

WEJDŹ DO **TOP10** W GOOGLE

# Jak tworzyć **TREŚCI** na **STRONĘ?**

Rekomendacje  
do tworzenia treści  
- usługi

materiały zostały przygotowane przez spółkę Rise360 sp. z o.o.

→ [Czytaj więcej](#)



# Spis treści

Jak tworzyć teksty do zakładek usługowych?	3
Tytuł podstrony usługowej	3
Akapity	3
Poziomy nagłówek	4
Minimum 1 lista punktowa w tekście (liczba punktów dowolna, minimum 2 pkt.)	6
Minimum 1 pogrubienie na akapit	6
W tekście powinny znaleźć się linki do pozostałych usług.	6
Przeoptymalizowanie tekstu	7
Od strony użyteczności, tekst powinien:	8
Pisanie tekstów a dostosowanie do SEO, czyli frazy pokrewne	10
Jak szukać fraz relewantnych?	10
Jak tworzyć teksty do zakładki o nas?	13

## Ebook przygotowany przez Rise360

Tworzymy Agencję Rise360. Jesteśmy grupą specjalistów zafascynowanych rzeczywistością i odkrywaniem nowych możliwości rozwoju biznesu.

Naszym celem jest odkrywanie nowego zrozumienia rzeczywistości, w której poruszają się przedsiębiorcy i ich klienci.



# Jak tworzyć teksty do zakładek usługowych?

Podstrony na temat usług są ważną częścią marketingu stron firm. Na takie podstrony kieruje się ruch z reklam Google Ads, Facebook Ads oraz służą do pozycjonowania na frazy, które generują klientów.

## 1. Tytuł podstrony usługowej

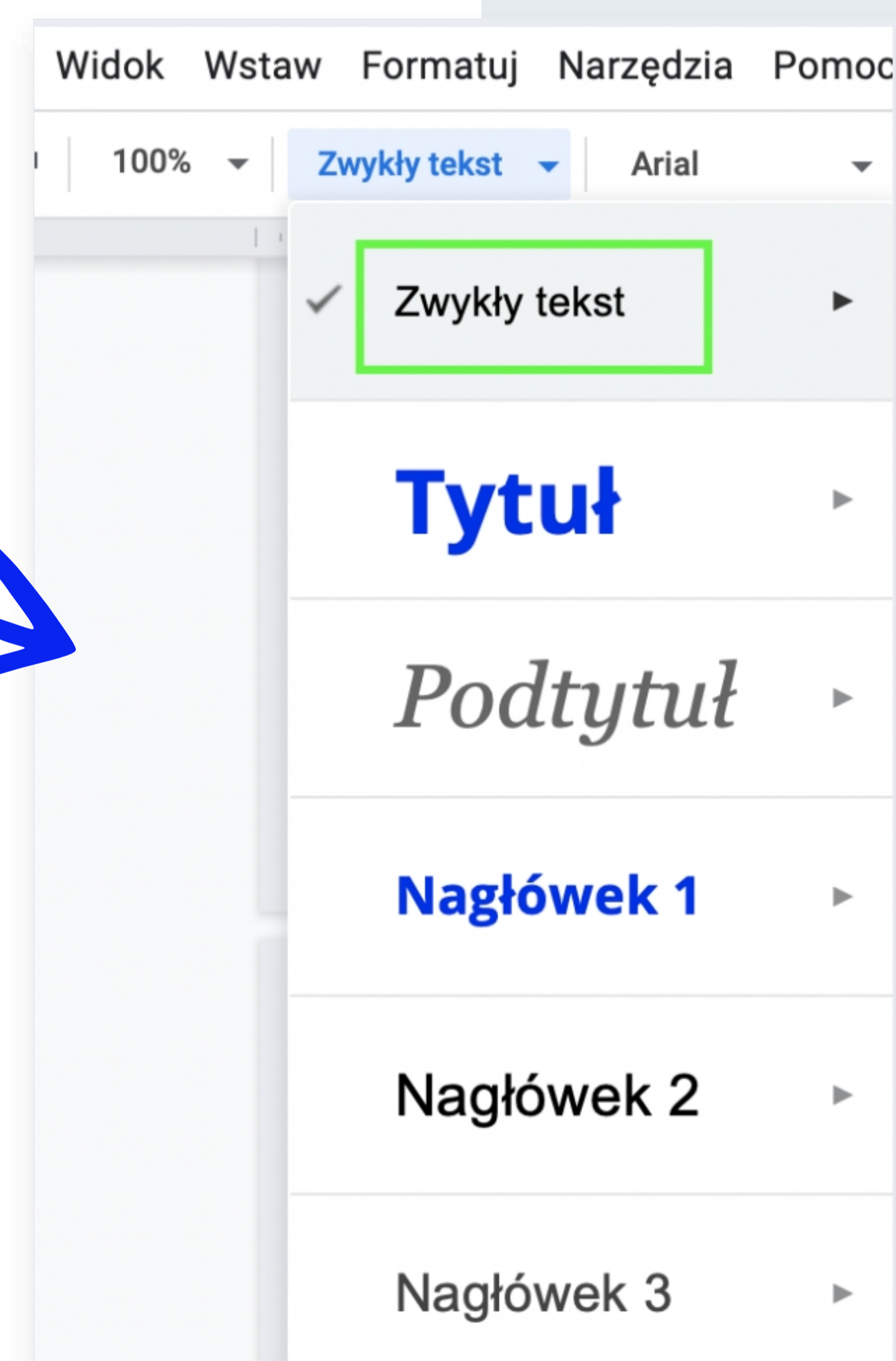
Nie dodajemy go w tekście, ponieważ tytuł to nagłówek h1, a tytułem jest już sama nazwa usługi. Dlatego tekst zacznij od nagłówka h2.

## 2. Akapity

Akapit powinien mieć do 550 ZZS (znaki ze spacjami - można to sprawdzić w programie WORD, w lewym dolnym rogu okna), po przekroczeniu tej długości kolejny tekst należy oddzielić nagłówkiem lub enterem.

