

19 ZPŮSOBŮ, JAK ZVÝŠIT NÁVŠTĚVNOST STRÁNEK



Co se dozvíte?

Neplacené způsoby zvýšení návštěvnosti stránek	3
1. Titulek je základ	3
2. Meta popisek není out	3
3. Interní odkazy	4
4. Unikátní obsah stránek	4
5. Rich snippets	4
6. Na rychlosti stránek záleží	5
7. Wish list – seznam přání	6
8. Recenze na Heureka	6
9. Kvalitní zpětné odkazy	6
Strategie: Špehování konkurence	7
10. Vlastní blog - poradna	7
11. Obsah Zdarma	8
12. E-mail Marketing	9
13. Tvorba vlastních videí	9
Jdeme ještě dál	9
14. Slideshare	9
15. Sociální sítě – Facebook	10
Placené způsoby zvýšení návštěvnosti stránek	11
16. Systémy PPC	11
Výhody systémů PPC	11
Nevýhody systémů PPC	11
17. Zbožové srovnávače	12
Výhody	12
Nevýhody	12
18. Affiliate Marketing	12
Výhody	12
Nevýhody	13
19. Nákup běžící stránky	13

19 způsobů, jak zvýšit návštěvnost stránek

Žhavou otázkou u většiny e-shopů i klasických stránek je – jak zvýšit návštěvnost a s tím související objednávky, kontakty na klienta apod. V tomto ebooku si představíme 19 možností jak na to, včetně odkazů na zdroje dalších informací. Začneme od bezplatných forem a skončíme u placených možností propagace stránek.

V jedné nejmenované společnosti....



Probíhají u Vás porady na téma zvýšení návštěvnosti stránek podobně? Pak čtěte dál...

Neplacené způsoby zvýšení návštěvnosti stránek

Začneme zcela standardně přímo na Vašich stránkách, neboť bez pořádných základů není možné dál růst.

1. Titulek je základ

Mnozí z Vás určitě vědí, že **velmi důležitou součástí** každé stránky je její titulek. Co dokáže dobrý titulek?

- pomáhá robotu vyhledávače lépe určit obsah na dané stránce
- má vliv na hodnocení stránky, které se pak odráží na pozicích v bezplatném vyhledávání
- měl by také zaujmout případné návštěvníky stránek

Co se týče délky titulku měl by se pohybovat **do cca 60 znaků**, aby byl kompletně zobrazován ve výsledcích vyhledávání. Titulek to nemusí být pouze vybrané klíčové slovo (název kategorie, titulek z textu stránky), ale můžete si s ním i pohrát.



Příklad:

Např. máte taxislužbu v Brně s názvem SpeedTaxi. Titulek pak může vypadat třeba následovně: „SpeedTaxi – Nejrychlejší taxi v Brně“

Chcete vědět o tvorbě titulku víc? Doporučuji článek od Pavla Ungra – [Jak napsat titulek](#).

2. Meta popisek není out

Jde o krátký text s **ideální délkou cca 155 znaků**, který na své stránce neuvidíte. Proč to tedy řešit? Protože to uvidí potenciální návštěvníci ve výsledcích bezplatného vyhledávání.

Meta popisek nebo také „meta description“ a klíčová slova v něm obsažená **nemají dle posledních informací vliv na Vaši pozici** ve vyhledávání. Ovšem pokud použijete v popisku klíčová slova, které hledá návštěvník, tak je **vyhledávač ztuční**. Když k nim pak přidáte i další text, kterým návštěvníka přesvědčíte, a on klikne na odkaz – máte vyhráno. Dobrým meta popiskem se můžete odlišit od konkurenčních odkazů!

Příklad:



Top 1 Taxi Brno: nejlevnější taxislužba v Brně

www.top1taxi.cz/ ▼

Top 1 Taxi Brno: zavolejte 844110110 či 734574110 a nechte se rychle, bezpečně a nejlevněji odvést po Brně a okolí. Nabízíme taxi pro firmy, děti i seniory.

