazki_vcd.php	33	33			
- http://www.cdinfo.pl	29	29			
- http://www.cdinfo.pl/cdr/artykuly/ghost/nghost.php3	22	22			
- http://helion.pl/autorzy/danb.htm	21	21			
- http://www.cdinfo.pl/artykuly/internetowa-aktualizacja-nero7/st...	21	21			
- http://www.cdinfo.pl/artykuly/bootwin/	17	17			
- Inne	381	763			
Pochodzenie niezane			83	0.6 %	395
					2.2 %

Poszukiwane frazy (Najczęstsze 10)			Poszukiwane słowa kluczowe (Najczęstsze 10)		
Pełna lista			Pełna lista		
249 różne frazy	Szukanych	Procent	337 Słowo kluczowe	Szukanych	Procent
nero	1956	55.1 %	nero	2039	41.3 %
komputer	578	16.2 %	komputer	593	12 %
instalacja windows	258	7.2 %	instalacja	483	9.7 %
instalacja windows xp	137	3.8 %	windows	432	8.7 %
bartosz danowski	44	1.2 %	xp	254	5.1 %
instalacja win xp	38	1 %	danowski	86	1.7 %
danowski	34	0.9 %	win	77	1.5 %
kupno komputera	31	0.8 %	bartosz	47	0.9 %
literatura informatyczna	20	0.5 %	kupno	43	0.8 %
gparted	17	0.4 %	komputera	36	0.7 %
Inne frazy	436	12.2 %	Inne słowa	841	17 %

Rysunek 11.18. Widok statystyk AWStats — sekcja Referenci

dotyczą tego, skąd przychodzą odwiedzający. Dostępna jest lista najpopularniejszych wyszukiwarek, stron zewnętrznych, odwołań bezpośrednich i odwołań z grup dyskusyjnych. Uzupełnieniem są listy poszukiwanych fraz i słów kluczowych wraz z danymi na temat liczby wejść.

Zalecamy regularną lekturę tej części statystyk, ponieważ na tej podstawie możesz podejmować stosowne kroki zmierzające do poprawy pozycji witryny lub ulepszania indeksacji podstron.

Inne

Ostatnia grupa danych została zebrana w sekcji *Inne* (rysunek 11.19). Dane przedstawiają szacunkową liczbę osób, które dodały adres witryny do zakładek. Uzupełnieniem są informacje o liczbie żądań do stron, które nie istnieją lub korzystają z przekierowania.

Proponujemy, abyś sprawdził swoje wyniki i zobaczył, czy nie można czegoś zrobić w celu poprawienia skuteczności indeksacji strony. Warto poddać weryfikacji poprawność odsyłaczy zgromadzonych na stronie, ponieważ stosunkowo często zawierają one błędy, co negatywnie wpływa na proces indeksacji witryny.

Rozmaitości			
Rozmaitości			
Dodaj do ulubionych (szacunkowo)		356 / 4521 Goście	7.8 %
Kody błędów HTTP			
Kody błędów HTTP*		Ządania	Bajtów
301	Moved permanently (redirect)	2676	19.53 KB
302	Moved temporarily (redirect)	1507	411.56 KB
404	Document Not Found	1130	4.91 MB
206	Partial Content	111	264.37 MB
401	Unauthorized	1	477 Bajtów
500	Internal server Error	1	605 Bajtów

* Pokazane tutaj kody dotyczą żądań lub ruchu "nieoglądane" przez gości, dlatego nie są zawarte w innych zestawieniach.

Advanced Web Statistics 6.4 (build 1.814) - Created by awstats (plugins: hostinfo, geoip)

Rysunek 11.19. Widok statystyk AWStats — sekcja Inne

Google Analytics

Bez wątpienia najlepsze statystyki oglądalności witryny oferuje rozwiązanie firmy Google pod nazwą Analytics. Statystyki Google są rozwiązaniem w 100% darmowym, a przy tym oferują ogrom możliwości i funkcji. Dlatego warto poświęcić czas i poznać to rozwiązanie, a następnie wdrożyć je do analizy oglądalności swojej strony lub stron.



Pierwotnie planowaliśmy zamieszczenie bardzo szczegółowego opisu statystyk Google, ale podczas prac nad drugim wydaniem książki znaleźliśmy darmową, bardzo rozbudowaną publikację na temat Google Analytics. E-book dostępny jest bezpłatnie i został napisany w języku polskim. Dlatego w dalszej części niniejszego podrozdziału zwracamy uwagę na najciekawsze rozwiązania, a wszystkich zainteresowanych poznaniem systemu odsyłamy na stronę <http://www.ittechnology.us/przewodnik-po-google-analytics>, skąd można pobrać książkę w formacie PDF.

Instalacja systemu

Na wstępie niniejszego podrozdziału założyliśmy, że posiadasz już aktywne konto na serwerze Google. Może to być to samo konto, z którego korzystałeś podczas poznawania narzędzi webmasterskich firmy Google.

Instalację systemu zaczynamy od otwarcia strony <https://www.google.com/analytics/home/login?hl=pl-PL> i zalogowania się w systemie. Musimy wpisać login i hasło, a po kliknięciu przycisku *Zaloguj się* zostaniemy przeniesieni na stronę widoczną na rysunku 11.20. Tam należy kliknąć odnośnik o nazwie *Dodaj profil witryny*.

Po wczytaniu się strony widocznej na rysunku 11.21 zaznacz opcję *Dodaj profil nowej domeny*. Następnie w polu *Podaj adres URL witryny, którą chcesz śledzić* wpisz adres swojej strony. Na koniec kliknij przycisk *Zakończ*.

Rysunek 11.22 zawiera specjalny kod śledzenia, który powinien trafić na każdą podstronę Twojego serwisu. Kod należy skopiować i wkleić do każdego pliku lub do każdego szablonu, który jest wykorzystywany do budowy Twojej strony. Kod powinniśmy wkleić do plików strony tuż przed zamykającym znacznikiem `</body>`. Po skopiowaniu kodu w oknie z rysunku 11.22 po prostu kliknij przycisk *Zakończ*.

Google Analytics @gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty: Kliknij, aby wybrać profil witryny internetowej | Moje konta Analytics: danowski.pl/wp

Przyciągnij do swojej witryny pożądaných użytkowników.
Korzystaj z AdWords z kontem Google Analytics.
Opowiedz więcej o AdWords. | W jaki sposób mogę korzystać jednocześnie z AdWords i Analytics?

Ustawienia Analytics - danowski.pl/wp (Edycja konta i ustawienia udostępniania danych)
Ta strona umożliwia zarządzanie profilami, celami i dostępem do konta

Profil witryny internetowej

<< Poprzednie 1 - 2 / 2 Następne >> Pokaż 10 Wyszukaj

Nazwa	Domena	Raporty	Ustawienia	Usuń na zawsze	Stan
1. danowski.pl	http://danowski.pl/wp	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)
2. forum.laptopy.info.pl	http://forum.laptopy.info.pl	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)

Dodaj profil witryny»
Profil umożliwia śledzenie witryny i/lub tworzenie różnych wariantów danych raportów za pomocą filtrów. Więcej informacji.

Menedżer użytkowników»
Liczba użytkowników: 2
Dodaj lub edytuj użytkowników. Więcej informacji.

Menedżer filtrów»
Liczba filtrów: 0
Za pomocą filtrów można dostosować sposób wyświetlania danych w raportach. Więcej informacji.

Przydatne linki

- Jak sprawdzić, czy kod śledzenia został poprawnie zainstalowany?
- Dlaczego w raportach nie są wyświetlane żadne dane?
- Jak udzielić dostępu dodatkowemu użytkownikowi?
- Po jakim czasie moje dane będą widoczne?
- Kod śledzenia został już dodany, ale pojawia się komunikat Kod śledzenia nie został wykryty lub zweryfikowany. Dlaczego?

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.20. Instalacja statystyk Google — etap pierwszy

Google Analytics @gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty: Kliknij, aby wybrać profil witryny internetowej | Moje konta Analytics: danowski.pl/wp

Ustawienia Analytics > Tworzenie nowego profilu witryny

Tworzenie nowego profilu witryny

Wybierz typ profilu witryny

Zadecyduj, czy chcesz utworzyć dodatkowy profil istniejącej domeny, czy profil służący do śledzenia nowej domeny.

☒ Dodaj profil nowej domeny LUB ☐ Dodaj profil doistniejącej domeny

Dodaj profil nowej domeny

Podaj adres URL witryny, którą chcesz śledzić.
http://
Przykłady: www.mojawitryna.com
Uwaga! Po dodaniu tego profilu możesz dodawać kolejne

Państwo w strefie czasowej: Polska
Strefa czasowa: (GMT+01:00) Warszawa

Anuluj Zakończ

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.21. Instalacja statystyk Google — etap drugi

W tej chwili zostaniesz przeniesiony do strony widocznej na rysunku 11.23. Obok nowo dodanego projektu kliknij odnośnik opisany jako *Sprawdź status*.

Zostaniesz znowu przeniesiony na stronę z kodem instalacyjnym. Tyle tylko że w nagłówku strony pojawią się informacje na temat tego, czy instalacja przebiegła pomyślnie (rysunek 11.24).