Zwykły akapit (tekst pomiędzy nagłówkami) powinien mieć styl "paragraf/zwykły tekst":

Nie dodajemy dodatkowych enterów pomiędzy paragrafami. Jest to błędne działanie, ponieważ powoduje nieprawidłowe wyświetlanie się tekstu na stronie www.



### 3. Poziomy nagłówków

Tekst powinien zawierać:

# H1

**0 nagłówków pierwszego stopnia (h1)**

- jest nim zawsze tytuł strony

# H2

**1 lub 2 nagłówki 2 stopnia (h2)** - pierwszy nagłówek w tekście musi być nagłówkiem h2. Drugi nagłówek h2, o ile wystąpi, nie powinien być ostatnim nagłówkiem w tekście.

# H3

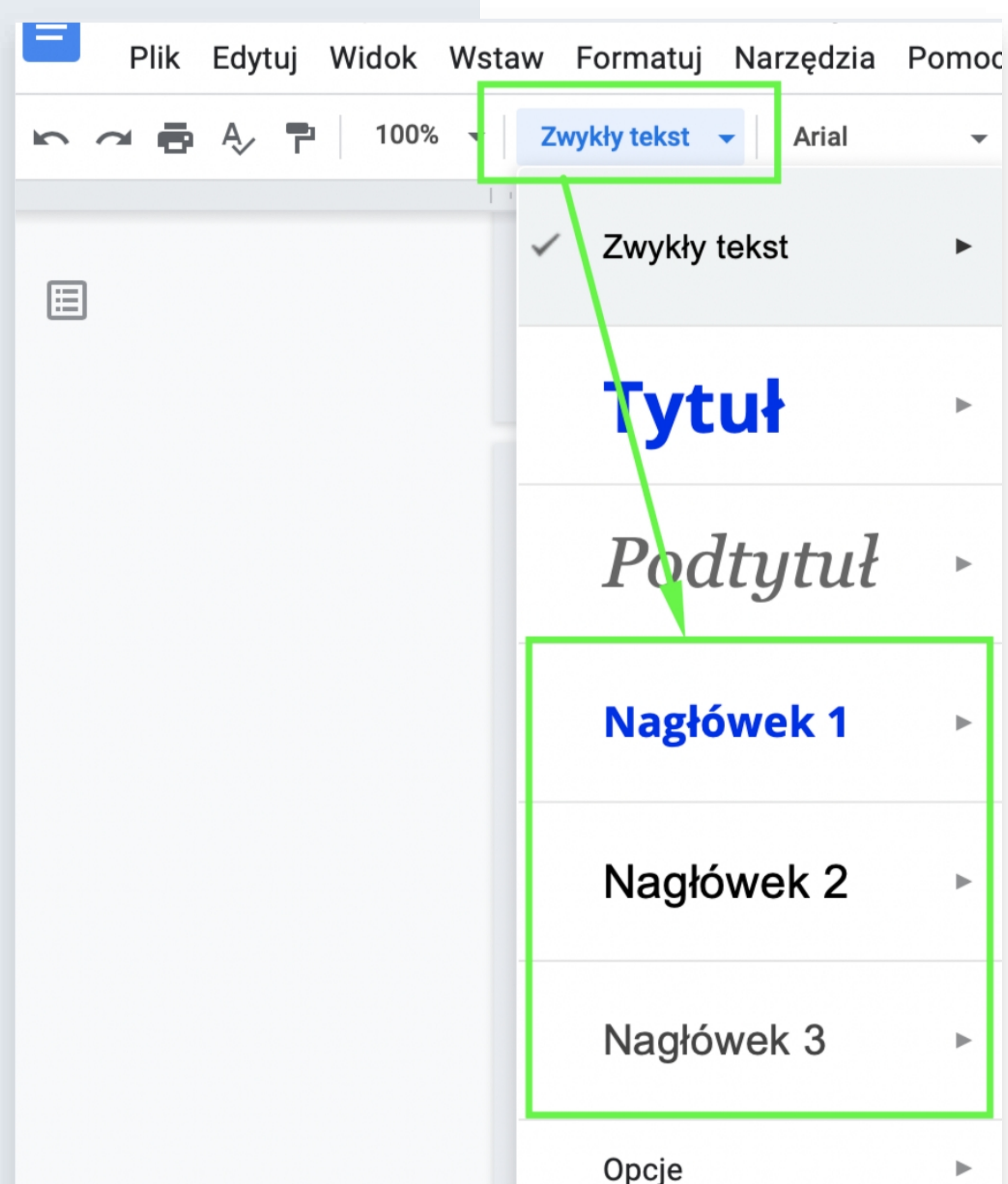
**dowolna liczba nagłówków 3 stopnia (h3)**

# H4

**nie używamy nagłówków h4, h5, h6, itd.**



**Uwaga! W tekście należy używać zdefiniowanych w programie nagłówków:**



Ręcznie powiększanie i/lub pogrubianie tekstu, aby wizualnie wyglądał jak nagłówek, jest błędem.

Im więcej nagłówków, tym lepiej - to idealne miejsce na frazy pokrewne

#### **Struktura:**

<h2> pierwszy nagłówek </h2>

akapit

<h3> kolejny nagłówek </h3>

akapit

<h3> kolejny nagłówek </h3>

akapit

...