[Ceník](#) · [Kontakt](#) · [Objednávka](#) · [Airport taxi](#)

Chcete vědět o tvorbě dobrých meta popisků víc? Doporučuji článek z projektu [Včelistě – Meta description tag – Kompletní průvodce nastavením](#).

3. Interní odkazy

Pokud se věnujete budování zpětných odkazů, pak zřejmě víte, že existují interní a externí zpětné odkazy. Většinou se řeší externí odkazy a o interních se pouze ví. To je ovšem škoda. Dobře vybudované interní odkazy, které **odkazují mezi částmi obsahu** Vašich stránek dokáží:

- Pomoci s lepší orientací návštěvníkům Vašich stránek.
- Dokáží říct robotu vyhledávače, která stránka je důležitější,
- tím také částečně mají vliv na hodnocení vybraných výrazů ve vyhledávání



Příklad:

E-shop Zoner inShop 4.7 je moderním nástrojem pro internetový obchod. Nabízí příjemné uživatelské prostředí, pružnost ve funkčnosti i designu a univerzálnost použití. **Platby kartou VISA, PayPal, splátkové systémy Cetelem, HomeCredit, široké možnosti doručení zboží, B2B a B2C, cizí měny a další jazyky, propojení s ekonomickými systémy Money, Pohoda** marketingové nástroje, to vše staví e-shop Zoner inShop 4 do popředí. Pronájem e-shopu minimalizuje Vaše počáteční investice. Samozřejmostí je přizpůsobení dle požadavků klienta na tzv. **e-shop na míru**.

*Jak je používat? Jednoduše. Pokud máte obsah na stránce, který se týká i jiné stránky na Vašem webu – **prolinkujte jej!***

4. Unikátní obsah stránek

Provozujete e-shop a chcete zvýšit návštěvnost z bezplatného vyhledávání? Vytvořte si na stránkách kategorií i výrobků Vaše originální texty. Díky nim můžete **zacílit i na delší vyhledávané výrazy**, které nejsou tak konkurenční. Výsledkem je pak zlepšení pozic ve vyhledávání a tím i potenciálně **vyšší návštěvnost** na tyto delší výrazy.

Co se týče popisků výrobků, většina e-shopů v ČR využívá popisky dodané přímo dodavatelem zboží. Tzn. že velká část e-shopů je má zcela stejné. Vytvořením svých vlastních **se odlišíte** a můžete potenciální zákazníky i **lépe zaujmout** a přesvědčit vtipným či přesnějším popisem výrobku.

Podle jedné [ze studií](#) se použitím vlastních originálních popisků výrobků mohou **zvednout prodeje až o 1/3!**

Více informací k problematice popisu výrobků najdete v článku: [Zvyšte své šance na prodej výrobku lepšími popisky](#) nebo si přečtete zajímavý rozhovor na téma [lepších popisů výrobků](#).

5. Rich snippety

Víte, co to jsou rich snippety? Jsou výsledkem vložení malých kousků kódů do Vašich stránek, z nichž pak vyhledávač pozná například kolik výrobek stojí, jak ho zákazníci hodnotí, nebo je-li skladem. Tyto údaje se pak zobrazí ve výsledcích hledání. Z průzkumů vyplývá, že takové obohacené výpisy na stránce výsledků hledání **mají až o 30 % vyšší proklikovost**, než běžné textové výpisy.



Příklad:

[Samsung Galaxy S5 G900 od 6 710 Kč - Heureka.cz](https://mobilni-telefony.heureka.cz/samsung-galaxy-s5-g900/)

<https://mobilni-telefony.heureka.cz/samsung-galaxy-s5-g900/>

★★★★★ Hodnocení: 89 % - 759 hlasů - Není skladem

Všechny informace o produktu Mobilní telefon Samsung Galaxy S5 G900, porovnání cen z internetových obchodů, hodnocení a recenze Samsung Galaxy S5 ...