Google Analytics

@gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty: [www.dvdinfo.pl](#) | Moje konta Analytics: [danowski.pl/wp](#)

Ustawienia Analytics > Kod śledzenia

Kod śledzenia

Informacje o stanie śledzenia

Nazwa profilu:	www.dvdinfo.pl
Adres URL witryny:	http://www.dvdinfo.pl
Identyfikator usługi internetowej: ?	UA-472234-6
Stan śledzenia:	❶ Śledzenie niezainstalowane (Data ostatniego sprawdzenia: 2008-10-27 08:20:07) Na stronie głównej Twojej witryny nie wykryto kodu śledzenia Google Analytics. Aby umożliwić działanie usługi Analytics, administrator witryny musi dodać kod do każdej strony witryny.

Instrukcje dodawania śledzenia

Nowy kod śledzenia (ga.js) | **Stary kod śledzenia (urchin.js)**

Skopiuj następujący blok kodu do źródła każdej strony internetowej, którą chcesz śledzić przed samym tagiem `/body`. Jeżeli w Twojej witrynie znajduje się treść dynamiczna, możesz użyć wspólnych plików lub szablonu. Dowiedz się więcej

Ten kod śledzenia umożliwia korzystanie z szerokiej gamy nowych funkcji w miarę ich udostępniania.

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("https:" == document.location.protocol) ? "https://ssl." : "http://www.
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost + "google-analytics.com/ga.js' type=
</script>
<script type="text/javascript">
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-472234-6");
pageTracker._trackPageview();
</script>
```

⚠ **Uwaga!** Zalecamy nie umieszczać obu kodów śledzenia na jednej stronie. W przeciwnym razie dane w raportach mogą być nieprecyzyjne. Można jednak zastosować nowy kod tylko na wybranych stronach w witrynie, zostawiając stary kod na pozostałych.

💡 Co zrobić w przypadku, kiedy to nie ja aktualizuję witryny? Wyślij powyższy kod i instrukcje pocztą elektroniczną do zespołu technicznego lub administratora witryny. Gdy kod śledzenia zostanie dodany do witryny, kliknij pozycję **Sprawdź stan** na stronie **Ustawienia Analytics**, aby sprawdzić, czy witryna jest śledzona i czy zbierane są dane.

Zakończ

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.22. Instalacja statystyk Google — etap trzeci

Na naszym przykładzie widać, że statystyki zostały zainstalowane poprawnie. Teraz pozostaje już tylko kliknąć przycisk *Zakończ* i poczekać, aż w systemie pojawią się pierwsze dane. Zwykle pierwsze ślady aktywności pojawiają się po 24 godzinach od chwili uruchomienia statystyk.

Warto pamiętać, że z jednego konta możemy obsłużyć wiele domen, a co za tym idzie, możemy uruchomić kilka lub kilkanaście statystyk niezależnych od siebie. Dostęp do odpowiedniej witryny będzie możliwy z poziomu panelu administracyjnego, który zawsze pojawia się po zalogowaniu. Rysunek 11.25 przedstawia sytuację, w której na jednym koncie zainstalowaliśmy dwie domeny.

Google Analytics @gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty | Kliknij, aby wybrać profil witryny internetowej | Moje konto Analytics: danowski.pl/wp

Przyciągnij do swojej witryny pożądaną użytkowników.
Korzystaj z AdWords z kontem Google Analytics.
Opowiedz więcej o AdWords. | W jaki sposób mogę korzystać jednocześnie z AdWords i Analytics?

Ustawienia Analytics - danowski.pl/wp (Edycja konta i ustawienia udostępniania danych)
Ta strona umożliwia zarządzanie profilami, celami i dostępem do konta

Profile witryn internetowych

<< Poprzednie 1 - 3 / 3 Następne >> Pokaż 10 Wyszukaj

Nazwa	Domena	Raporty	Ustawienia	Usuń na zawsze	Stan
1. danowski.pl	http://danowski.pl/wp	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)
2. forum.laptopy.info.pl	http://forum.laptopy.info.pl	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)
3. www.dvinfo.pl	http://www.dvinfo.pl	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	ⓘ Śledzenie niezainstalowane Sprawdź status

Dodaj profil witryny»
Profil umożliwia śledzenie witryny i/lub tworzenie różnych widoków danych raportów za pomocą filtrów Więcej informacji.

Menedżer użytkowników»
Liczba użytkowników: 2
Dodaj lub edytuj użytkowników. Więcej informacji.

Menedżer filtrów»
Liczba filtrów: 0
Za pomocą filtrów można dostosować sposób wyświetlania danych w raportach. Więcej informacji.

Przydatne linki

- Jak sprawdzić, czy kod śledzenia został poprawnie zainstalowany?
- Dlaczego w raportach nie są wyświetlane żadne dane?
- Jak udzielić dostępu dodatkowemu użytkownikowi?
- Po jakim czasie moje dane będą widoczne?
- Kod śledzenia został już dodany, ale pojawia się komunikat Kod śledzenia nie został wykryty lub zweryfikowany. Dlaczego?

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.23. Instalacja statystyk Google — etap czwarty

Najważniejsze funkcje i możliwości

Skoro udało nam się zainstalować statystyki i minęło kilka dni od tej chwili, warto zobaczyć, co się dzieje z naszą stroną. Aby zobaczyć raporty, wystarczy zalogować się do systemu i w panelu administracyjnym kliknąć opcję *Przeglądaj raporty*, która jest widoczna obok adresu strony, na jakiej zainstalowaliśmy statystyki.



Wskazówka

W dalszej części zwrócimy uwagę jedynie na kilka przydatnych informacji i nie będziemy zajmować się wszystkimi możliwościami systemu Google Analytics. Jeżeli jednak jesteś zainteresowany poznaniem wszystkich możliwości systemu, to odsyłamy Cię do darmowego e-booka poświęconego temu systemowi. Książkę można pobrać ze strony <http://www.ittechnology.us/przewodnik-po-google-analytics>.

Na rysunku 11.26 przedstawiliśmy stronę główną statystyk dla wybranej domeny. W lewej kolumnie znajdziesz menu nawigacyjne, któremu bliżej przyjrzymy się w dalszej części podrozdziału. Natomiast po prawej stronie widać kilka wykresów. Pierwszy z wykresów domyślnie pokazuje liczbę odwiedzin Twojej witryny. Poniżej znajdziesz informacje o wykorzystaniu witryny, a wśród danych dostępne są m.in. informacje o odsłonach, wskaźniku odrzuceń czy liczbie nowych odwiedzin. Dalej znajdziesz dane o miejscu pochodzenia Twoich gości, wykaz najpopularniejszych podstron Twojej witryny czy informacje o tym, w jaki sposób ludzie weszli na Twoją stronę.

Google Analytics

bartek.danowski@gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics

Wyświetl raporty: www.dvinfo.pl

Moje konto Analytics: danowski.pl/wp

Ustawienia Analytics > Kod śledzenia

Kod śledzenia

Informacje o stanie śledzenia

Nazwa profilu: www.dvinfo.pl

Adres URL witryny: http://www.dvinfo.pl

Identyfikator usługi internetowej: UA-472234-6

Stan śledzenia:

⚠ Oczekiwanie na dane

Kod Analytics został prawidłowo zainstalowany i dane są już gromadzone.

Instrukcje dodawania śledzenia

Nowy kod śledzenia (ga.js)

Stary kod śledzenia (urchin.js)

Skopiuj następujący blok kodu do źródła każdej strony internetowej, którą chcesz śledzić przed samym tagiem `/body`. Jeżeli w Twojej witrynie znajduje się treść dynamiczna, możesz użyć wspólnych plików lub szablonu. Dowiedz się więcej

Ten kod śledzenia umożliwia korzystanie z szerokiej gamy **nowych funkcji** w miarę ich udostępniania.

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("https:" == document.location.protocol) ? "https://ssl." : "http://www.
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost + "google-analytics.com/ga.js' typ
</script>
<script type="text/javascript">
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-472234-6");
pageTracker._trackPageview();
</script>
```

⚠ Uwaga!

Zalecamy nie umieszczać obu kodów śledzenia na jednej stronie. W przeciwnym razie dane w raportach mogą być nieprecyzyjne. Można jednak zastosować nowy kod tylko na wybranych stronach w witrynie, zostawiając stary kod na pozostałych.

💡

Co zrobić w przypadku, kiedy to nie ja aktualizuję witrynę? Wyślij powyższy kod i instrukcje pocztą elektroniczną do zespołu technicznego lub administratora witryny. Gdy kod śledzenia zostanie dodany do witryny, kliknij pożyć Sprawdz stan na stronie Ustawienia Analytics, aby sprawdzić, czy witryna jest śledzona i czy zbierane są dane.

Zakończ

Typowe pytania

- Jak dodać kod śledzenia do witryny?
- Jak można sprawdzić, czy kod śledzenia został dodany do stron prawidłowo?
- Jak długo trzeba czekać na raportowane dane po dodaniu kodu śledzenia?
- Co oznaczają poszczególne komunikaty o stanie śledzenia?

