

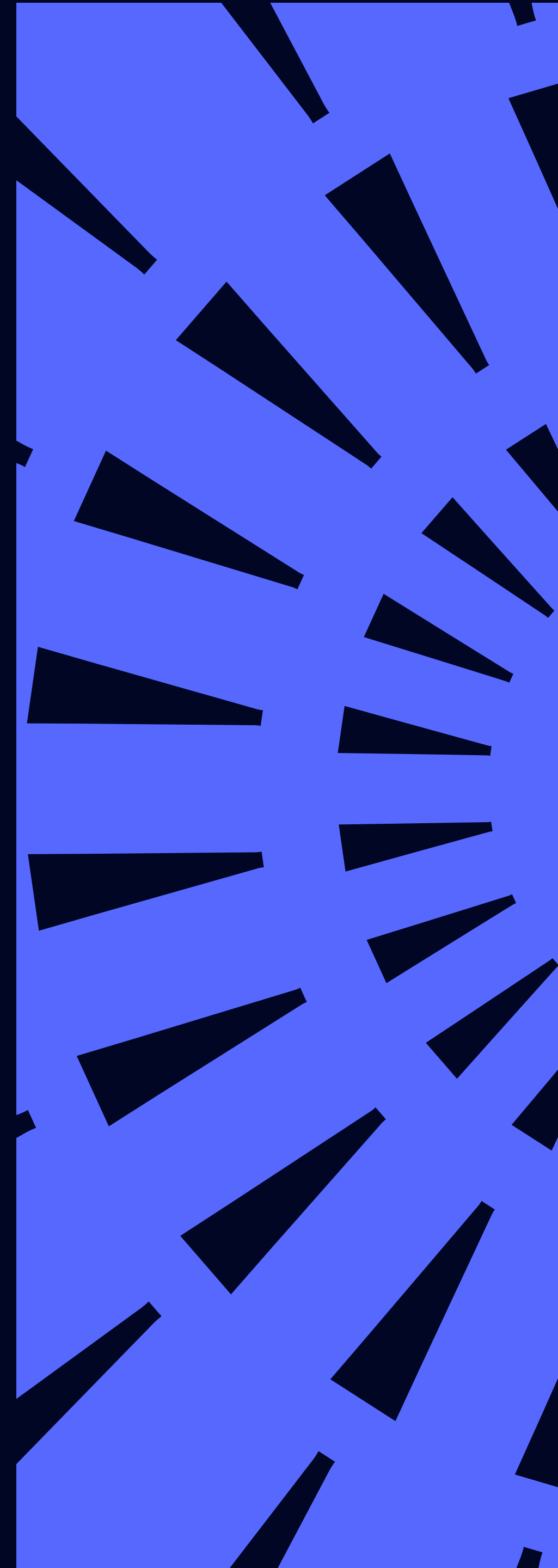
Poradnik

Samodzielne pozyskiwanie linków



Chcesz wesprzeć proces pozycjonowania Twojej strony? Doskonałą do tego okazją są proste działania link buildingowe, czyli pozyskiwanie linków prowadzących do Twojego serwisu.

Poniższy poradnik podzieliśmy na dwa moduły. W pierwszym dowiesz się jakie są najlepsze sposoby na pozyskanie odnośników, zaś w drugim poznasz najistotniejsze kwestie techniczne, które musisz mieć na uwadze.



7 sposobów na pozyskiwanie linków

① Tematyczne fora

Lubisz dzielić się wiedzą? Znajdź aktywne forum internetowe związane z Twoją branżą i pomagaj użytkownikom rozwiązywać ich wątpliwości.