Specifikace Samsung Galaxy ... - Recenze Samsung Galaxy S5 ... - Příslušenství

Pro nasazení rich snippets na Vaše stránky budete pravděpodobně potřebovat **asistenci programátora**. Případně pokud využíváte např. redakční systém Wordpress stačí si tuto funkcionalitu nainstalovat.

Podrobné informace pro programátory k nasazení rich snippets najdete zde: [Developers.Google.com](https://developers.google.com)

TIP: Klientům služby Zoner inShop nabízíme možnost **individuálního nasazení** našimi programátory.
[Kontaktujte nás!](#)

6. Na rychlosti stránek záleží

V počátcích internetu byla rychlost uživatelů omezena jejich typem připojení. Jak šel čas a rozvoj technologií, současné způsoby připojení k internetu už uživatele neomezují. Stejnou rychlost pak očekávají zákonitě i od webových stránek.



Optimální rychlost stránky se **pohybuje kolem 3 sekund**. Ovšem čím menší je tato hodnota, tím méně musí návštěvníci čekat a budou i spokojenější. Rychlost stránek ovlivňuje celá řada faktorů:

- rychlost serveru
- dobře napsaný kód stránek
- příliš mnoho doplňků stránek atd.

V každém případě v současnosti už hraje rychlost stránek svou roli i v hodnocení stránky ze strany vyhledávačů. Takže je nejvyšší čas s tím něco udělat. Rychlost svých stránek si můžete zkontrolovat např. zde: [PageSpeed Insights](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/)

7. Wish list – seznam přání

Umožněte Vaším návštěvníkům naplnit si svůj vlastní Seznam přání a ten sdílet dál. V řadě e-shopových řešení **jde o standardní funkčnost**, která však nemusí být zapnutá. Tím, že umožníte návštěvníkovi odkazovat, získáte další **potenciální návštěvníky a zákazníky**. Zvláště v období Vánoc jde o velmi zajímavou funkci.



Ukázka:

Můj WishList Public

Save an idea. Shop for it later.

Filter & Sort: Share

Added August 30, 2017

Stanley 84-034 8-Inch Bi-Material Groove Joint Pliers
 ★★★★★ (13)
 \$6.44
 In Stock. Offered by Amazon.com.
 7 Used & New from \$6.44
 Add comment, quantity & priority

8. Recenze na Heureka.cz

Víte o tom, že na Heurece můžete k výrobku přidat svou **vlastní recenzi či test výrobku**? V ideálním případě si tuto recenzi vytvoříte přímo na svých stránkách a na Heurece umístíte pouze zpětný odkaz.

Co tím získáte:

- kvalitní a relevantní zpětný odkaz
- návštěvnost a potenciální zákazníci
- zvýšíte povědomí o vašich stránkách



Ukázka:

Přidání odborné recenze Samsung UE50KU6072

☐ [Přidejte vlastní recenzi](#) ☒ Přidejte odkaz na recenzi

Adresa odkazu:

- Přidat můžete odkaz videa ze serveru Youtube.
- Přidat můžete odkaz na externí odbornou recenzi z jiných serverů.

9. Kvalitní zpětné odkazy

Jak jsme si již řekli výše, existují interní a externí zpětné odkazy. Externí zpětný odkaz si můžete představit tak, že nějaká **jiná stránka odkazuje na Vaše stránky**. Čím je stránka, která na Vás odkazuje, kvalitnější a relevantní pro Vaši stránku, tím lepší hodnocení Vám předává.

Obecně se ví, že zpětné odkazy **patří k důležitým indikátorům** pro vyhledávače při posuzování stránky.