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.24. Instalacja statystyk Google — etap piąty

Menu *Użytkownicy witryny* (rysunek 11.27) zawiera m.in. informacje o:

- ♦ geolokalizacji użytkowników,
- ♦ języku używanym przez gości strony,
- ♦ proporcjach pomiędzy nowymi a powracającymi użytkownikami,
- ♦ zachowaniu użytkowników (liczba odwiedzin, odsłon, czas spędzony w witrynie czy współczynnik odrzuceń),
- ♦ lojalności użytkowników (czas, jaki minął od poprzednich odwiedzin, głębokość i czas trwania odwiedzin),

Google Analytics @gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty | Kliknij, aby wybrać profil witryny internetowej | Moje konta Analytics: danowski.pl/wp

Przyciągnij do swojej witryny pożądaných użytkowników.
Korzystaj z AdWords z kontem Google Analytics.
Opowiedz więcej o AdWords. | W jaki sposób mogę korzystać jednocześnie z AdWords i Analytics?

Ustawienia Analytics - danowski.pl/wp (Edycja konta i ustawienia udostępniania danych)
Ta strona umożliwia zarządzanie profilami, celami i dostępem do konta

Profile witryn internetowych

«Poprzednie 1 - 2 / 2 Następne» Pokaż: 10 Wyszukaj

Nazwa	Domena	Raporty	Ustawienia	Usuń na zawsze	Stan
1. danowski.pl	http://danowski.pl/wp	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)
2. forum.laptopy.info.pl	http://forum.laptopy.info.pl	Przeglądaj raporty	Edycja	Usuń na zawsze	✓ Odbieranie danych Cele konwersji (0)

Dodaj profil witryny»
Profil umożliwia śledzenie witryny i/lub tworzenie różnych widoków danych raportów za pomocą filtrów. Więcej informacji.

Menadżer użytkowników»
Liczba użytkowników: 2
Dodaj lub edytuj użytkowników. Więcej informacji.

Menadżer filtrów»
Liczba filtrów: 0
Za pomocą filtrów można dostosować sposób wyświetlania danych w raportach. Więcej informacji.

Przydatne linki

- Jak sprawdzić, czy kod śledzenia został poprawnie zainstalowany?
- Dlaczego w raportach nie są wyświetlane żadne dane?
- Jak udzielić dostępu dodatkowemu użytkownikowi?
- Po jakim czasie moje dane będą widoczne?
- Kod śledzenia został już dodany, ale pojawia się komunikat Kod śledzenia nie został wykryty lub zweryfikowany. Dlaczego?

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.25. Instalacja statystyk Google — panel administracyjny

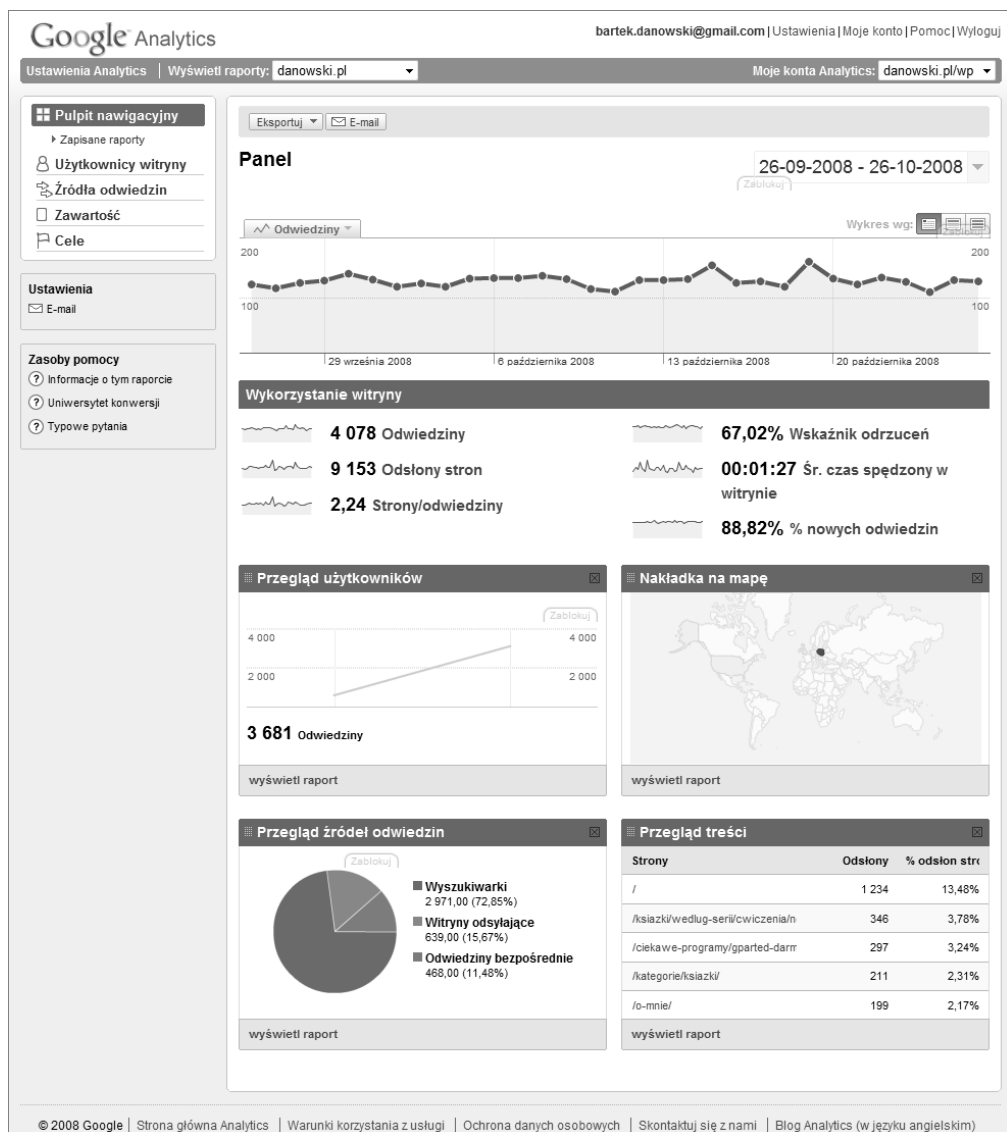
- ♦ parametrach i funkcjach przeglądarki (informacje o przeglądarce i systemie operacyjnym, informacje o rozdzielczości i palecie kolorów, dodatku Flash i maszynie Java),
- ♦ właściwościach internetu używanego przez gości (dostawca usług internetowych oraz szybkość połączenia).

Dane zebrane w sekcji *Użytkownicy witryny* mogą być przydatne dla osób tworzących strony, gdyż na ich podstawie możemy zoptymalizować kod strony oraz użyte rozwiązania, tak by spełniały oczekiwania naszych gości. Poza tym osoby zajmujące się pozycjonowaniem również mogą znaleźć tu coś dla siebie. Naszym zdaniem przydatnymi informacjami są te dotyczące lojalności użytkowników oraz ich zachowania na stronie. Pamiętaj, że powinniśmy zatrzymać użytkownika na stronie jak najdłużej. Dlatego warto śledzić czas wizyty oraz jej głębokość. Przydają się też informacje o lojalności.

Kolejne menu nosi nazwę *Źródła odwiedzin* (rysunek 11.28). To tutaj znajdziemy najwięcej przydatnych informacji na temat efektów pozycjonowania naszej strony.

W menu *Źródła odwiedzin* możemy szukać informacji na temat:

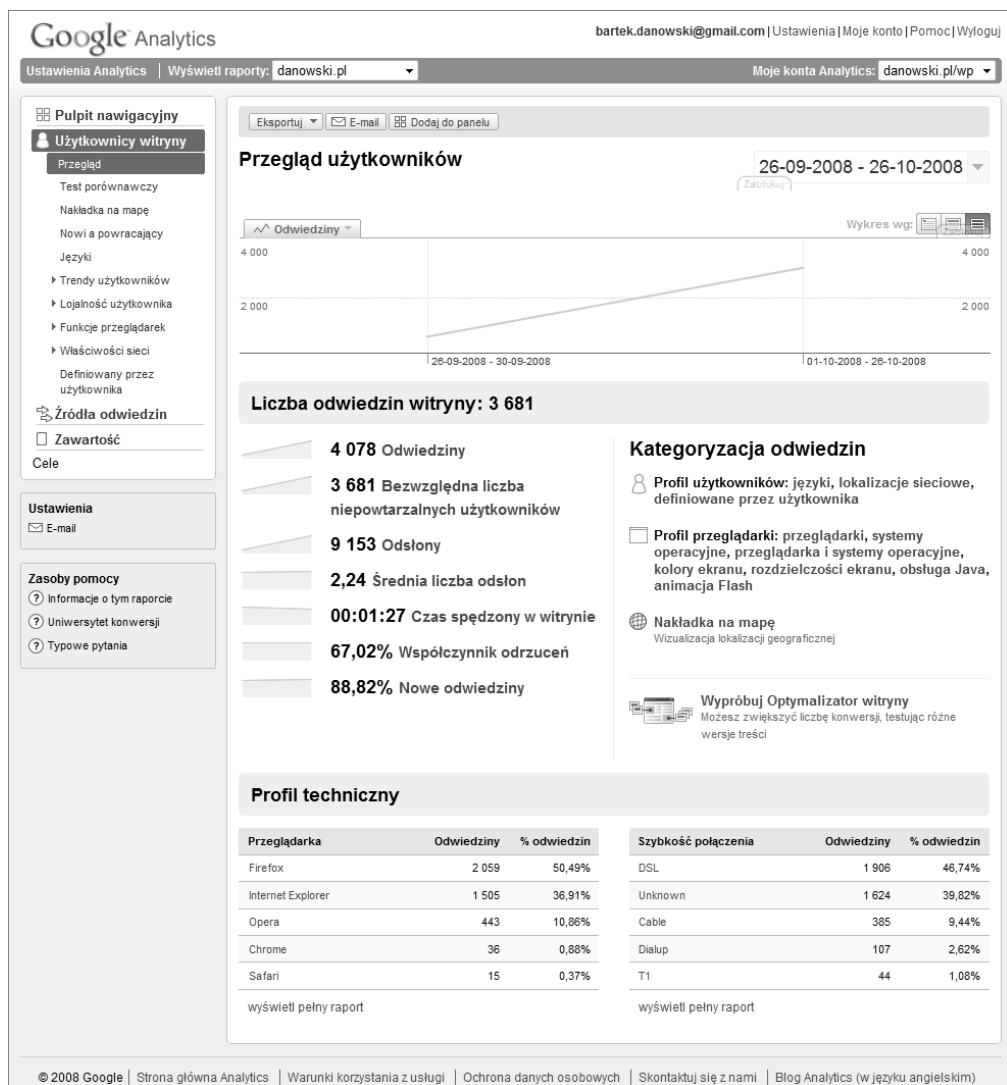
- ♦ odwiedzin bezpośrednich,
- ♦ stron, z których goście trafili do nas,
- ♦ udziału wyszukiwarek w oglądalności naszej strony,
- ♦ słów kluczowych, które przysporzyły nam oglądających,
- ♦ skuteczności kampanii reklamowych.



