

Szkolenie SEO - Kompleksowa Optymalizacja Stron Internetowych

Zrozum Google, Poznaj Techniki, Optymalizuj Efektywnie

Cele szkolenia

Celem szkolenia SEO (Search Engine Optimization) jest przekazanie uczestnikom wiedzy i praktycznych umiejętności służących do optymalizacji stron internetowych w celu skutecznego pozycjonowania stron w Google. Uczestnik pozna czynniki, które decydują o pozycjonowaniu stron, efektywne techniki i narzędzia SEO oraz wybrane sposoby optymalizacji konwersji.

Podczas szkolenia, uczestnik dowie się:

- jak analizować i wybrać odpowiednie słowa kluczowe,
- jak tworzyć teksty pod kątem SEO (copywriting SEO),
- jakich technik nie stosować (by nie otrzymać kary),
- jak zachęcać użytkownika do decyzji zakupowych (dzięki aspektom psychologicznym i UX),
- jak opisywać grafiki,
- jak realizować lokalne SEO,
- jakie są dobre praktyki linkbuilding'u,
- gdzie i jak naturalnie umieszczać słowa kluczowe,
- jaki wybrać wariant międzynarodowej organizacji stron,
- czym są Quick Wins w SEO i ich przykłady,
- jakich narzędzi warto używać

Poprzez omówienie technik, wykonanie intuicyjnych ćwiczeń, przedstawienie przykładów działań oraz strategii SEO, uczestnik poszerzy swoją wiedzę oraz nabierze nowych umiejętności, które pozwolą mu/jej zwiększać ruch na stronach internetowych oraz konwersje, a także wykonywać analizy SEO, oceny usług SEO oraz organizować zasoby do realizacji działań SEO.

Umiejętności

Na szkoleniu SEO uczestnik pozna kompleksowo problematykę SEO oraz zasady, strategie i skuteczne techniki pozycjonowania stron internetowych.

Dzięki umiejętnościom zdobytym na kursie uczestnik będzie:

- Prowadził optymalizację stron internetowych oraz systematycznie poprawiał ich pozycjonowania
- Przeprowadzał analizy i wybór odpowiednich słów kluczowych,
- tworzył audyt seo,
- Tworzył zoptymalizowane treści na strony internetowe,
- Poprawiał zaangażowanie użytkownika na stronie i polepszał konwersję

- Wybierał optymalne strategie międzynarodowego SEO,
- Wykorzystywał działania content marketingowe w celach pozycjonerskich,
- Pozycjonował aplikacje mobilne,
- Korzystał z narzędzi służących do monitoringu i analiz SEO

Profil uczestników

Kurs SEO przeznaczony jest dla wszystkich osób, którym zależy na poprawie efektywności w zakresie pozycjonowania stron internetowych, zwiększeniu ilości ruchu organicznego i docelowo realizacji celów biznesowych, takich jak: wzrost konwersji czy sprzedaży (szkolenie poszerzone jest o techniki poprawy konwersji).

Szkolenie z pozycjonowania adresowane jest m.in. do:

- osób planujących karierę w SEO,
- przedsiębiorców (właścicieli mikro i małych firm),
- młodszych specjalistów SEO,
- pracowników działu marketingu i marketingu internetowego,
- pracowników sklepów internetowych,
- właścicieli i administratorów stron internetowych,
- blogerów,
- copywriterów,
- dziennikarzy,
- ux designerów,
- pozostałych osób zainteresowanych SEO

Szkolenie z optymalizacji SEO skierowane jest zarówno do osób początkujących oraz posiadających podstawowe doświadczenie w SEO pragnących kompleksowo poszerzyć swoją wiedzę.

Właściciele stron internetowych, portali, blogów, mikroprzedsiębiorcy, itp. nabędą umiejętności umożliwiające im samodzielne pozycjonowanie stron oraz dokonanie oceny wewnętrznych lub zewnętrznych usług SEO, z których korzystają.

Osobom pracującym w marketingu lub SEO szkolenie pozwoli na znaczną poprawę działań optymalizacyjnych oraz osiągnięcie lepszych efektów. Dodatkowo ułatwi ono wejście na wyższe poziomy zaawansowania, rozwój w branży i szybszy awans.