Chcete vědět víc o posuzování kvality stránek? Doporučuji článek – [Proč je dobré mít kvalitní odkazové portfolio webu](#)

Co vám tedy zpětné odkazy přinesou:

- při umístění na navštěvované stránky vyšší návštěvnost na web
- zlepšení pozic stránek v bezplatném vyhledávání
- propagace Vašich stránek

Otázka, která nyní asi každého napadne, jak kvalitní zpětný odkaz získat?

Odpověď **není zcela jednoduchá**. Snaha o tvorbu zpětných odkazů, které nejsou přirozené, může lehce skončit penalizací ze strany vyhledávače (propad pozic až vyřazení z jejich indexu). Vyzkoušet můžete např. zpětné odkazy od dodavatele či odběratele, některé vybrané katalogy či kvalitní články.

Strategie: Špehování konkurence



Zajímavou metodou je také **inspirace ze strany Vaší konkurence**. Pomocí specializovaných nástrojů je možné získat seznam zpětných odkazů, které tvoří konkurenční stránka.

Následně se můžete pokusit je získat i pro Vaše stránky.

Chcete vědět, jak na to? Doporučuji článek – [Sbíráte zpětné odkazy?](#)

TIP: Nabízíme tvorbu zpětných odkazů i s pokročilými metodami získávání odkazů.

[Chcete vědět víc?](#)

10. Vlastní blog - poradna

Máte stránky se spoustou článků? Pak Vás jistě nepřekvapí, že právě díky tvorbě **kvalitních článků budete lépe dohledatelní** a zároveň se Vám bude zvyšovat návštěvnost. V případě e-shopů je situace složitější, protože zde je hlavní část tvořena nabídkou produktů. Pokud však řešíte u svého e-shopu **zvýšení návštěvnosti**, je pro Vás blog to pravé.

„Obsah je král“

Díky němu a pravidelné tvorbě kvalitního obsahu **dokážete přitáhnout další potenciální zákazníky**. Pokud se podíváte na některý velký e-shop, ve většině případů má obsahovou část. Ta může zahrnovat např. návody typu: *jak dobře vybrat, jak o něco pečovat, recenze novinek* atd.

Díky zřízení blogu či poradny můžete očekávat:

- Zvýšení návštěvnosti stránek.
- Zlepšení pozic na další výrazy.
- Zvýšení důvěryhodnosti stránek díky kvalitnímu obsahu.
- Budování povědomí o značce.
- Budování zpětných odkazů.
- Doplnující informace k vašim výrobkům, které jsou důležité pro rozhodnutí návštěvníka.
- Dlouhodobý efekt.

Ještě upozornění na závěr – důležitá je pravidelná a dlouhodobá publikace



TIP: Pro zřízení blogu a jednoduchou správu můžete využít moderní redakční systém inPage.

Vyzkoušejte si bezplatnou demoverzi!

11. Obsah Zdarma

Už jste slyšeli frázi, že *co je zdarma, je nejlepší*?

Samozřejmě to tak nemusí platit vždy, nicméně na to návštěvníci slyší. Pokud sledujeme jako cíl zvýšení návštěvnosti, bude se jednat **např. o užitečnou kalkulačku na stránkách, aplikaci**, která s něčím poradí apod.

Jestliže bude tento **obsah zdarma zajímavý a užitečný**, má potenciál dalšího rozšiřování pomocí zpětných odkazů od spokojených uživatelů. Pokud jim k nástroji dáte i možnost sdílení na sociálních sítích či lepší funkce za e-mail, dostanete vše ještě na vyšší úroveň.

Co Vám obsah Zdarma může přinést:

- Vyšší návštěvnost.
- Další zpětné odkazy na stránku.
- Budování povědomí o značce.
- Kontakty na potenciální zákazníky.



Příklad:

Ukázka obsahu zdarma, který byl **vytvořen realitním portálem**. Cílem je poskytnout zájemcům o nákup a prodej realit zajímavé informace a tipy pro výběr.

Další informace o tvorbě obsahu zdarma nebo také „obsahovém magnetu“ najdete v [tomto článku](#).