## 4. Minimum 1 lista punktowa w tekście (liczba punktów dowolna, minimum 2 pkt.)

Bardzo mile widziane:

- więcej list punktowych
- tabele
- zdjęcia w treści

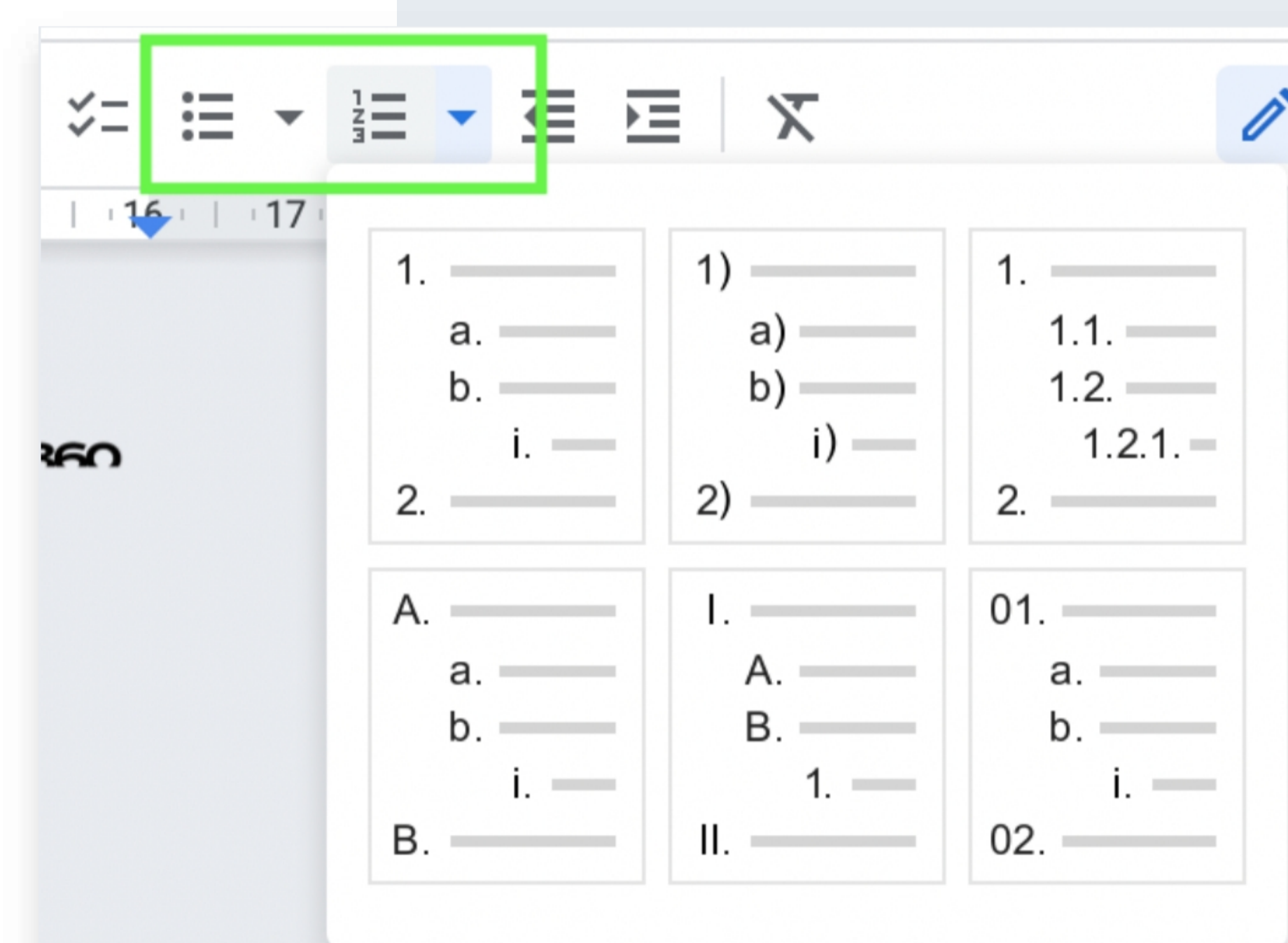
Darmowe banki zdjęć / Stocki

- <https://pixabay.com/pl/>,
- <https://unsplash.com/>,
- <https://pl.freepik.com/home>
- lub w przypadku sklepów internetowych zdjęcia ze strony klienta.



 Należy używać zdefiniowanych w programie list punktowych:

Używanie zwykłych myślników, gwiazdek lub innych znaków, które mają imitować listę punktową, jest nieprawidłowe.



### Poprawna lista

Lista punktowa:

- punkt A
- punkt B
- punkt C

### Niepoprawna lista

Lista punktowa:

- punkt A
- punkt B
- punkt C

Lista punktowa:

- \* punkt A
- \* punkt B
- \* punkt C

Zatem jeśli przykładowo używamy listy punktowej 1,2,3... wybieramy zdefiniowaną listę punktową. Dzięki temu jest odpowiednio sformatowana i **wyświetla się poprawnie** w kodzie HTML. **Nie wpisujemy ręcznie liczb.**

## 5. Minimum 1 pogrubienie na akapit

Pogrubienie pozwala czytelnikom łatwiej śledzić najważniejsze informacje, ale też pod kątem SEO podkreślać słowa kluczowe. Staraj się nie pogrubiać samego słowa kluczowego, ale z jakimś otoczeniem. Na przykład:

### ✓ DOBRZE

Skuteczny marketing w internecie nie jest prosty, dlatego jeśli chcesz zadbać o spójny wizerunek i dobrą reklamę, skorzystaj z usług **agencji marketingowej, która zbuduje z Tobą twoją markę krok po kroku.**

### ✗ ŹLE

Skuteczny marketing w internecie nie jest prosty, dlatego jeśli chcesz zadbać o spójny wizerunek i dobrą reklamę, skorzystaj z usług agencji marketingowej, która zbuduje z Tobą twoją markę krok po kroku.

### ✗ ŹLE

Skuteczny marketing w internecie nie jest prosty, dlatego jeśli chcesz zadbać o spójny wizerunek i dobrą reklamę, skorzystaj z usług **agencji marketingowej**, która zbuduje z Tobą twoją markę krok po kroku.

## 6. W tekście powinny znaleźć się linki do pozostałych usług.

Przykładowo jeśli w agencji marketingowej piszemy tekst do zakładki ofertowej o SEO, zawieramy w tekście informację, że „aby SEO było skuteczne, konieczna jest **marketingowa strona internetowa**, ponieważ...”

W innym miejscu dodajemy informację: „obok pozycjonowania, drugą najskuteczniejszą metodą pozyskiwania klientów jest **Google Ads**, ponieważ...”

Do pogrubionych w przykładzie fraz dodajemy linki do naszych podstron usługowych, kolejno: do tworzenia stron www oraz do prowadzenia kampanii Google Ads.