Rysunek 11.26. Google Analytics — strona główna statystyk

Analiza poszczególnych grup danych pozwala na zdobycie wiedzy na temat tego, w jaki sposób i skąd pozyskujemy nowych odwiedzających stronę WWW.

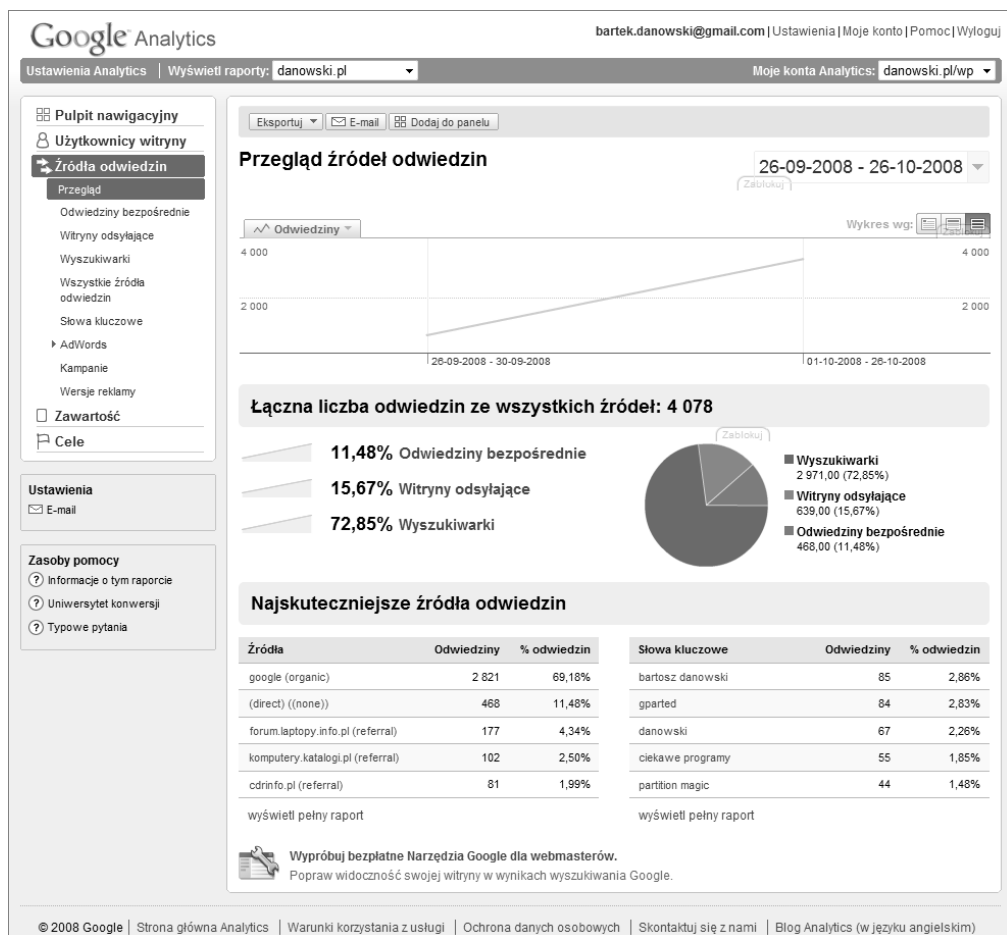
Kolejna grupa opcji zebrana została w menu *Zawartość* (rysunek 11.29). Sekcja ta również zawiera wiele przydatnych informacji z punktu widzenia osoby pozycjonującej stronę WWW.



Rysunek 11.27. Google Analytics —menu Użytkownicy witryny

Najważniejsze informacje, które możemy pozyskać dzięki opcjom zebranych w menu *Zawartość*, to:

- ◆ dane na temat najpopularniejszych podstron serwisu,
- ◆ dane o najpopularniejszych stronach według ich tytułu,
- ◆ dane o stronach docelowych,
- ◆ dane o stronach, na które wyszedł gość z naszego serwisu.

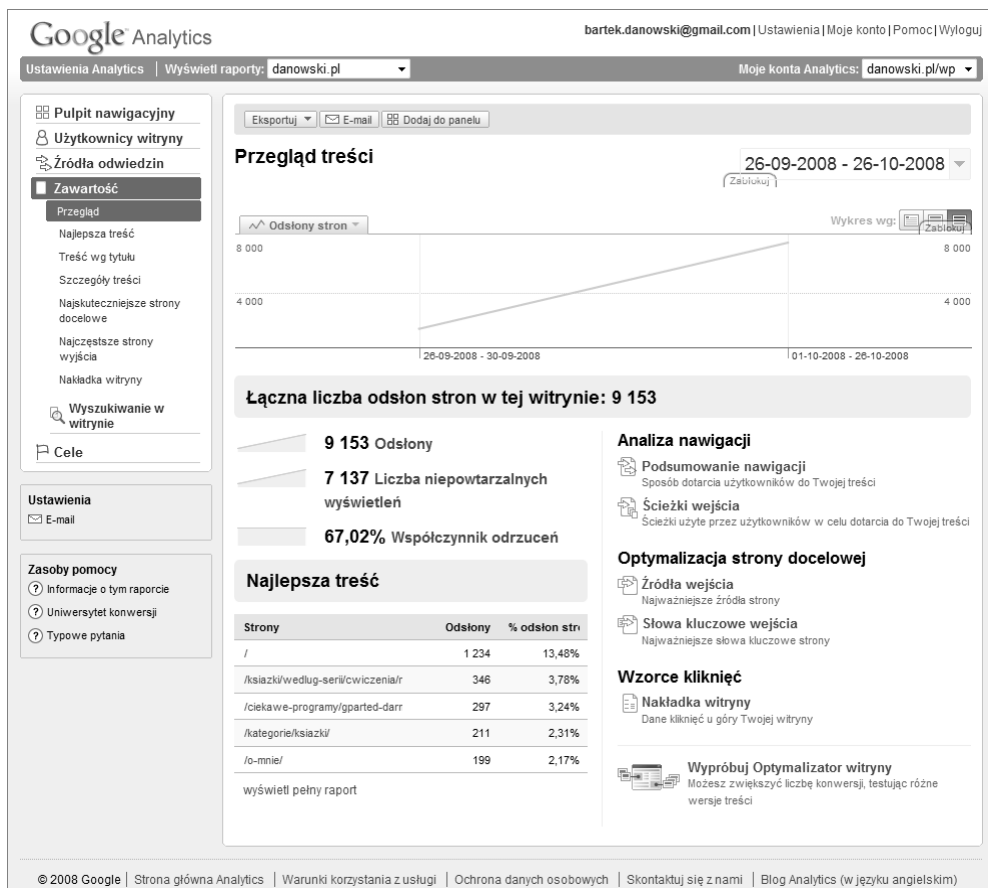


Rysunek 11.28. Google Analytics — menu Źródła odwiedzin

Dokładna analiza danych zebranych w menu *Zawartość* pozwala nam na przykład sprawdzić, na jakie strony udają się nasi goście. Na tej podstawie możemy wprowadzić zmiany w treści i spróbować zatrzymać odwiedzających na dłużej. Na przykład prowadzimy sklep z laptopami i widzimy, że nasi potencjalni klienci wychodzą na stronę portalu, który zajmuje się testami notebooków. W takim przypadku możemy podjąć działania, aby zatrzymać użytkownika u nas lub spowodować, aby wrócił do nas w przyszłości. Naszym zdaniem prawidłową reakcją w takim przypadku może być:

- ♦ uruchomienie własnej strony z testami laptopów,
- ♦ jeżeli goście upodobałi sobie jeden lub kilka serwisów testujących sprzęt, można pomyśleć o wykupieniu na nich reklamy lub zapewnieniu im sprzętu do testów w zamian za podziękowania i informacje o naszym sklepie.