TRENDY BYDLENÍ
TIPY K NEZAPLACENÍ

Novinky, zákony, trendy bydlení... Zkrátka zajímavé počtení, které se ti bude hodit.
Žádný reklamní brak, je to tak.

SEM S NIMI

12. E-mail Marketing

Máte k dispozici databázi e-mailů Vašich zákazníků, kteří **souhlasili s rozesíláním informačních zpráv**? Využijte je pro zvýšení návštěvnosti a konverzí e-mailové kampaně. Díky e-mailovým kampaním dokážete plánovaně zvyšovat **návštěvnost ve slabých dnech** e-shopu.

Nemusí se však jednat pouze o pravidelné měsíční newslettery s novinkami či akcemi. Pokud zapojíte některý ze **sofistikovaných e-mailových systémů**, můžete oslovovat své zákazníky cílenými nabídkami a řešeními přímo pro ně. Více informací najdete v článku – [Jak na úspěšný e-mail marketing](#).

TIP: Chcete vědět, která e-mailová řešení jsou pro vás vhodná? Projděte si – [Velké srovnání systémů pro e-mail marketing](#).

13. Tvorba vlastních videí

Máte stránky či e-shop, který nabízí sortiment, pro který je možné natáčet videa? Může se jednat např. o **návody k montáži, ukázkou zboží v akci** nebo video přímo z Vašeho provozu. Pak se Vám do rukou dostává velmi mocný nástroj pro oslovení vašich potenciálních i stávajících zákazníků.

Kvalitní video se dnes dá natočit **se stojánkem i na kvalitním mobilním telefonu** a sestříhat přímo v telefonu. Jeho následné použití je skoro neomezené.

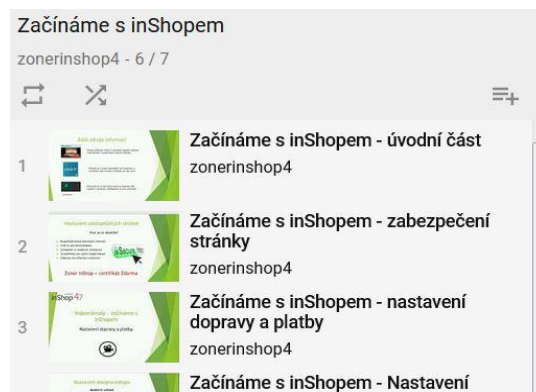
Kde můžete video použít:

- Na vlastních stránkách.
- Na sociálních sítích.
- V rámci zaslání e-mailu na zákazníky.
- Všude, kde je možné video nahrát a následně sdílet.

[Jdeme ještě dál](#)

Při zvýšení bezplatné návštěvnosti z vyhledávání však jděte ještě dál. V případě zveřejnění svého videa na svých stránkách či Youtube k němu **přidejte textový přepis** obsahu videa.

Díky tomu bude Vaše **video lépe dohledatelné** a získáte tak další potenciální návštěvníky stránek.



14. Slideshare

Vytvořili jste nějaký **zajímavý dokument v pdf**? Např. montážní návod výrobku, zajímavé srovnání služeb nebo postup pro správný výběr? Využijte možnosti sdílení obsahu ve službě [Slideshare.net](#), kde získáte další **místo pro šíření Vašeho obsahu**.



Výsledkem budou další potenciální zákazníci stránek, kteří našli Váš zajímavý obsah na Slideshare. V **prémiové verzi** máte možnost získat i kvalitní zpětné odkazy na Vaše stránky + další doplňkové funkce.