## Aby uniknąć przeoptymalizowania, należy używać:

- synonimów,
- fraz pokrewnych.

Przykład:

- <https://wroclaw-podolog.pl/zabiegi-podologiczne/paznokiec-wrastajacy-wkrecajacy/>
- <https://zdrowyprofil.pl/badanie/holter-ekg/>
- <https://www.ultimatecenter.pl/angielski-teddy-eddie/>
- <https://easyenglish.org.pl/zajecia-jezykowe/angielski-dla-dzieci-3-6-lat/>

Mniej ważne usługi, które są rzadko wybierane przez klientów, mogą posiadać tekst krótszy: od pół do jednej strony A4 (min 1500 ZZS).

Przykłady:

- <https://cmm-kp.pl/opodatkowanie-spolek-komandytowych/>
- [https://kompresory.org/pol\\_m\\_Sprezarki-tlokowe\\_Zastosowanie\\_Do-malowania-1056.html](https://kompresory.org/pol_m_Sprezarki-tlokowe_Zastosowanie_Do-malowania-1056.html)

## Rekomendowaną długość tekstów do każdej podstrony podaje zawsze Rise360.

## 8. Od strony użyteczności, tekst powinien:

zawierać odpowiedzi na najczęstsze pytania klientów:

- co to jest
- dla kogo to jest + jak sprawdzić, czy to mam/czy tego potrzebuję (jako klient)
- co dokładnie zawiera oferta (co klient realnie otrzyma)
- jakie są konsekwencje odwlekania skorzystania z rozwiązania
- dlaczego to rozwiązanie jest lepsze od innych metod
- jak klient ma się przygotować do usługi (jeśli powinien)
- jakie są korzyści dla klienta
- jakie będą efekty usługi krótkofalowe i długofalowe
- ile kosztuje rozwiązanie
- ile trwa usługa
- jakie są przeciwwskazania/ kto nie może skorzystać
- jak wygląda współpraca





Opis usługi warto uzupełnić o **dane tabelaryczne**. Są one ciekawą prezentacją najważniejszych danych dla użytkownika strony. Ponadto Google pozycjonuje strony z urozmaiconymi treściami wyżej, niż strony ze standardowym tekstem.

Przykład **tabeli** dotyczącej usługi:

Wrastające paznokcie – kompendium wiedzy					
Adres	Czas trwania zabiegu	Cena zabiegu	Przygotowanie do zabiegu	Zalecenia po zabiegu	Przeciwwskazania
ul. Skarbowców 115 Wrocław	30-60 min.	160 zł	1. Nie moczenie stóp w szarym mydle. 2. Nie stosowanie maści.	1. Odpowiednie opatrunki z substancjami aktywnymi. 2. Wizyty kontrolne. 3. Aplikacja tamponady lub klamry ortonyksyjnej.	1. Względne: a) Nieunormowana cukrzyca 1. b) Problemy z krzepliwością krwi

Jest to akurat przykład z branży medycznej, natomiast niemal dla każdej usługi/produktu można stworzyć tabelę informacyjną.

Przykład **listy punktowej**, która również uatrakcyjni opis:

## Zabieg manicure zawiera

- o opracowanie skórek (z wycięciem bądź frezowaniem),
- o opracowanie kształtu paznokci,
- o nałożenie w odpowiedniej kolejności preparatów do manicure hybrydowego,
- o olejek do paznokci i skórek,
- o balsam nawilżający.

### Prosimy o przesłanie do tekstów:

- 1** **Jedno zdjęcie wyróżniające**, aby potencjalny klient wzrokowo mógł zweryfikować, że trafił na dobrą stronę. Zmniejszy to współczynnik odrzuceń strony. Możesz zaprezentować przykładowo wykonywanie usługi. Zdjęcie wyróżniające nie jest konieczne. Czasami umieszczamy treści bez obrazu w przypadku nieestetycznych dolegliwości.
- 2** **Galerię zdjęć przed i po** - efekty usługi.

## 9. Pisanie tekstów a dostosowanie do SEO, czyli frazy pokrewne

Każda podstrona ma swoją **frazę główną**, która powinna zawrzeć się w nagłówku h1, a także w dalszych nagłówkach i akapitach. Fraza kluczowa najczęściej jest taka sama, jak nazwa usługi/kategorii/produktu.

Do każdego tekstu należy znaleźć **frazy relewantne** (inaczej zwane frazami pokrewnymi). Należy stosować je w nagłówkach oraz akapitach. Słowa kluczowe oraz frazy pokrewne powinno się odmieniać. Np. raz piszemy „kwiaty ślubne”, a raz „kwiatów ślubnych”.

Należy uważać, aby **nie przesycić frazami kluczowymi tekstu**. Przykładowo, jeśli tekst zawiera 5 nagłówków - zastosujmy frazy kluczowe w 3 z nich, a 2 niech pozostaną neutralne dla SEO. W 1 akapicie tekstu, który ma około 4-6 linijek tekstu) powinniśmy zastosować 1-2 razy frazy kluczowe. Przesycenie słowem kluczowym jest równie niekorzystne, jak całkowity brak tekstu.