Analiza najpopularniejszych treści na stronie również pozwala podjąć kroki mające na celu doprowadzenie do wzrostu popularności. Jeżeli na przykład widzimy, że ludzie czytają nasze artykuły, powinniśmy zadbać o to, aby było ich więcej i aby były ciekawe



Rysunek 11.29. Google Analytics — menu Zawartość

i wartościowe pod względem merytorycznym. Poza tym najpopularniejsze strony możemy wykorzystać do reklamowania naszych produktów lub skierowania czytelników do innych podstron serwisu.

Ostatnie menu nosi nazwę *Cele* (rysunek 11.30) i pozwala nam na określenie konwersji w odniesieniu do celów. Mówiąc dokładniej, chodzi o to, że możemy zdefiniować sobie pewne założenia, a następnie śledzić stopień ich realizacji. Doskonałym przykładem celu dla forum jest rejestracja użytkownika, a dla sklepu — wyświetlenie strony z podziękowaniem za dokonanie zakupu.

Definicja celu polega na określeniu punktu startu, kroków pośrednich i efektu końcowego. Analiza realizacji celów pozwala nam określić, w którym miejscu użytkownik rezygnuje z zadania, jakie rozpoczął. Na przykład w przypadku sklepu możemy wyróżnić kilka etapów, które należy przejść, aby dokonać zakupu. Poniżej prezentujemy uproszczony schemat.

- ◆ Otwarcie strony głównej sklepu.
- ◆ Wyszukanie produktu.

Google Analytics

bartek.danowski@gmail.com | Ustawienia | Moje konto | Pomoc | Wyloguj

Ustawienia Analytics | Wyświetl raporty: danowski.pl

Moje konto Analytics: danowski.pl/wp

Cele

- Przegląd
- Łączna liczba konwersji
- Współczynnik konwersji
- Porzucone ścieżki do celu
- Wartość celu
- Wizualizacja ścieżek

Przegląd celów

Do czego służą cele?
Konwersje na cel stanowią podstawowy wskaźnik pozwalający ocenić skuteczność witryny w wypełnianiu celów biznesowych. Cel to strona witryny internetowej, do której dociera użytkownik po dokonaniu zakupu lub wykonaniu innej pożądanej czynności, takiej jak rejestracja czy pobranie pliku.

W jaki sposób mogą mi pomóc cele?
Po ustawieniu celów, możesz wyświetlać współczynniki konwersji oraz wartość pieniężną odwiedzin. Możesz także określić ścieżkę dla każdego celu. Zdefiniowana ścieżka to ścieżka, którą powinien przejść użytkownik, aby dojść do celu. Określenie ścieżki umożliwi Ci monitorowanie liczby użytkowników rozpoczynających proces konwersji i doprowadzających go do końca.

Przykładowe cele to:

- Strony "Dziękujemy za dokonanie rejestracji"
- pobierania
- potwierdzenia trasy lotu
- Strona "Pobieranie ukończone"

Instrukcje konfigurowania celów i ścieżek

© 2008 Google | Strona główna Analytics | Warunki korzystania z usługi | Ochrona danych osobowych | Skontaktuj się z nami | Blog Analytics (w języku angielskim)

Rysunek 11.30. *Google Analytics — menu Cele*

- ♦ Dodanie do koszyka.
- ♦ Wypełnienie i wysłanie zamówienia.

Śledząc realizację celów za pomocą Google Analytics, możemy na przykład dojść do wniosku, że spory procent klientów rezygnuje z zakupu w chwili, gdy dodali oni już produkt do koszyka. To może nam na przykład uzmysłowić, że jakieś mechanizmy lub projekt strony powodują takie a nie inne zachowanie użytkowników. Często powodem porzucenia koszyka jest na przykład mało przemyślany projekt strony powodujący, że nasz klient nie potrafi znaleźć opcji wysłania swojego zamówienia. Zdarza się również, że wysłanie zamówienia wymaga na przykład posiadania konta, którego wielu kupującym po prostu nie chce się zakładać.

Dlatego nie bój się definiować własnych celów, śledź je, a następnie sprawnie i szybko reaguj na zaobserwowane problemy. Nie bój się podejmować śmiałych decyzji i wprowadzać zmian, ale pamiętaj, że musisz działać w oparciu o konkretne dane, których dostarczy Ci Google Analytics.



Zdajemy sobie sprawę z tego, że jedynie w sposób ogólny naszkicowaliśmy możliwości statystyk Google i zostawiamy Cię z głową pełną pytań i chęcią lepszego poznania możliwości oferowanych przez to potężne narzędzie, ale niestety z powodu ograniczeń, jakie nakłada na nas wydawca, musieliśmy na tym poprzestać. Jeżeli zainteresowały Cię możliwości oferowane przez Google Analytics, a ich ogrom Cię przeraża i potrzebujesz książki, to w tej chwili możemy odesłać Cię do darmowego e-booka na ten temat, który dostępny jest na stronie <http://www.ittechnology.us/przewodnik-po-google-analytics>. Poza tym w niedalekiej przyszłości planujemy wydać własną książkę poświęconą wyłącznie statystykom Google.

Monitoring rankingów wyszukiwarek

Regularna kontrola statystyk to tylko jeden z czynników, na które powinniśmy zwracać uwagę. Musisz też pamiętać, że najważniejszą rzeczą, jaką należy sprawdzać, jest pozycja Twojej strony w wynikach wyszukiwania.

Pozycja w wynikach wyszukiwania

Jeżeli chcesz kontrolować swoją pozycję w wynikach wyszukiwania, to bezapelacyjnie polecamy doskonałe narzędzia WebTools, które opisaliśmy w dodatku do niniejszej książki. Oczywiście zamiast skryptów działających na innych stronach WWW do kontroli pozycji swojej strony możesz użyć dedykowanych aplikacji. Tak się składa, że również w tym przypadku do dyspozycji mamy kilka ciekawych rozwiązań.

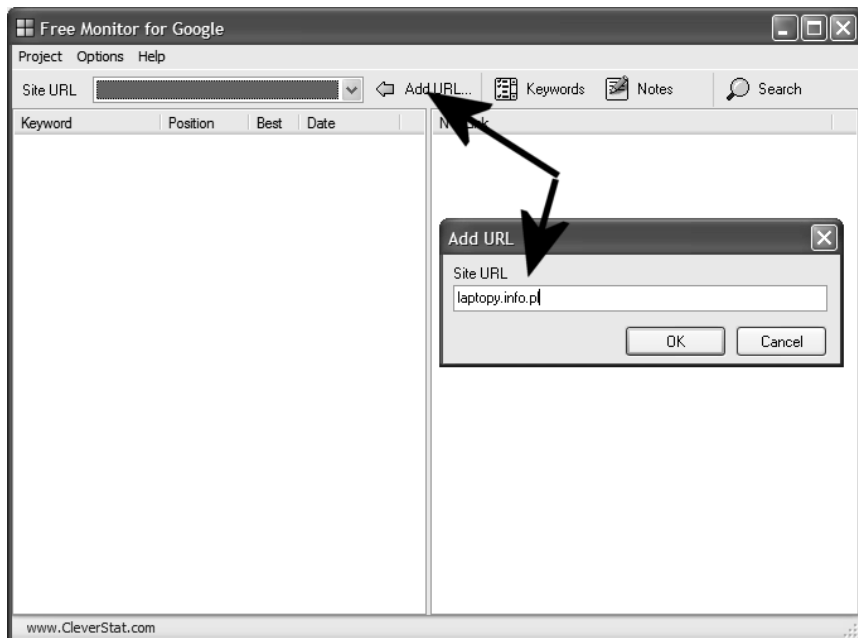
Zacznijmy od prostego, darmowego narzędzia o nazwie **Free Monitor for Google**, które można pobrać ze strony <http://www.cleverstat.com/google-monitor-query.htm>. Po pobraniu aplikacji na dysk i po jej zainstalowaniu warto postarać się o własny klucz do API Google. Przy jego użyciu będziemy mogli wygodnie korzystać zarówno z tej, jak i z innych aplikacji. Klucz API możemy uzyskać na stronie <http://code.google.com>. Następnie musisz otworzyć okno ustawień aplikacji (menu *Options/Preferences*) i umieścić uzyskany kod w odpowiednim polu (rysunek 11.31). Przy okazji ustaw kraj, w którym się znajdujesz, dzięki czemu program będzie korzystać z polskiej wersji wyszukiwarki Google.

Rysunek 11.31.
*Panel ustawień
programu Free
Monitor for Google*



Dodatkowo możesz określić liczbę podstron z wynikami, które będą brane pod uwagę podczas analizy. Prezentowany program domyślnie bierze pod uwagę 10 podstron wyników, czyli analizowanych jest pierwszych 100 wyników. Domyślne ustawienia możesz zmienić w sytuacji, gdy chcesz obserwować zachowania podstrony, jeżeli znajduje się ona na bardzo dalekiej pozycji.

