

## Kodeks postępowania RankHouse

dobrze praktyki, według których ściśle postępujemy w przypadku SEO (stan na 02.01.2019 r.)

Wiemy, że **istnieje wiele różnych agencji SEO** oraz **jak trudno jest Państwu porównać i rozgranicyć oferowane usługi**, by wybrać odpowiedniego wykonawcę.

W RankHouse od początku zapewniamy Państwu kompetentne, profesjonalne i transparentne podejście oraz informujemy o potencjalnym sukcesie pozycjonowania strony www.

Upubliczniając ten dokument, zobowiązujemy się do przestrzegania zasad oraz kryteriów w nim zawartych. Przedstawione działania są kluczowymi, aby świadczyć usługi w zakresie pozycjonowania stron na najwyższym poziomie. Wynikiem nadrzędnym jest nie tylko osiągnięcie założonych celów, ale transparentność podczas realizacji usługi z naciskiem na informowanie o stosowanych metodach.

### 1. Przejrzystość działań

W RankHouse uważamy, że nasi klienci lubią być świadomi zlecanej usługi, a co za tym idzie, znać jej specyfikę. Wykonując działania w zakresie SEO, zapewniamy doradztwo oraz realizację w następujących obszarach:

- **Ustalenie realnych celów kampanii**, tj.:
  - **Pozyskiwanie potencjalnych klientów** dla Państwa produktów/usług z organicznych (bezpłatnych) wyników wyszukiwania, poprzez m.in.:
    - zwiększanie widoczności strony;
    - dostarczanie jakościowego ruchu na stronę z wyszukiwarki;
    - regularny dobór trafnych słów kluczowych;
    - sugestie dotyczące możliwego ograniczenia współczynnika odrzuceń;
    - sugestie techniczne dotyczące zwiększenia konwersji na stronie.
  - **Uzyskanie lepszych wyników SEO**, *przykładowo*:
    - zwiększenie ogólnego zasięgu strony w organicznych wynikach na możliwie największą ilość słów kluczowych;
    - zwiększenie czasu spędzanego na stronie;
    - zwiększenie współczynnika CTR (tj. klikalności strony w wynikach organicznych);
    - minimalizacja współczynnika odrzuceń.

- **Wyznaczenie skutecznej strategii SEO**, w skład której wchodzi m.in.:
  - **Działania On-Page** – w ich skład wchodzi czynności, które wykonujemy lub sugerujemy wykonać na stronie internetowej. Nasze działania prowadzą się do warstwy technicznego SEO oraz optymalizacji treści, które ustalane jest indywidualnie dla strony internetowej. W jego zakres wchodzi m.in.: architektura informacji, meta tagi, optymalizacja oraz ewentualne rozszerzenie treści, linkowanie wewnętrzne, optymalizacja grafik, optymalizacja pod urządzenia mobilne, dane strukturalne / fragmenty rozszerzone, duplikacja treści, redukcja tzw. thin contentu oraz błędnych stron czy przekierowań. Należy pamiętać, że wyszukiwarki tworząc ranking stron, biorą pod uwagę również takie zagadnienia jak zachowanie użytkowników na stronie oraz jej użyteczność (UX / Usability).
  - **Działania Off-Page** – w ich skład wchodzi dostarczanie linków oraz zarządzanie nimi poprzez monitoring czy nawet ich usuwanie. Odnośniki są dostarczane nie tylko do strony głównej, ale i innych wcześniej zoptymalizowanych podstron. W tym zagadnieniu liczy się nie ilość, a jakość. Ważnym aspektem przy tworzeniu linków jest widoczność, tematyczność, historia oraz szacowany ruch domeny, z której będzie prowadził odnośnik.
- **Ocenianie nakładów** pracy w stosunku do uzyskiwanych korzyści.
- **Ustalenie i zaproponowanie** sugerowanych priorytetów działań.