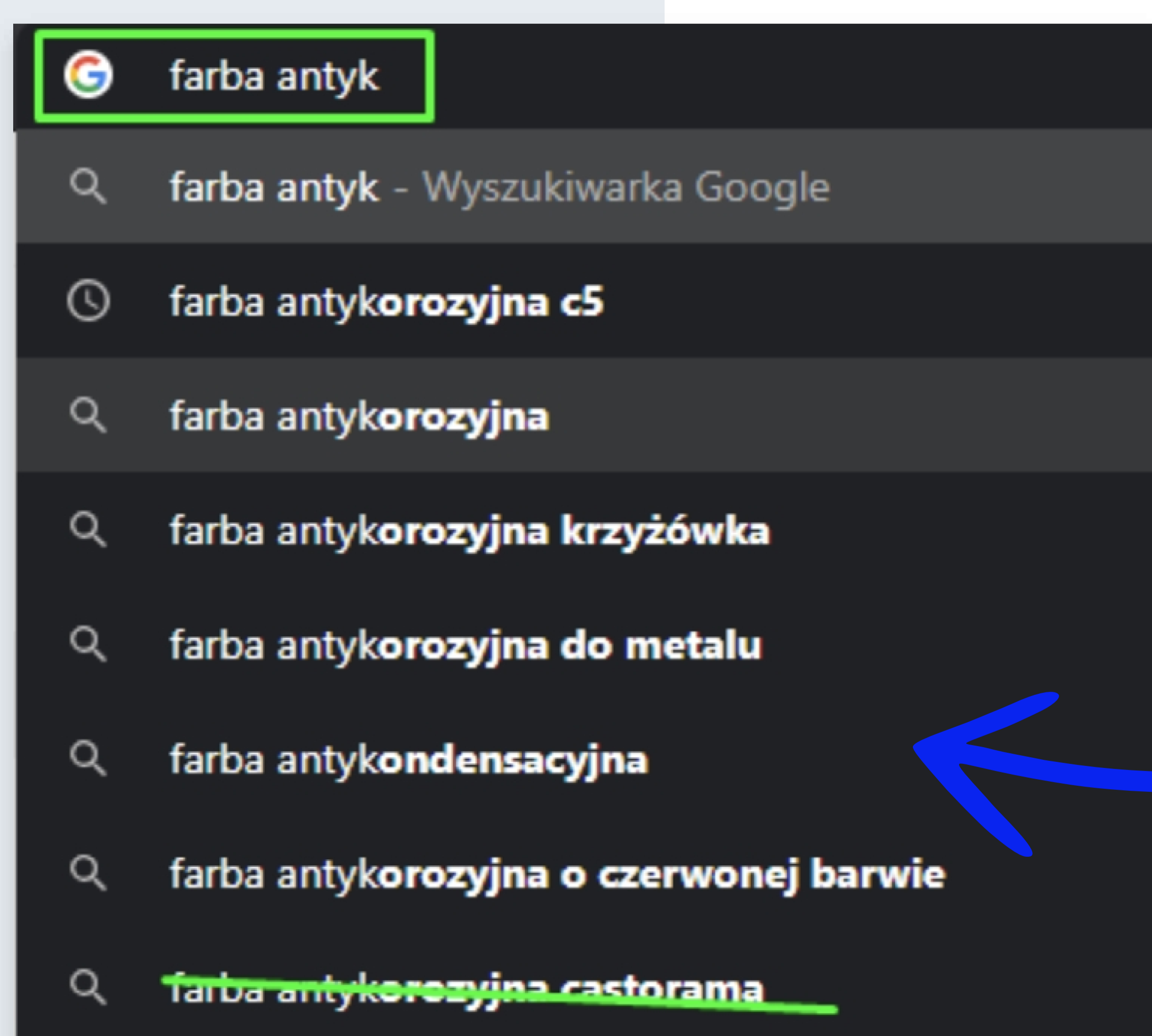
Używaj także **słów technicznych**, ponieważ Google bada topologię treści, czy wyrazy są ogólne, czy są związane z tematem.

## 10. Jak szukać fraz relewantnych?

### KROK 1

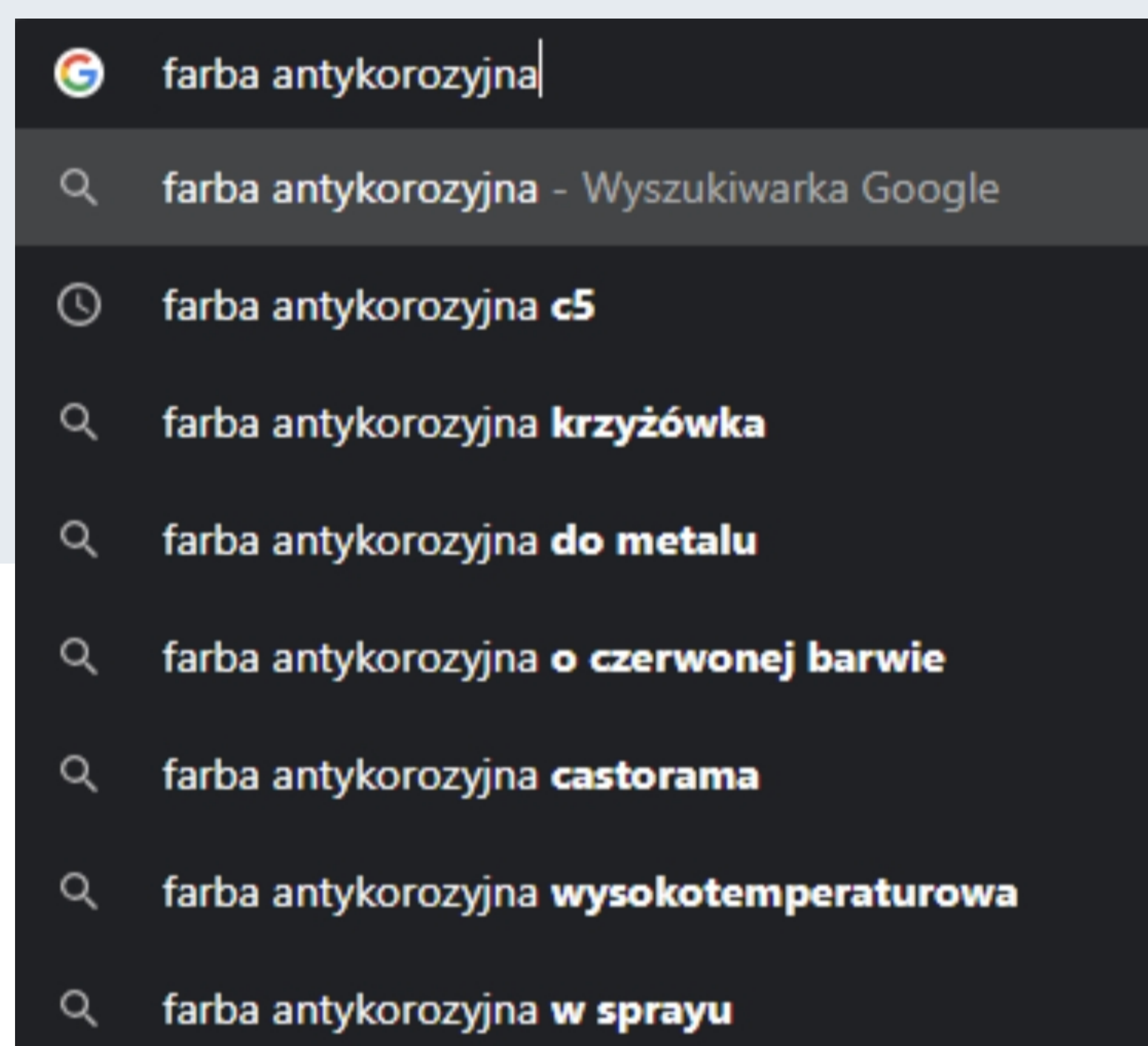
Wpisz niepełną frazę kluczową (często jest to nazwa kategorii/usługi) w Google i zobacz, jakie podpowiedzi wyświetla Google.