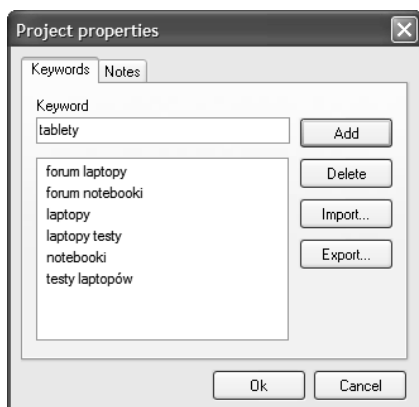
Po wprowadzeniu zmian w ustawieniach programu możemy przystąpić do dodania domeny, która będzie analizowana. W tym celu kliknij przycisk *Add URL* i w nowym oknie, które pokazaliśmy na rysunku 11.32, wpisz adres strony. Kliknij przycisk *OK*, aby zatwierdzić podane dane.



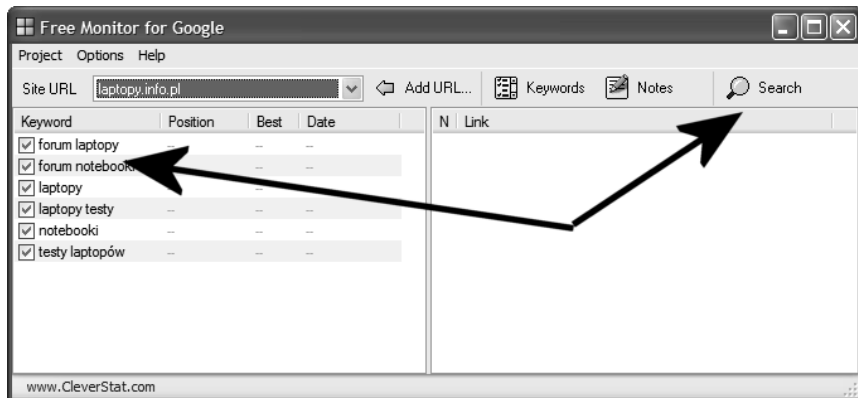
Rysunek 11.32. *Free Monitor for Google* — definiowanie domeny

Bezpośrednio po kliknięciu przycisku *OK* na ekranie monitora pojawi się kolejne okno, w którym należy zdefiniować listę słów kluczowych, jakie będą analizowane (rysunek 11.33). Odpowiednią frazę lub słowo wpisz w polu *Keyword* i kliknij przycisk *Add*. Powtarzaj opisane czynności, aż zbierzesz pełną listę słów. Dopiero wówczas kliknij przycisk *OK*.

Rysunek 11.33.
Free Monitor for Google — dodawanie słów kluczowych

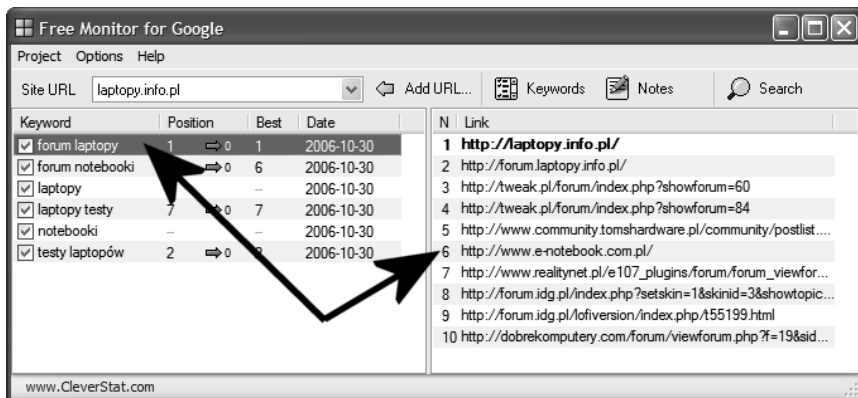


W tej chwili mamy określoną domenę i skompletowaną listę słów kluczowych. Możemy rozpocząć proces analizy. W tym celu wystarczy kliknąć przycisk *Search* i spokojnie poczekać, aż operacja zostanie zakończona (rysunek 11.34). Nie zapomnij, że czas potrzebny na dokonanie analizy w dużej mierze zależy od liczby słów, które dodałeś.



Rysunek 11.34. *Free Monitor for Google* — uruchamianie procesu analizy

Na rysunku 11.35 widać wyniki analizy. W kolumnie po lewej stronie obok poszczególnych słów znajdziesz wyniki. W rubryce *Position* podawana jest aktualna lokata, a strzałki obrazują, czy zaliczyłeś awans, spadek, czy też Twoja pozycja nie uległa zmianie. Natomiast w kolumnie *Best* wyświetlony zostaje najlepszy z uzyskanych rezultatów.



Rysunek 11.35. *Free Monitor for Google* — wyniki analizy

Po kliknięciu słowa z lewej kolumny w prawej części okna zobaczysz adresy 10 stron sąsiadujących z Twoją witryną. Dzięki temu możesz się przekonać, kto jest Twoim bezpośrednim konkurentem.

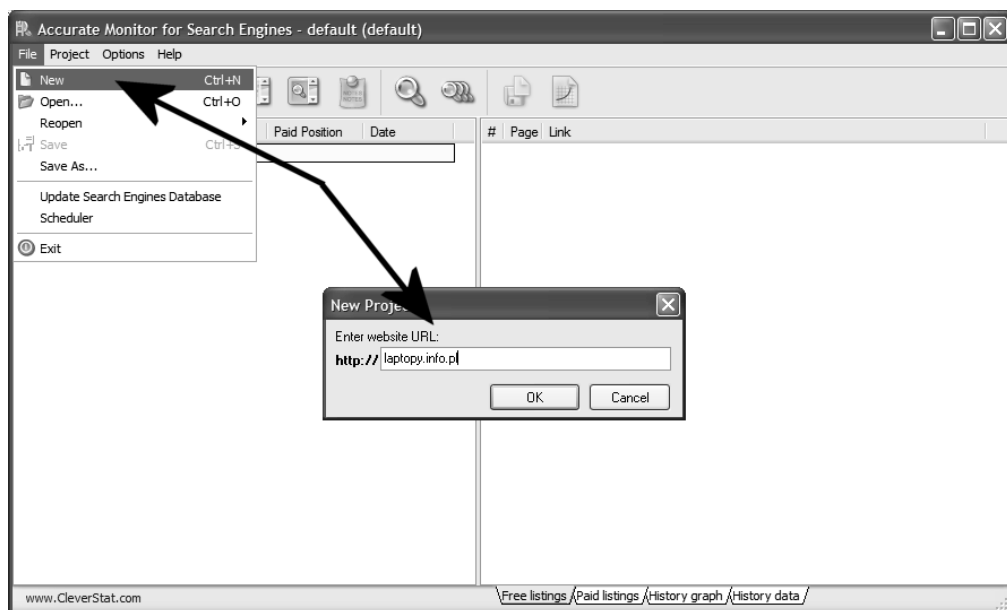
Jak widzisz, program *Free Monitor for Google* jest prosty, ale mimo to może się przydać i znacznie ułatwić proces analizy pozycji witryny w wynikach wyszukiwarki Google. Zaletą programu jest możliwość dodania kilku projektów (adres strony plus lista słów kluczowych), dzięki czemu jeszcze łatwiej można kontrolować kilka niezależnych od siebie stron.

Jeżeli poważnie myślisz o pozycjonowaniu swojej strony, masz wiele słów do sprawdzenia i pozycjonujesz w kilku wyszukiwarkach, możesz skorzystać z bardziej rozbudowanego narzędzia. Mamy tutaj na myśli program o nazwie ***Accurate Monitor for Search Engines***. Aplikację w wersji testowej możesz pobrać ze strony <http://www.cleverstat.com>. Kupno licencji na prezentowany program to wydatek rzędu 99 dolarów dla zastosowań prywatnych i 149 dolarów dla zastosowań komercyjnych.

Obsługa programu jest stosunkowo prosta i przypomina omówioną wcześniej aplikację Free Monitor for Google. Poniżej opisaliśmy najważniejsze różnice, z jakimi mamy do czynienia w tych dwóch programach.

Pracę z programem zaczynamy od jego konfiguracji. W praktyce cała operacja ogranicza się do wybrania z menu *Options* opcji *Preferences* i wprowadzenia zmian w oknie ustawień. W stosunku do domyślnych ustawień należy wprowadzić jedynie klucz API wyszukiwarki Google. Odpowiednie pole, do którego masz wkleić swój numer, znajdziesz w zakładce *Google*. Naszym zdaniem dodatkowe zmiany nie są potrzebne.