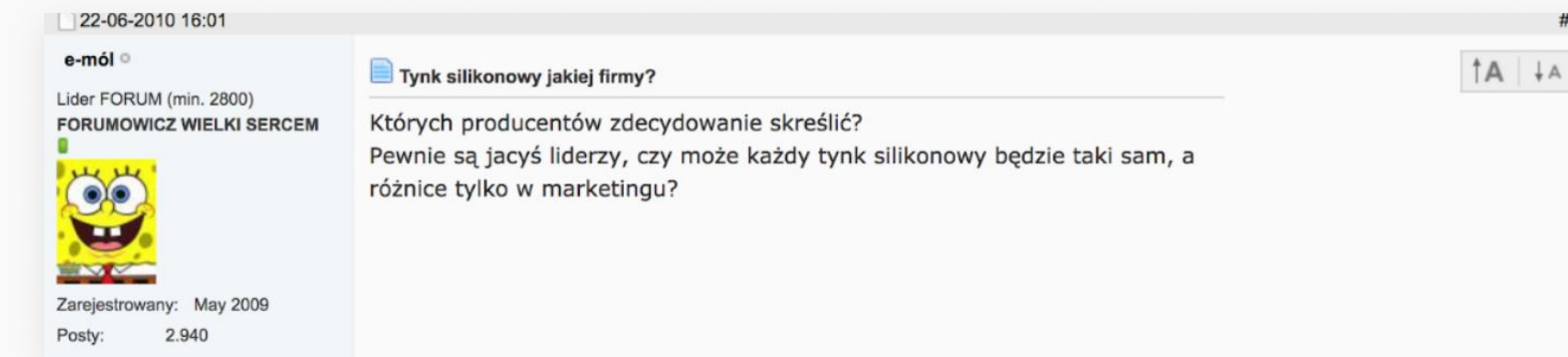
Fora nie są tak popularne jak kiedyś, ale wciąż wiele z nich funkcjonuje i nadal cieszą się sławą miejsc, w których można znaleźć odpowiedzi na pytania. Bardzo ważne jest znalezienie takiego, które dobrze pasuje do branży.

Kilka przykładów:

<https://forum.muratorodom.pl/> (forum budowlane)

<https://www.bankier.pl/forum/> (forum finansowe)

<https://forum.audio.com.pl/forum/11-audio/> (forum audio)



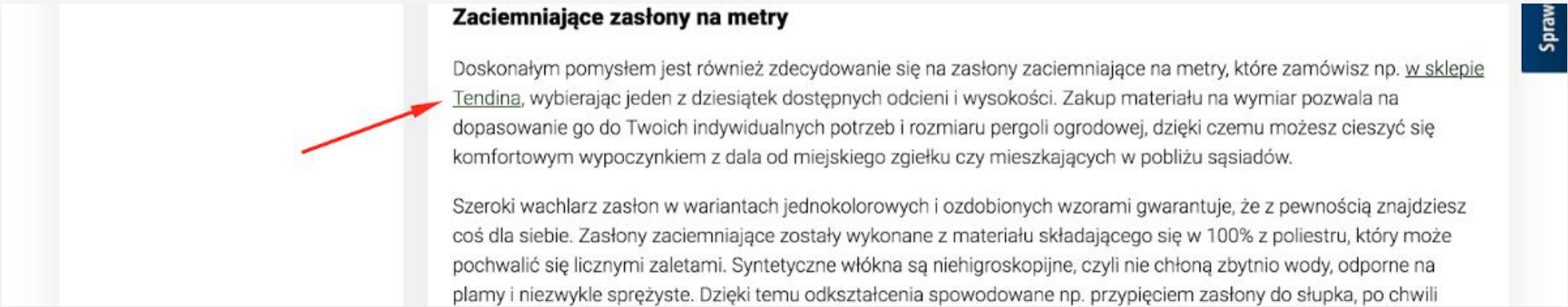
Przykład pytania zadanego na forum

Udzielając się na forum, warto pamiętać o internetowym savoir-vivre i nie reklamować swoich usług wprost, w każdej odpowiedzi. Zdecydowanie lepszy efekt można osiągnąć, kierując do swojej oferty tylko w niektórych przypadkach.

② Artykuły eksperckie

Sprzedajesz dekoracje do domów i współpracujesz z architektami wnętrz? Prowadzisz hotel i zachęcasz swoich gości do sprawdzenia okolicznych atrakcji? Pomagasz swoim Klientom w przeprowadzkach i współpracujesz z firmą remontującą mieszkania? Wykorzystaj komplementarność Waszych usług!

Przygotuj ekspercki artykuł z kilkoma prostymi poradami i poproś partnera biznesowego o opublikowanie go na swoim blogu razem z odnośnikiem do Twojego serwisu!