15. Sociální sítě – Facebook

Nejdříve si představíme statistické údaje o používání sociální sítě Facebook ze začátku roce 2017:

- Měsíční počet aktivních uživatelů: **1,87 miliard**.
- Průměrná denní strávená doba: 42 minut.
- **Denní počet lajků:** 4,5 miliard.
- Denní počet shlédnutých videí: 4 miliardy.
- Podíl mladých lidí ve věku 18-24 let, kteří využívají internet: 82 %.
- **Meziroční nárůst uživatelů (2015/2014): +123 milionů lidí.**
- Užití:
 - z mobilních zařízení – 87 %, z desktopu: 13%
 - města – 71 %, předměstí – 72 %, vesnice – 69%



Jak vidíte sociální sítě patří k oblasti, kterou v rámci zvyšování návštěvnosti stránek není radno podceňovat. Zvláště v případě, že ve svém e-shopu nabízíte **zboží, které je vhodné pro propagaci** na sociálních sítích.

Sociální signály, např. počty Like, sdílení, komentářů, již patří také ke kritériím, podle kterých se hodnotí webová stránka v očích vyhledávačů. U některých typů stránek pak patří návštěvnost ze sociálních sítí a konverze k nezanedbatelným.

Při práci na sociální síti Facebook můžete postupovat buď:

- Tvorbou zajímavých příspěvků, komentářů vše na bezplatné bázi.
- Nebo využít možnost placené propagace Vašich vybraných příspěvků s přesným zacílením na potenciální zákazníky.

Každá z těchto možností **má trochu jiná pravidla** a ideální je samozřejmě kombinovat obě možnosti. Tím budete nejen budovat svou **základnu věrných fanoušků** ale zároveň oslovíte i zcela **nové potenciální zákazníky**.

V případě placené propagace můžete využít – [Tipy pro efektivnější reklamu na Facebooku](#)

Placené způsoby zvýšení návštěvnosti stránek

16. Systémy PPC

Placená forma propagace, kdy **platíte za proklik** na Váš web či zobrazení, patří asi k nejvíce rozšířeným marketingovým nástrojům. V České republice se jedná zejména o reklamní systémy **Google Adwords** a **Sklik** od Seznamu.

Výhody systémů PPC

- Velmi rychlý náběh návštěvnosti a konverzí.
- Přesné cílení reklamy.
- Velké množství různých reklamních formátů.

Nevýhody systémů PPC

- Placená forma propagace.
- Pokud přestane platit – ztratíte návštěvnost i konverze.
- V některých případech komplikovanější nastavení.
- Nutnost pravidelných úprav kampaní.
- Při špatném nastavení – vyčerpání kreditu bez konverzí.



V reklamních systémech máte k dispozici různé reklamní formáty a způsoby propagace. Může jít o:

- **Klasické textové reklamy** cílené na klíčové slovo, oblast atd.
- **Obsahové reklamy** tvořené grafikou a určené pro zvýšení povědomí o stránkách.
- **Zbožové reklamy** – pracují s konkrétními výrobky z e-shopu a jejich parametry.
- **Remarketingové kampaně** – cílí podle nastavených kritérií na návštěvníky, kteří již byli na Vašich stránkách.

Téma placených systémů PPC je velmi rozsáhlé, proto pokud s nimi začínáte svěřte je raději do rukou odborníků nebo získejte informace přímo ze stránek těchto reklamních systémů. Zkušenější mohou vyzkoušet – [super strategii pro zvýšení výkonu v Google Nákupch](#).

17. Zbožové srovnávače

V případě e-shopů patří k oblíbené placené formě propagace, která mnohdy tvoří podstatnou část příjmů. V ČR se využívají zejména **Heureka.cz** a **Zbozi.cz**. Aby celý systém pracoval, je důležité **dobré napárování výrobků** z e-shopu do srovnávačů.

U některých e-shopů např. s originálními výrobky tak není možné napárování provést. To však neznamená, že se ve srovnávači nezobrazí. Budou však dostupné pouze v případě, že někdo bude vyhledávat ve fulltextu i mezi nespárovanými výrobky.

Výhody

- Další propagace Vašich výrobků.
- Zvýšení návštěvnosti na e-shopu a konverzí.
- Poměrně nízké poplatky za proklik na výrobek.