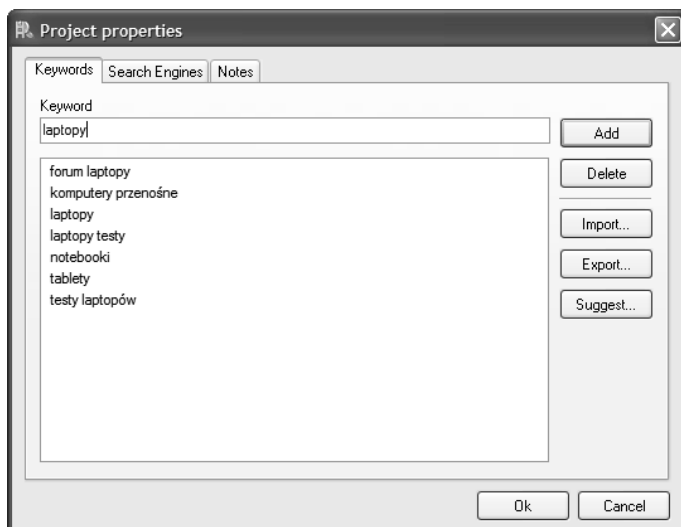
Po zakończeniu konfiguracji przyszła pora na zdefiniowanie nowego projektu. W tym celu z menu *File* wybieramy opcję *New*. W nowym oknie, które zaprezentowaliśmy na rysunku 11.36, należy podać adres domeny i kliknąć przycisk *OK* (rysunek 11.36).



Rysunek 11.36. *Accurate Monitor for Search Engines* — tworzenie nowego projektu (etap pierwszy)

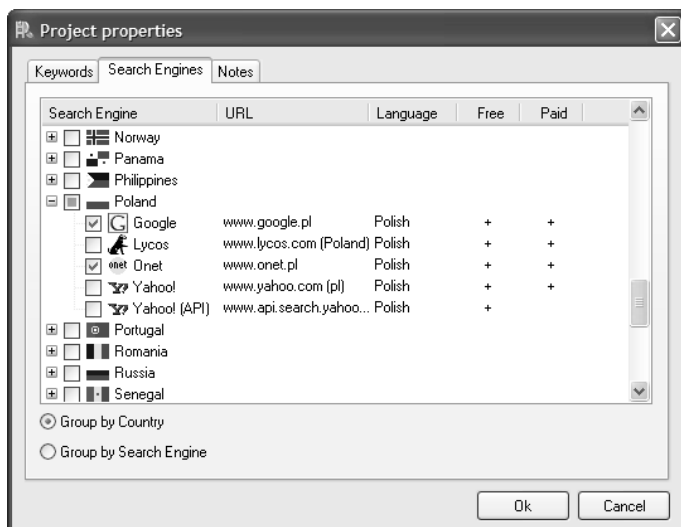
W kolejnym kroku należy dodać listę słów kluczowych. Odpowiednie słowa wystarczy wpisać w polu *Keyword* i kliknąć przycisk *Add* (rysunek 11.37). Po skompletowaniu pełnej listy fraz i słów kluczowych przechodzimy do zakładki *Search Engines*.

Rysunek 11.37.
*Accurate Monitor
 for Search Engines*
 — tworzenie nowego
 projektu (etap drugi)



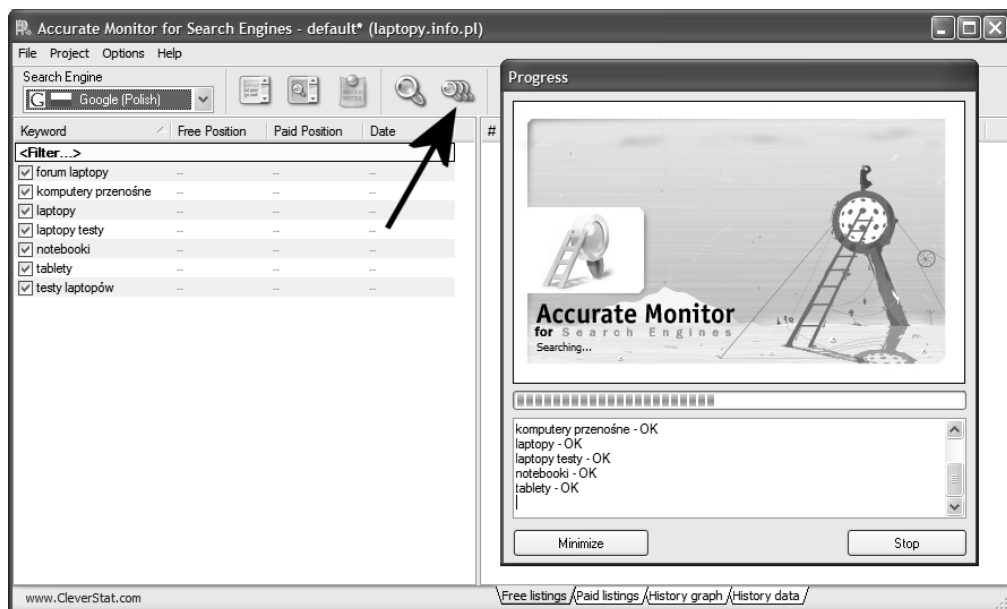
Na liście krajów należy odszukać na przykład Polskę lub inny, w Twoim przypadku bardziej odpowiedni, kraj i kliknąć znak plusa widoczny przed jego nazwą. Następnie na liście wyszukiwarek działających w danym kraju zaznaczamy te, z których będziemy korzystać (rysunek 11.38). Wybór zatwierdzamy przez kliknięcie przycisku OK.

Rysunek 11.38.
*Accurate Monitor
 for Search Engines*
 — tworzenie nowego
 projektu (etap trzeci)

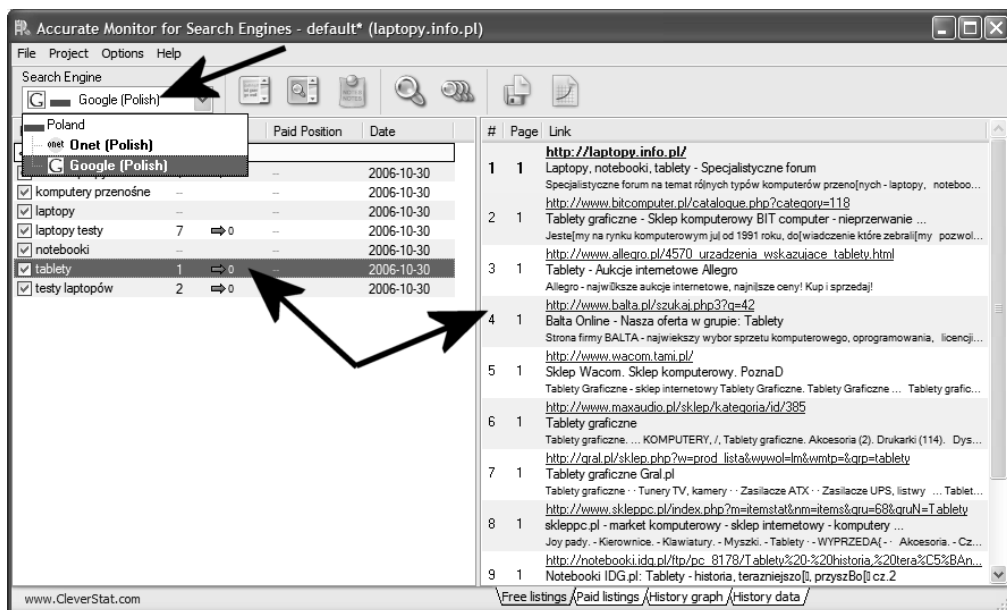


W tej chwili konfiguracja programu oraz tworzenie nowego projektu zostały zakończone. Możemy rozpocząć analizę. W tym celu klikamy ikonę oznaczoną na rysunku 11.39 strzałką.

Program rozpocznie sprawdzanie wszystkich słów kluczowych w wybranych przez Ciebie wyszukiwarkach. Po chwili pracy na ekranie zobaczysz wyniki (rysunek 11.40).



Rysunek 11.39. Accurate Monitor for Search Engines — analiza wyników (etap pierwszy)



Rysunek 11.40. Accurate Monitor for Search Engines — analiza wyników (etap drugi)

W górnej części, w polu *Search Engine* możesz wybrać wyszukiwarkę, której wyniki chcesz przejrzeć. Układ pozostałych elementów jest taki sam, jak w przypadku omawianego wcześniej programu *Free Monitor for Google*, dlatego uznaliśmy, że nie wymaga on ponownego komentarza.

Do najważniejszych zalet prezentowanego programu można zaliczyć to, że w swojej bazie wyszukiwarek ma on rozwiązania charakterystyczne dla naszego kraju. Poza tym prezentowana aplikacja pozwala na generowanie szczegółowych raportów oraz analizowanie danych z dłuższego okresu. To wszystko sprawia, że na program ten warto zwrócić uwagę.

Kontrola stopnia indeksacji

Na temat indeksacji strony napisaliśmy już wiele, dlatego teraz w skrócie pokażemy, w jaki sposób kontrolować stopień indeksacji witryny w różnych wyszukiwarkach.



Wskazówka

Jeżeli chcesz kontrolować stopień indeksacji strony, to bezapelacyjnie polecamy doskonałe narzędzia WebTools, które opisaliśmy w dodatku do niniejszej książki.