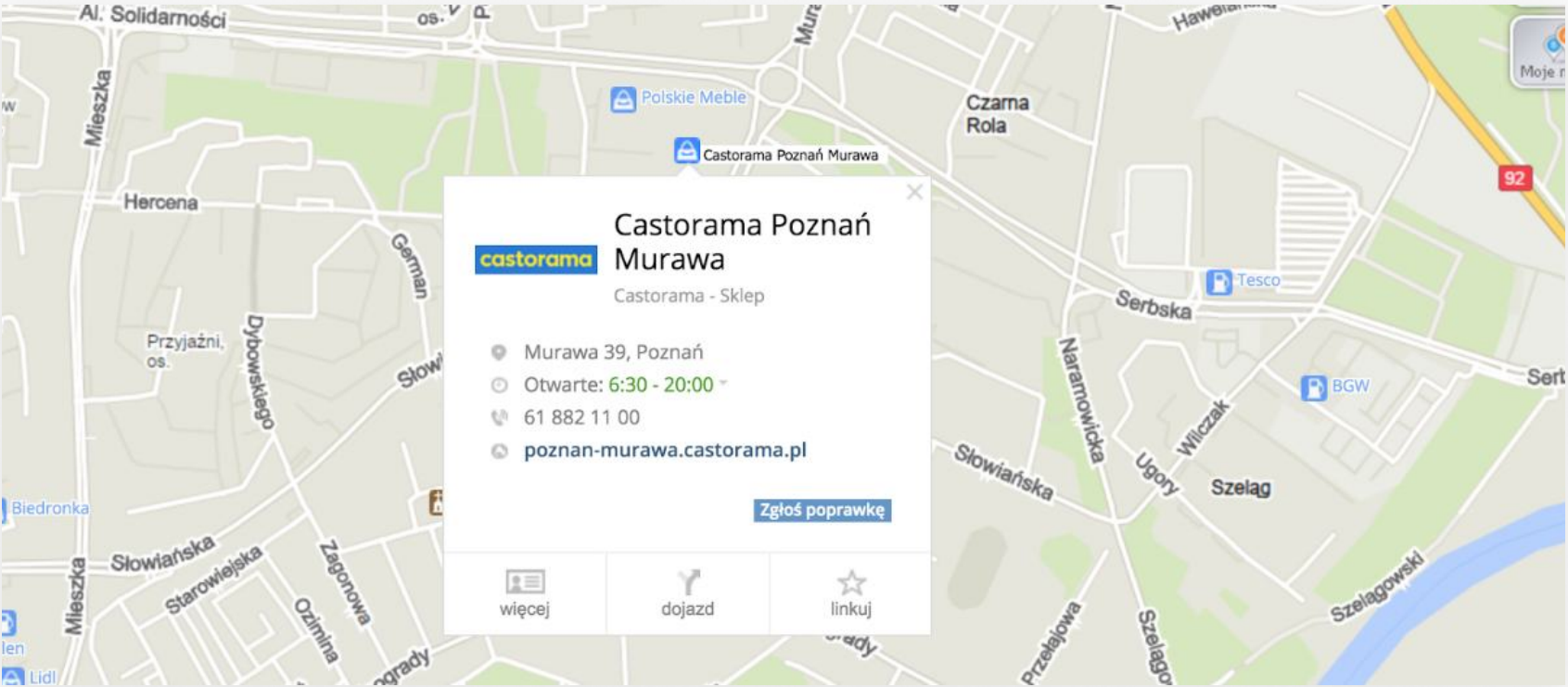
Przykład wzmianki o partnerze w artykule blogowym

3 Katalogi internetowe

W sieci można znaleźć wiele serwisów agregujących np. dane kontaktowe wielu firm z danej branży. Tego typu witryny są nazywane katalogami, wizytówkami lub “yellow pages” i są miejscami, w których w bardzo prosty sposób można pozyskać link.