Nevýhody

- Ne vždy je možné napárovat všechny sortiment e-shopu.
- Pro některé e-shopy nejsou vhodné.
- Pro začínající e-shopy nemožnost upravovat cenu za proklik u Heureka.cz.
- Možnost srovnání ceny výrobku s dalšími e-shopy. (Pokud máte vyšší ceny, nemusí být výhodné.)

Zajímavou případovou studii o **zvýšení konverzí o 400 %** pro Heureka.cz najdete v tomto [článku](#).

TIP: Víte, že již v základní verzi služby Zoner inShop jsou automaticky generovány feedy pro zbožívé srovnávače? Zároveň máte možnost **detailní kategorizace** pro daný srovnávač! Chcete to [vyzkoušet?](#)

18. Affiliate Marketing

Propagace e-shopu formou affiliate marketingu **využívá existujících sítí obsahových webů**, které za provizi propagují Vaše výrobky. Pokud tedy máte na prodeji výrobků dostatečnou marži a můžete si dovolit obětovat nějakou provizi, je to zajímavé řešení.

Samotný affiliate je možné provozovat **ve vlastní aplikaci** pod vlastní značkou. V tomto případě je však nutné vybudovat následně síť zapojených majitelů webů.

Nebo můžete **využít již fungující affiliate síť** s jejich aplikací a členy.

Výhody

- Zvýšení návštěvnosti stránek a konverzí.
- Oslovení dalších potenciálních zákazníků.
- Využíváte síly a návštěvnosti již běžících webů.



- Máte kontrolu nad provizemi.
- Platíte pouze za realizovanou transakci – tj. žádná platba za proklik či zobrazení.

Nevýhody

- Vstupní náklady dle vybraného affiliate systému.
- Platba provize za nákup.
- Nutnost administrovat affiliate a přidávat reklamní prvky pro propagaci.
- Zobrazení Vaší nabídky i na webech, kde si to nemusíte přát.

Mezi nejznámější affiliate systémy patří:

- <http://www.affiliateclub.cz/>
- <http://www.vivnetworks.com/>
- <http://www.espoluprace.cz/>
- <https://ehub.cz/>

Většina velkých e-shopů na trhu již nějakým způsobem affiliate marketing pro propagaci využívá. Je tedy na Vašem zvážení, zda tento způsob vyzkoušíte.

19. Nákup běžící stránky

Tento tip je určen **znalejším majitelům webových stránek** a vyžaduje nějakou investici. V podstatě se jedná o to, že odkoupíte od stávajícího majitele běžící webovou stránku včetně obsahu. Při hodnocení vhodnosti nákupu řešíte:

- Relevanci k Vaším stránkám.
- Návštěvnost daného webu.
- Hodnotu webu v očích vyhledávačů.
- Cenu za odkoupení.

Pokud je stránka zajímavá a dohodnete se na férové ceně, postupujete následovně:

- Veškerý vytvořený obsah ze zakoupené stránky nasadíte na své stránky.
- Zajistíte přesměrování z původních URL odkazů na nové již na Vašich stránkách.

Co těmito úpravami získáte? Např.

- Návštěvnost z původních stránek.
- Část hodnoty původní stránky.
- Vylepšíte si obsahovou část svých stránek.
- Pokryjete více delších vyhledávaných výrazů.

Máme tu závěr našich tipů pro zvýšení návštěvnosti stránek. Věřím, že některé z nich pro Vás budou přínosné a pomohou Vám v lepších prodejních či jiných výsledcích.

*Líbil se Vám tento ebook? Chcete něco probrat či doplnit? Budu rád, když mi dáte vědět.
Všechny výše navržené tipy lze realizovat i v rámci e-shopového řešení Zoner inShop!*

Bc. Martin Dřímal
Shop marketing inShop
Zoner Software,a.s.
Nové Sady 18, Brno
martin.drimal@zoner.cz