Założmy, że słowo kluczowe to „farba antykorozyjna”. Po wpisaniu części słowa kluczowego “farba antyk” w Google widzimy takie podpowiedzi:

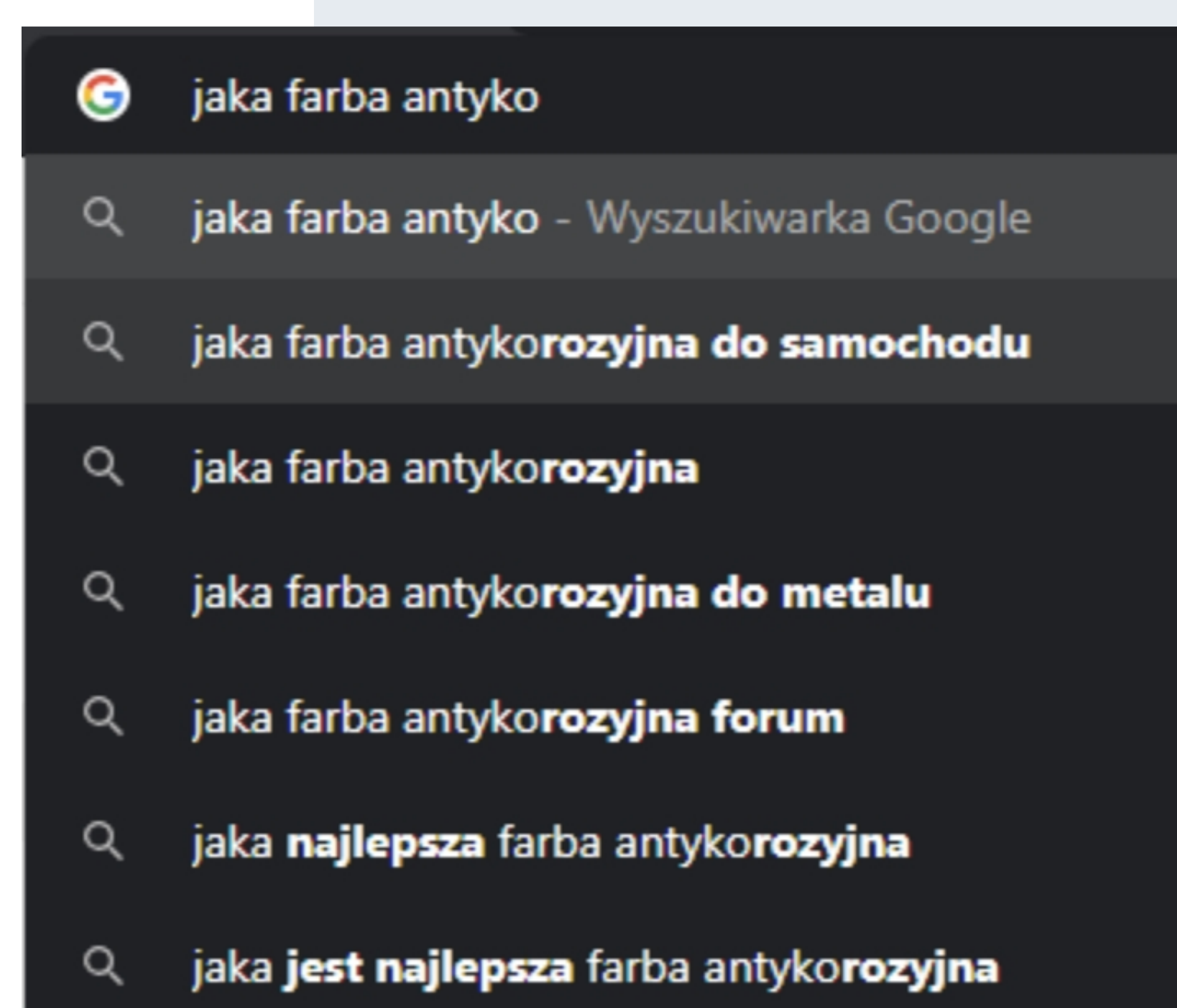


Nie bierzemy pod uwagę wyniku „farba antykorozyjna castorama”, ponieważ dotyczy konkretnego konkurencyjnego sklepu.

Cała reszta wyników to właśnie frazy pokrewne, które Google kojarzy z naszym słowem kluczowym



Możemy także eksperymentować z wynikami, które podpowiada Google, wpisując pełną frazę (jak widać niżej, nieco zmieniły się wyniki).



Albo dodając słowa pytające na początku.