Kilka przykładów:

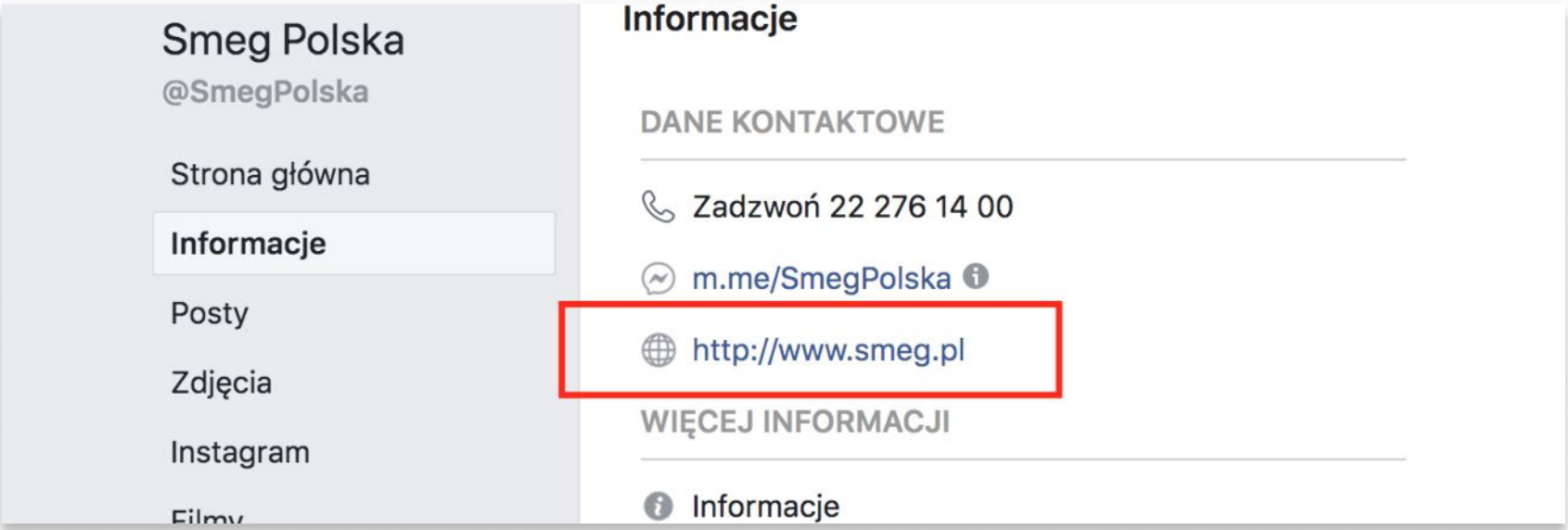
- <https://www.pkt.pl/>
- <https://www.biznesfinder.pl/>
- <https://panoramafirm.pl/>
- <https://www.targeo.pl/>
- <https://www.zumi.pl/>
- <https://www.yellowpages.pl/>



Przykład wizytówki w katalogu targeo.pl.

4 Social media

Pojęcie social mediów jest bardzo szerokie. Jeżeli posiadasz profil na Facebooku czy Instagramie to w bardzo prosty sposób możesz dodać link do swojego serwisu.



Przykład linku zamieszczonego w danych kontaktowych na Facebooku.

Możesz także publikować posty zachęcające do sprawdzenia Twojej oferty. Bardzo cennym źródłem linków mogą być serwisy, w których użytkownicy szukają inspiracji np. Pinterest, Tumblr czy Dribbble. W tym miejscach również można założyć konto i w opisie zamieścić link do swojego sklepu.



Przykład linku przypisanego do konta w serwisie Pinterest.