Osobom niedoświadczonym szkolenie SEO umożliwi samodzielne zaplanowanie i realizację działań optymalizacyjnych na stronach internetowych oraz ułatwi zainteresowanym początek kariery w marketingu internetowym w zawodzie młodszego specjalisty SEO, specjalisty SEO, copywritera, młodszego specjalisty marketingu online.

Przygotowanie uczestników

Szkolenie SEO nie wymaga od uczestników specjalistycznego przygotowania ani posiadania technicznej wiedzy.

Szczegółowy program szkolenia

Część 1: Wyszukiwarka i SEO

- Dlaczego SEO jest tak ważne?
- Search Engine Results Page (SERP) - mapy ciepła
- Niechęć do reklam vs. inbound marketing (w tym SEO)
- SEO a PPC (Awords)

- Cele i priorytetyzacja w SEO
- Klucz do zrozumienia Google

Część 2: Frazy Kluczowe

- Co to są frazy kluczowe i jak je stosować?
- Psychologiczne i biznesowe aspekty wyboru fraz
- Rodzaje fraz kluczowych
- Sposoby wyboru fraz
- Przykładowe narzędzia
- Konkurencyjność fraz

Część 3: Onsite SEO

- Cechy dobrego contentu i SEO copywriting
- Różnorodność contentu
- Content a frazy kluczowe
- Meta dane
- Nagłówki (H...)
- SEO a grafiki
- Zoptymalizowane adresy stron URL
- Wewnętrzne linkowanie a SEO

Część 4: Czynniki Behawioralne i Poprawa Konwersji

- Zachowanie użytkownika na stronie
- Zachowanie użytkownika w wynikach wyszukiwania Google
- SXO – Search Experience Optimization
- Dane strukturalne, featured, rich snippets,
- Optymalne formatowanie tekstu i wygląd witryny
- Psychologiczne aspekty wyboru i techniki poprawy konwersji

Część 5: Offsite SEO

- Linkbuilding - czy, jak i gdzie pozyskiwać backlinki?
- Dobre praktyki działań linkbuilding'owych
- Broken links
- SEO a content marketing

Część 6: Aspekty Techniczne

- Przekierowania, redirect chains, 404, canonicals
- Jak sprawdzić czas ładowania strony (Page Speed)
- Testowanie mobile friendliness
- Mapa witryny - SiteMap
- Do czego służy Robots.txt

Część 7: Inne ważne obszary w SEO:

- Międzynarodowe SEO
- Lokalne SEO
- Kiedy SEO organizować Inhouse, a kiedy korzystać z outsourcing'u
- Świadoma współpraca
- O konkurencji w SEO
- App Store Optimization ASO
- Nieodpowiednie techniki i możliwe konsekwencje

Część 8: Strategia i działania w SEO

- Tworzenie planu działań w SEO
- Wykorzystanie quick wins w SEO

- Przykładowe i skuteczne działania w SEO

Część 9: Analityka i Narzędzia Analityczne

- SEO KPI (Key Performance Metrics)
- Jak badać problemy w KPI i znaleźć przyczynę spadków
- Przykładowe i praktyczne narzędzia SEO

Część 10: GEO - Generative Engine Optimization

- Optymalizacja pod wyszukiwarki internetowe wykorzystujące sztuczną inteligencję - LLM
- Google AI Overviews
- Google AI Mode
- ChatGPT
- Najnowsze trendy 2025/2026 - AI w SEO

Część 11: Podsumowanie

Metoda realizacji szkolenia

Szkolenie realizowane jest w formie:

- części teoretycznej w postaci prezentacji,
- kilku praktycznych i intuicyjnych ćwiczeń (zadań)

Forma szkolenia ma na celu przedstawienie w sposób atrakcyjny i interesujący wiedzy i technik SEO oraz jej utrwalenie dzięki intuicyjnym, prostym ćwiczeniom.

Praktyczne podejście, bazujące na m.in. analizie przykładowych stron internetowych, znacząco ułatwi zrozumienie i zdobycie nowych umiejętności przez uczestnika szkolenia.

Liczba dni, liczba godzin szkoleniowych

2 dni, 16 godzin szkoleniowych

Ścieżka rozwoju po szkoleniu

Po zakończeniu szkolenia rekomendowane jest bieżące zapoznawanie się z nowościami branży SEO dotyczącymi m.in. aktualizacji algorytmów Google. Ponadto zalecane jest doskonalenie umiejętności w dziedzinach związanych z SEO, tj. UX, copywriting, content marketing, optymalizacja konwersji, analityka internetowa.