## 2. Świadomość technik

Jesteśmy również zdania, że oprócz przejrzystości działań równie istotne jest unikanie niedozwolonych taktyk optymalizacji strony, które są wyszczególnione przez Google we wskazówkach dla Webmasterów<sup>1</sup>. W skład nich wchodzi m.in.: automatycznie generowane treści, uczestnictwo w systemach wymiany linków, maskowanie (tzw. cloaking), tworzenie podstron zawierających niewiele treści, ukryty tekst, doorway pages, nadużywanie znaczników fragmentów rozszerzonych czy też tworzenie złośliwych stron.

W tym dokumencie informujemy również o możliwym ryzyku i konsekwencjach w pozyskiwaniu potencjalnie szkodliwych, niskiej jakości linków. My, jako wykonawcy swoimi działaniami, w możliwie najlepszy sposób staramy się je odpowiednio dobierać i zarządzać tak aby ewentualne ryzyko pominąć lub zminimalizować, dlatego tak ważnym aspektem jest proces selekcji stron o możliwie najlepszym autorytecie.

## 3. Współpraca

Pozycjonowanie stron internetowych to proces, który obejmuje wiele wewnętrznych i zewnętrznych działań, dlatego jednym z ważniejszych aspektów przy nawiązywaniu współpracy, jest **wspólne zaangażowanie**.

**W niektórych przypadkach** część działań musi zostać wykonana we współpracy z Państwem. Nierzadko sklepy czy systemy CMS są tworzone na indywidualne zamówienie. W związku z tym mogą one nie mieć wymaganych dla optymalizacji funkcjonalności lub w

---

<sup>1</sup> Wskazówki Google dla Webmasterów: <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=pl>

skrajnych przypadkach generować błędy. Prowadzi to do sytuacji, w której wykonanie usługi może być utrudnione lub w skrajnych przypadkach niemożliwe.

**Przesłane przez nas sugestie** techniczne **należy przekazać** twórcy strony lub zlecić odpowiedniemu programiście, który musi je wdrożyć w pełnym zakresie. Natomiast treści, powinny być kreowane we współpracy, ponieważ to Państwo są specjalistami we własnej branży i najlepiej znają swój produkt czy usługi.

#### **Z naszej strony zobowiązujemy się do:**

- zrozumiałej i przejrzystej prezentacji naszych usług i kompetencji, aby nie wprowadzać Państwa w błąd;
- dobrania odpowiednich działań pod ustaloną strategię;
- rozgraniczenia usług doradczych oraz realizacji (patrz „1. Przejrzystość działań”);
- regularnego informowanie Państwa na temat podjętych działań, zakresu, kosztów, czasu trwania umowy oraz okresu jej wypowiedzenia.

#### **4. Raportowanie i konsultacje**

Po podjęciu współpracy otrzymują Państwo odnośnik, ze szczegółową, techniczną analizą i sugerowanymi działaniami. W razie potrzeby raz na kwartał mają Państwo możliwość konsultacji, podczas których wyjaśnimy niezrozumiałe aspekty procesu pozycjonowania, przedstawimy zalecenia, dalszą strategię a także wysłuchamy Państwa dalszych wymagań i dotychczasowych odczuć związanych ze współpracą.

**Analiza efektów pozycjonowania** zawsze jest oparta na indywidualnie wyznaczonych celach i służy do sprawdzenia jakości pracy, pomiaru skuteczności działań oraz ewentualnej identyfikacji słabych punktów czy też zmian algorytmu wyszukiwarki.

Dostarczane raporty są główną informacją zwrotną i prezentują wyniki przeprowadzonych działań. Do najważniejszych elementów raportu należą:

- wyjaśnienie znaczenia parametrów sukcesu SEO (z wykorzystywanych narzędzi);
- rekomendacje oraz dalsze plany dotyczących ewentualnej stagnacji widoczności w Google (np. poprzez porównanie z konkurencją czy potencjałem branży/tematyki);
- sprawdzenie aktualnej realizacji założonych celów, takich jak np.:
  - ogólna widoczność strony;
  - ilość i jakość linków przychodzących;
  - zakres oraz częstotliwość raportowania;
  - analiza zachowania użytkowników (z ruchu organicznego).