5 Producenci

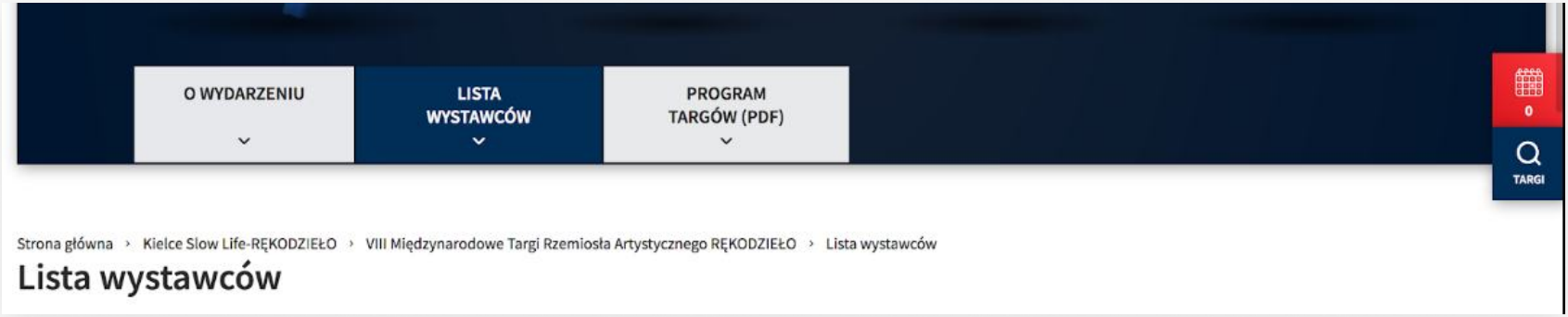
Oferujesz produkty innego producenta? Znalazłeś międzynarodowego partnera i reprezentujesz go na polskim rynku? Wykorzystaj tę przewagę i poproś, aby producent informował o tej współpracy także na swojej stronie!



Przykład linkowania ogólnościatowego producenta do autoryzowanego przedstawiciela w Polsce.

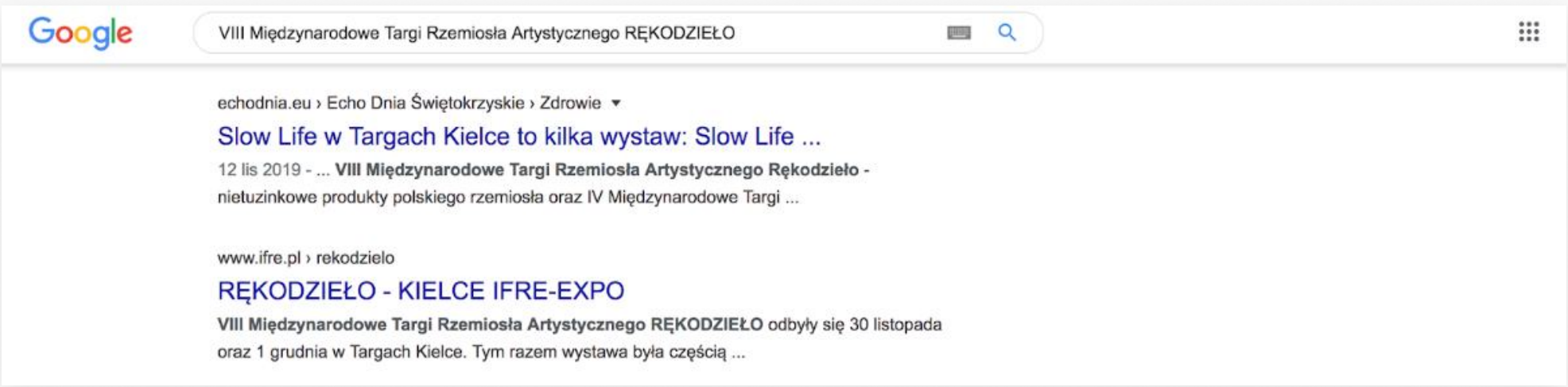
6 Targi i imprezy branżowe

Planujesz w tym roku zaprezentować swoją ofertę na targach międzynarodowych i wziąć udział w imprezach branżowych? Skontaktuj się z organizatorami wydarzenia, aby na liście wystawców znalazła się nie tylko nazwa Twojej firmy, ale także link do niej.



Przykład wzmianki o partnerze w artykule blogowym

Od razu po wydarzeniu możesz także wyszukać w sieci notatki prasowe informujące o nim i skontaktować się z autorem artykułu lub w komentarzu zaprosić na swoją stronę. Wystarczy wpisać nazwę eventu w wyszukiwarce, aby znaleźć przykładowe artykuły.



Linki do artykułów relacjonujących VIII Międzynarodowe Targi Rzemiosła Artystycznego

7 Sponsoring

Wspierasz drużynę piłkarską? Część zysku przeznaczasz na akcje charytatywne lub kampanie społeczne w Twojej najbliższej okolicy? Poproś o wzmiankę o Tobie i link do Twojej strony.