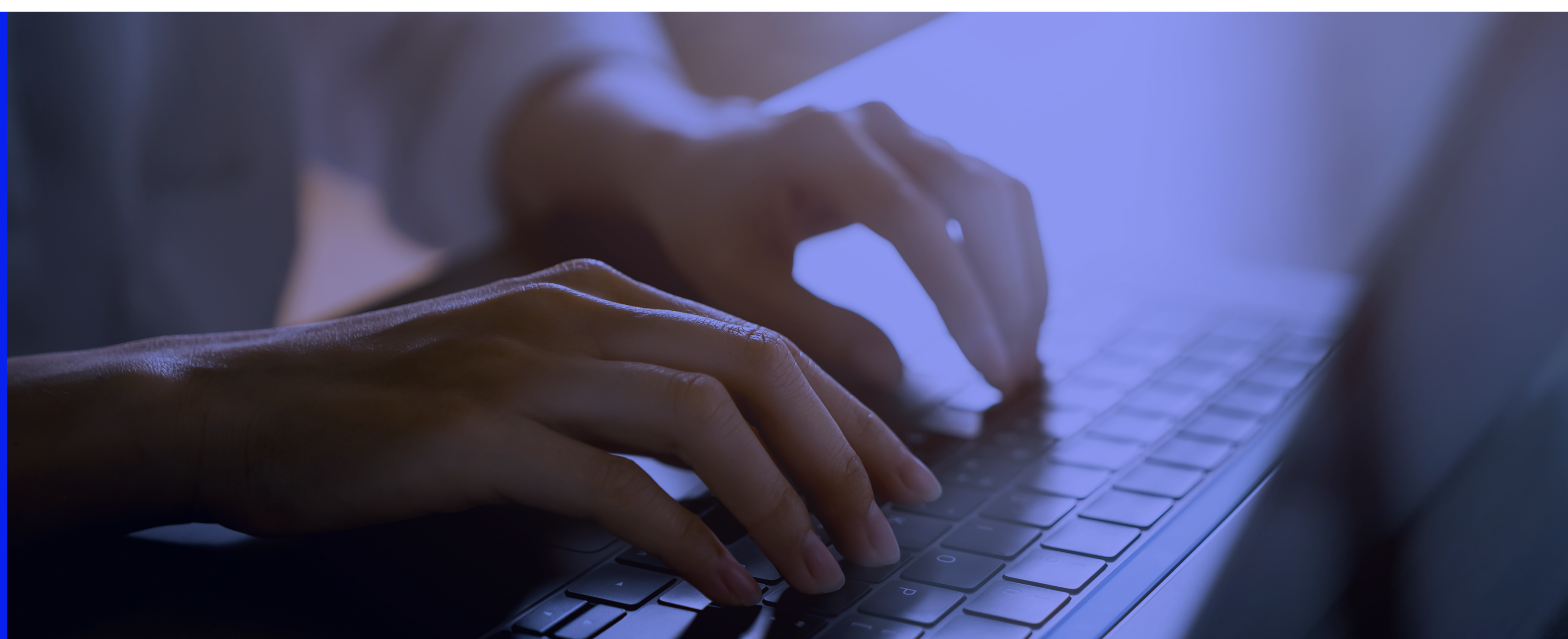
### Przykładowo:

Jak + słowo kluczowe

Dlaczego + słowo kluczowe

Jakie + słowo kluczowe

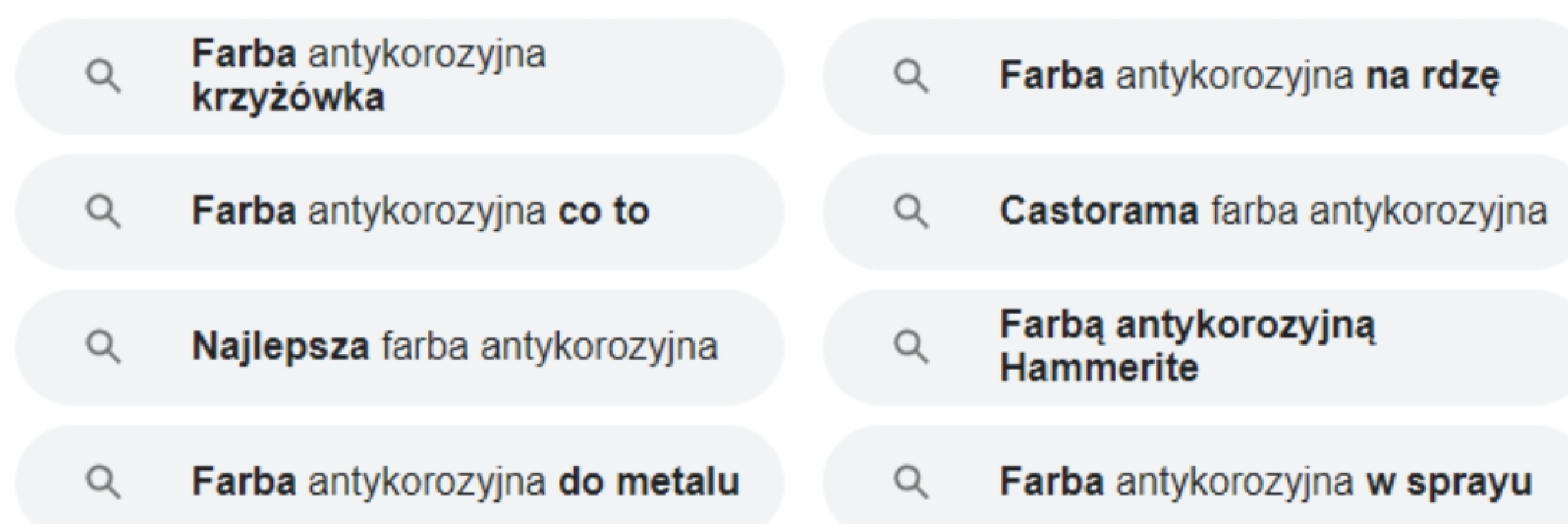
Gdzie... itp.



### KROK 2

Wpisz słowo kluczowe w Google, kliknij enter, a następnie zjedź na sam dół wyników wyszukiwania do sekcji „Podobne wyszukiwania”. Tutaj znajdziesz kolejną listę fraz relewantnych:

#### Podobne wyszukiwania



Te frazy mogą się częściowo ząbiać z tymi, które znajdziesz bezpośrednio w podpowiedziach Google (punkt 1). Warto i tutaj wpisywać w Google różne modyfikacje słowa kluczowego i sprawdzać, czy we frazach pokrewnych znalazły się nowe podpowiedzi.