W przypadku wszystkich omawianych przez nas wyszukiwarek kontrola stopnia indeksacji witryny jest możliwa za pomocą polecenia *site:nazwa_domeny*, na przykład *site:laptopy.info.pl*. Polecenie to należy wpisać w pole zapytania wyszukiwarki i kliknąć przycisk *Szukaj*. Na rysunku 11.41 pokazaliśmy wynik działania zapytania w wyszukiwarce NetSprint.

The screenshot shows the NetSprint search engine interface. At the top, there are navigation links: WWW, Grafika, Wiadomości, Firmy, Encyklopedia, and Słowniki. Below these is a search bar containing the text 'site:laptopy.info.pl', a dropdown menu set to '10', and a 'Szukaj' button. To the right of the search bar is a link for 'Zaawansowane Preferencje'. Below the search bar, there are two links: 'Dodaj stronę i telefon' and 'Promocja w wyszukiwarce'. The main content area shows the search results for 'WWW: site:laptopy.info.pl'. It lists 10 results, each with a URL and a brief description. The results are: 1. http://forum.laptopy.info.pl/gg.php?mode=gadu&u=492 (forum.laptopy.info.pl/gg.php?mode=gadu&u=492), 2. http://www.forum.laptopy.info.pl/ (www.forum.laptopy.info.pl), 3. http://forum.laptopy.info.pl/index.php?c=14 (forum.laptopy.info.pl/index.php?c=14), 4. http://forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=29 (forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=29), 5. http://forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=28 (forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=28), 6. http://forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=15 (forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=15), 7. http://forum.laptopy.info.pl/login.php (forum.laptopy.info.pl/login.php), 8. http://forum.laptopy.info.pl/warnings.php (forum.laptopy.info.pl/warnings.php), 9. http://forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=14 (forum.laptopy.info.pl/viewforum.php?f=14), and 10. http://forum.laptopy.info.pl/gg.php?mode=gadu&u=995 (forum.laptopy.info.pl/gg.php?mode=gadu&u=995). At the bottom of the results area, there is a pagination bar showing 'Strona 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10' and a 'Następ' button.

Rysunek 11.41. Wynik kontroli stopnia indeksacji witryny przez wyszukiwarkę NetSprint

Kontrola liczby odsyłaczy zewnętrznych

Następnym elementem, który powinniśmy kontrolować, jest liczba odsyłaczy zewnętrznych. Nie ma co ukrywać, w dzisiejszych czasach o pozycji witryny w wyszukiwarce Google decyduje duża liczba odsyłaczy ze ściśle określonym słowem kluczowym w opisie.

Odsyłacze można kontrolować za pomocą bezpośrednich zapytań zadawanych wyszukiwarce lub specjalnych skryptów. Nieco dalej pokażemy najważniejsze i najwygodniejsze rozwiązania.

W przypadku większości omawianych przez nas wyszukiwarek korzystamy z zapytania *link:nazwa_domeny*, które wpisujemy w pole zapytania wyszukiwarki.

Możesz również wykorzystać specjalne skrypty, których wiele znajduje się na różnych stronach WWW. My ze swej strony polecamy narzędzia WebTools, które szerzej przedstawiliśmy w dodatku do niniejszej książki.

Kreator stanu witryny

Jest to proste narzędzie, dzięki któremu możemy się dowiedzieć, czy strona jest w indeksie Google i kiedy po raz ostatni została odwiedzona przez Googlebota. Obsługa ogranicza się do otwarcia strony <http://www.google.pl/webmasters>, wybrania opcji *Kreator stanu witryny* i wpisania adresu domeny, którą chcemy sprawdzić (rysunek 11.42).



Rysunek 11.42. Kreator stanu witryny

W zależności od domeny, jaką wpisujemy, na następnej stronie otrzymamy wyniki jej odpowiadające. Wyniki dla przykładowej domeny *www.google.com*, które są widoczne na rysunku 11.43, zawierały następujące informacje:

- ♦ *Strony tej witryny są uwzględnione w indeksie Google.*
- ♦ *Googlebot ostatnio uzyskał dostęp do Twojej strony głównej w dniu **data**.*

Narzędzia dla webmasterów
[Pomoc](#)

Status witryny: > **Krok 2 z 2**

<http://www.google.com/>

✓ Strony tej witryny są uwzględnione w indeksie Google. [?]

✓ Googlebot ostatnio uzyskał dostęp do Twojej strony głównej w dniu **2007-01-18**.

Możliwe problemy dotyczące indeksowania:

Nie mamy informacji o wszystkich stronach tej witryny. Możesz przesłać mapę tej witryny, aby podać nam więcej informacji na jej temat.

Dostępnych może być więcej szczegółowych informacji na temat tej witryny

Korzystając z narzędzi Google dla webmasterów możesz uzyskać więcej szczegółowych informacji dostępnych tylko dla właścicieli witryn, na przykład:

- błędy napotkane przez Googlebota podczas indeksowania witryny
- zapytania najczęściej powodujące wyszukanie tej witryny

[Przejdź do narzędzi Google dla webmasterów](#)
[Nie, dziękuję](#)

© 2006 Google Inc. - [Zasady świadczenia usług](#) - [Ochrona danych osobowych](#) - [Grupa dyskusyjna dla webmasterów](#)

Rysunek 11.43. Wyniki kreatora stanu witryny dla domeny www.google.com

Możliwe problemy dotyczące indeksowania:

Nie mamy informacji o wszystkich stronach tej witryny. Możesz przesłać mapę tej witryny, aby podać nam więcej informacji na jej temat.

Takie informacje uzyskamy dla każdej domeny, która jest zaindeksowana w Google. Trzeci punkt z wyżej wymienionych nie odpowiada tak naprawdę prawdziwemu stanowi rzeczy. Ta informacja pojawia się zarówno wtedy, gdy sprawdzana domena ma zarejestrowaną mapę stron w Google, jak i wówczas, gdy jej nie ma.

Jeżeli jako domenę wpisujemy stronę, która nie jest zaindeksowana w Google, ale istnieje, to uzyskany wynik będzie trzecim punktem z poprzedniego przypadku, tj.:

Możliwe problemy dotyczące indeksowania:

Nie mamy informacji o wszystkich stronach tej witryny. Możesz przesłać mapę tej witryny, aby podać nam więcej informacji na jej temat.

W takiej sytuacji informacja również nie jest do końca przydatna, ponieważ wynik jest taki sam zarówno dla nowej, jeszcze niezaindeksowanej domeny, jak i dla domeny, która została zbanowana przez wyszukiwarkę. Takie wyniki przedstawiliśmy na rysunku 11.44.

Jeżeli zapytamy o domenę, która nie jest zarejestrowana lub nie ma poprawnie zdefiniowanych serwerów nazw, czyli nie można wejść na nią przez przeglądarkę, to otrzymamy następujący wynik:

Ogólny błąd HTTP: Nie znaleziono nazwy domeny

Pomoc

Google

Narzędzia dla webmasterów

Status witryny: > Krok 2 z 2

http://www.██████████.net/

Możliwe problemy dotyczące indeksowania:

Nie mamy informacji o wszystkich stronach tej witryny. Możesz przesłać mapę tej witryny, aby podać nam więcej informacji na jej temat.

Dostępnych może być więcej szczegółowych informacji na temat tej witryny

Korzystając z narzędzi Google dla webmasterów możesz uzyskać więcej szczegółowych informacji dostępnych tylko dla właścicieli witryn, na przykład:

- błędy napotkane przez Googlebota podczas indeksowania witryny
- zapytania najczęściej powodujące wyszukanie tej witryny

Przejdź do narzędzi Google dla webmasterów Nie, dziękuję

Statystyki zapytań

Wybierz typ wyszukania: Wszystkie wyszukania
Wybierz lokalizację wyszukania: Wszystkie lokalizacje
Wyświetl szczegóły

Wszystkie wyszukania: Wszystkie lokalizacje

Zapytania najczęściej powodujące wyszukanie	Średnia liczba kliknięć	Zapytania najczęściej powodujące kliknięcia	Średnia liczba kliknięć
1. .net	4	1. google	4
2. google	5	2. "google.pl"	1
3. "google.pl"	1	3. google.pl	1
4. "www.google"	6	4. "www.google"	6
5. pl	5	5. google	5

Rysunek 11.44. Wyniki kreatora stanu witryny dla istniejącej domeny niezaindeksowanej w Google

Na rysunku 11.45 pokazaliśmy taką sytuację. Identyczny wynik możemy otrzymać, jeżeli domena jest zarejestrowana i poprawnie wydelegowana, tylko propagacja serwerów nazw jeszcze się nie skończyła. W takim przypadku należy poczekać do 48 godzin na zakończenie propagacji.

Pomoc

Google

Narzędzia dla webmasterów

Status witryny: > Krok 1 z 2

Użyj kreatora krok po kroku, aby uzyskać więcej informacji o stanie tej witryny w indeksie Google.

O której witrynie chcesz uzyskać więcej informacji?

Wpisz adres URL swojej strony poniżej:

www.██████.be

Ogólny błąd HTTP: Nie znaleziono nazwy domeny

Przykład: <http://www.google.com>

Dalej

© 2006 Google Inc. - [Zasady świadczenia usług](#) - [Ochrona danych osobowych](#) - [Grupa dyskusyjna dla webmasterów](#)

Rysunek 11.45. Wyniki kreatora stanu witryny dla nieistniejącej domeny