FAQ i kwestie techniczne

Rozbudowując profil linkowy domeny należy działać ostrożnie. Pozyskując dużą liczbę linków jednego dnia lub kierujących tylko do jednej kategorii, można bardzo zaszkodzić całemu procesowi pozycjonowania. Ryzyko takiej sytuacji można zminimalizować stosując się do trzech prostych rad.

Dobre rady

1. Rozłóż działania w czasie
2. Dywersyfikuj sposoby pozyskiwania linków
3. Konsultuj działania ze specjalistą

W przypadku wątpliwości zawsze warto skonsultować się z dedykowanym specjalistą ds. pozycjonowania. Ale aby móc działać faktycznie samodzielnie, przygotowaliśmy dla Ciebie odpowiedzi na najczęściej pojawiające się pytania. Nie wyczerpują one tematu, ale pomogą Ci zaplanować pierwsze kroki.

Jak jest zbudowany link?

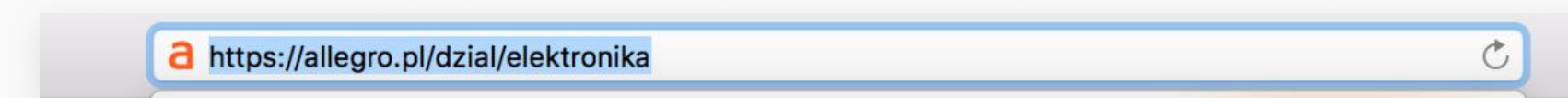
Link to tak naprawdę znacznik kodu HTML. Jego uproszczona wersja wygląda następująco:

```
<a href="https://domena.pl/link-do-podstrony">Tekst odnośnika</a>
```

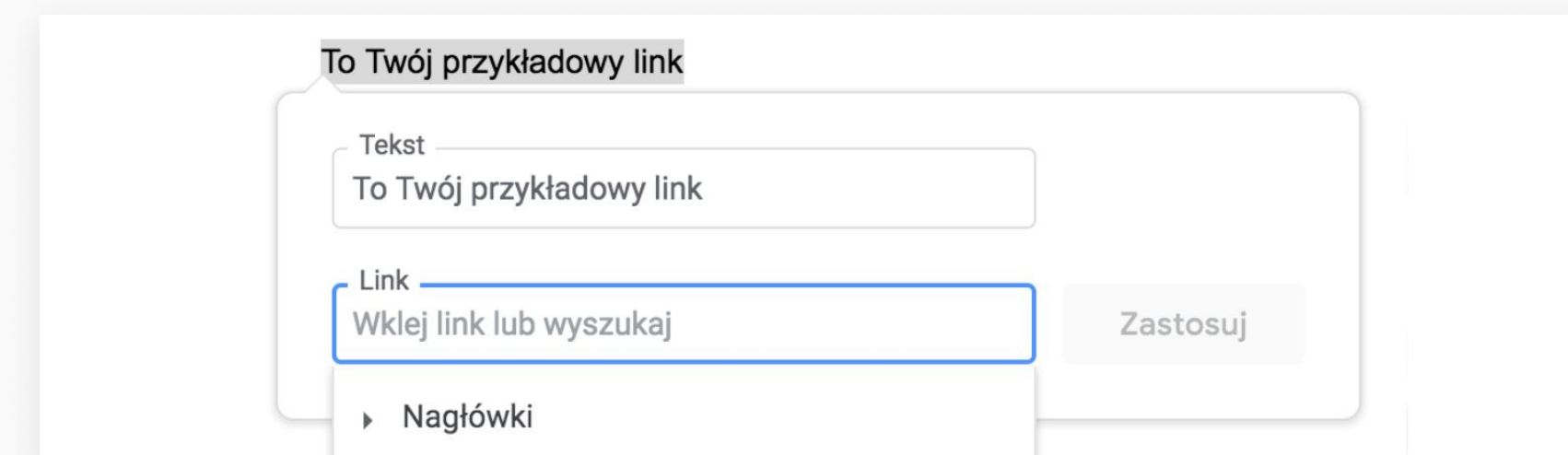
W części pomiędzy cudzysłowem znajduje się faktyczny link, a pomiędzy znacznikami <a> i znajduje się tekst odnośnika.

Jak dodać link?