### KROK 3

Skorzystaj z Planera Słów Kluczowych w Google Ads:

Poznaj nowe słowa kluczowe

ZACZNIJ OD SŁÓW KLUCZOWYCH

Wpisz produkty lub usługi blisko związane z Twoją firmą

farba antykorozyjna x najlepsza farba antykoro... x  
jaka farba antykorozyjna x farba antykorozyjna do ... x

+ Dodaj kolejne słowo kluczowe

polski (domyślny) Polska

Wpisz domenę, by użyć jej jako filtra  
https://

ZOBACZ WYNIKI

Wejść na swoje konto w Google Ads > Narzędzia i ustawienia > Planowanie > Planer Słów Kluczowych > Poznaj nowe słowa kluczowe.

Wpisz po przecinku kilka fraz, które zebrałeś na poprzednim etapie. Nie rób literówek. Następnie kliknij „Zobacz wyniki”:

Wtedy zobaczysz ilość wyszukiwań dla już znalezionych fraz, ale też w sekcji „Propozycje słów kluczowych” znajdziesz nowe frazy relewantne. Wybierz te, które pasują do tematu:

Uwaga! Im więcej podasz swoich fraz na początku, tym więcej propozycji otrzymasz.

<input type="checkbox"/> Słowo kluczowe (według trafności) ↓	Śr. miesięczna liczba wyszukiwań
<b>Podane przez Ciebie słowa kluczowe</b>	
<input type="checkbox"/> farba antykorozyjna	1 600
<input type="checkbox"/> najlepsza farba antykorozyjna	140
<input type="checkbox"/> jaka farba antykorozyjna	10
<input type="checkbox"/> farba antykorozyjna do metalu	320
<b>Propozycje słów kluczowych</b>	
<input type="checkbox"/> czerwona farba antykorozyjna	210
<input type="checkbox"/> nobiles stalochron	210
<input type="checkbox"/> farba antykorozyjna na rdzę	170
<input type="checkbox"/> stalochron	140
<input type="checkbox"/> farba antykorozyjna w sprayu	140

Im więcej znajdziesz fraz pokrewnych - tym lepiej. Pamiętaj, że nie musisz użyć ich wszystkich w tekście. Natomiast im więcej ich wykorzystasz, tym bardziej zwiększasz zasięg SEO takiego tekstu. Dlaczego? Ponieważ będzie pozycjonować się na wiele pokrewnych słów kluczowych.



## 11. Jak tworzyć teksty do zakładki o nas?

Potrzebujemy krótki opis firmy - 1500 znaków ze spacjami (objętość około jednej strony A4), np.:

Rise360 - O nas

Wspieramy polskich przedsiębiorców

Tworzymy Agencję RISE360 Marketing & Business. Jesteśmy grupą specjalistów zaciekawionych rzeczywistością i odkrywaniem nowych możliwości rozwoju biznesu. Naszym celem jest odkrywanie nowego zrozumienia rzeczywistości, w której poruszają się przedsiębiorcy i ich Klienci.

1. **Stawiamy na relacje.** Każdy nasz klient ma od nas pełne wsparcie, które zawsze wykracza poza ramy umowy.
2. **Zawsze używamy produktów naszych Klientów.** I nie chodzi tutaj o podlizywanie się, ale o dobre maniery. Czy są to najlepsze produkty lub usługi? My uważamy, że tak i właśnie dlatego je reklamujemy.
3. **Obsługujemy cały marketing** – dzięki zespołowi o różnych kompetencjach i specjalizacjach, pomagamy w wielu obszarach marketingu. Już nie musisz szukać.

Jeżeli jesteś już przekonany, że Twój biznes nie może stać w miejscu – napisz lub zadzwoń do nas. Zaangażujemy się.

**Szybkiego rozwoju firmy,**

Błażej Katarzyński, Jacek Gajewski – Rise360

Warto umieścić w tekście obietnicę marki w formie nagłówku, np.:

- Zostań rentierem ze stabilnych dochodem
- Zwiększamy sprzedaż firm w internecie o 80% w 6 miesięcy
- Zamontujemy rolety w 24h

W opisie firmy można umieścić blok korzyści:

 <b>Wsparcie premium</b>	 <b>Partnerskie relacje</b>	 <b>Działamy skutecznie</b>
Jesteśmy do dyspozycji na terenie całej Polski, zapraszamy do kontaktu Klientów Biznesowych jak i indywidualnych – pracujemy biegle również w języku angielskim.	Zachęcamy do ciągłego rozwoju i eksperymentowania w solidnych granicach ryzyka oraz serdecznej i partnerskiej relacji.	Nie sprzedajemy szybkich rozwiązań i półśrodków Klientom, którzy do nas przychodzą.

Podaj 3 kluczowe liczby, które zapamiętają klienci po przeczytaniu tekstu:

Co nas wyróżnia?  
Experti w rozwoju firm w oparciu o skuteczny marketing internetowy i biznes

9 Expertów  
to jakbyś zatrudnił 9 Expertów w swojej firmie

90% powracalności  
tyle przedsiębiorców jest zadowolonych i wraca

1 tydzień  
tyle czekasz na pierwsze efekty

**Opcjonalnie, materiały, które wyróżnią stronę na tle konkurencji i powinniście je nam przesłać, jeżeli jesteście liderem w branży lub aspirujecie do zostania liderem:**

- video opinie z klientami - np. <https://andrzejspula.pl/opinie/> - trzeba przewinąć na dół strony
- video z odpowiedzią na najczęstsze pytania klientów
- video ze świadczenia usługi
- video pokazujące firmę



Przy przesyłaniu dużej ilości treści warto wykorzystać

- wetransfer.com
- dysk Google Drive
- dysk One Drive

**Know How materiały zostały  
przygotowane przez spółkę  
Rise360 sp. z o.o.**

**Dziękujemy za uwagę!**

**rise.360<sup>®</sup>**