Najczęściej wystarczy, że skopiujesz go z pasku adresu przeglądarki i wkleisz w polu tekstowym.



Jeżeli tworzysz np. tekst artykułu w edytorze tekstowym (np. Google Docs lub Microsoft Word) wystarczy, że zaznaczysz fragment tekstu, który ma być linkiem i wybierzesz opcję "Wstaw > Link".



Czym jest link nofollow?

Link w rozumieniu algorytmu Google jest głosem oddanym na stronę, do której prowadzi. Przekazuje w ten sposób jakąś wartość tej stronie. Aby zablokować przekazanie takiej wartości, należy opatrzyć go dodatkowym atrybutem.

Tak wygląda normalny link w kodzie HTML:

```
<a href="https://domena.pl/link-do-podstrony">Słowo kluczowe</a>
```

A tak zablokowany:

```
<a href="https://domena.pl/link-do-podstrony" rel="nofollow">Słowo kluczowe</a>
```

Czy link nofollow jest “gorszy”?

Mając możliwość pozyskania linka odblokowanego, często nazywanego “dofollow”, warto z niej skorzystać. W teorii link zablokowany nie przekazuje takiej mocy docelowej stronie, ale w praktyce bardzo istotne jest zachowanie balansu pomiędzy dwoma typami odnośników.

Linki UGC, sponsored – o co chodzi?

Aby ułatwić interpretację linków przez algorytm Google, wprowadzone zostały dwa dodatkowe atrybuty (obok dotychczasowego “nofollow”).

a) UGC – akronim od User Generated Content czyli zawartości stworzonej przez użytkowników. Powinien być dodawany np. do linków na forach internetowych czy w komentarzach pod artykułem.

b) sponsored – powinien oznaczać linki sponsorowane m.in. w reklamach wykupionych w celu promocji usług i/lub produktów.

Linkować do strony głównej czy do kategorii?

Miejsce, do którego powinien kierować dany odnośnik zależy bezpośrednio od kontekstu, w jakim go zamieszczasz.

Jeżeli jest to link w wizytówce, lepiej aby prowadził do strony głównej.

Jeżeli sugerujesz użytkownikowi forum zakup konkretnego modelu produktu, lepiej wskazać link bezpośrednio do tego produktu.

Wersja z WWW czy bez WWW?

Domena powinna mieć wyznaczoną jedną wersję kanoniczną. Może ona mieć przedrostek “www” lub nie, ale powinieneś konsekwentnie stosować jedną wersję.

Dodatkowo, jeżeli Twój serwis posiada już certyfikat SSL, to bezwzględnie używaj linków z “https://” na początku.

Każdy z czterech poniższych adresów może być interpretowany przez Google jako inna podstrona, dlatego ważne jest stosowanie jednej wersji.

https://domena.pl/link-do-podstrony/
https://www.domena.pl/link-do-podstrony/
http://domena.pl/link-do-podstrony/
http://www.domena.pl/link-do-podstrony/

Gdzie monitorować pozyskiwane linki?

Do monitorowania profilu linkowego domeny powstało wiele narzędzi. Z profesjonalnych, wykorzystywanych do codziennej pracy przez Opiekuna SEO można zaliczyć m.in. Ahrefs i Majestic. Bardzo cennym i darmowym źródłem informacji o kondycji profilu linkowego jest Google Search Console.

Linki		📄 WYEKSPORTUJ LINKI ZEWNĘTRZNE
Linki zewnętrzne ⓘ Łącznie 1 388	Linki wewnętrzne ⓘ Łącznie 253 951	

Można tam znaleźć m.in. informacje takie jak:

- liczba linków zewnętrznych prowadzących do domeny,
- najczęściej linkowane podstrony serwisu,
- domeny, z których pochodzi najwięcej linków.

Jak często linkować?

Wszystko zależy od skali Twojego serwisu oraz od działań konkurencji. Działania będą musiały być intensywniejsze jeżeli walczymy o wysokie pozycje, ale w przypadku małego profilu linkowego nie powinno się pozyskiwać kilku linków dziennie, a kilka linków miesięczne.

Działanie się stopniowe i regularnie może przynieść zdecydowanie lepsze niż gwałtowne i jednorazowe akcje.