

NOWA STRONA A SEO

Instrukcja MIGRACJA STRONY

Jak bezpiecznie przenieść
witrynę, aby zachować
wyniki pozycjonowania?

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

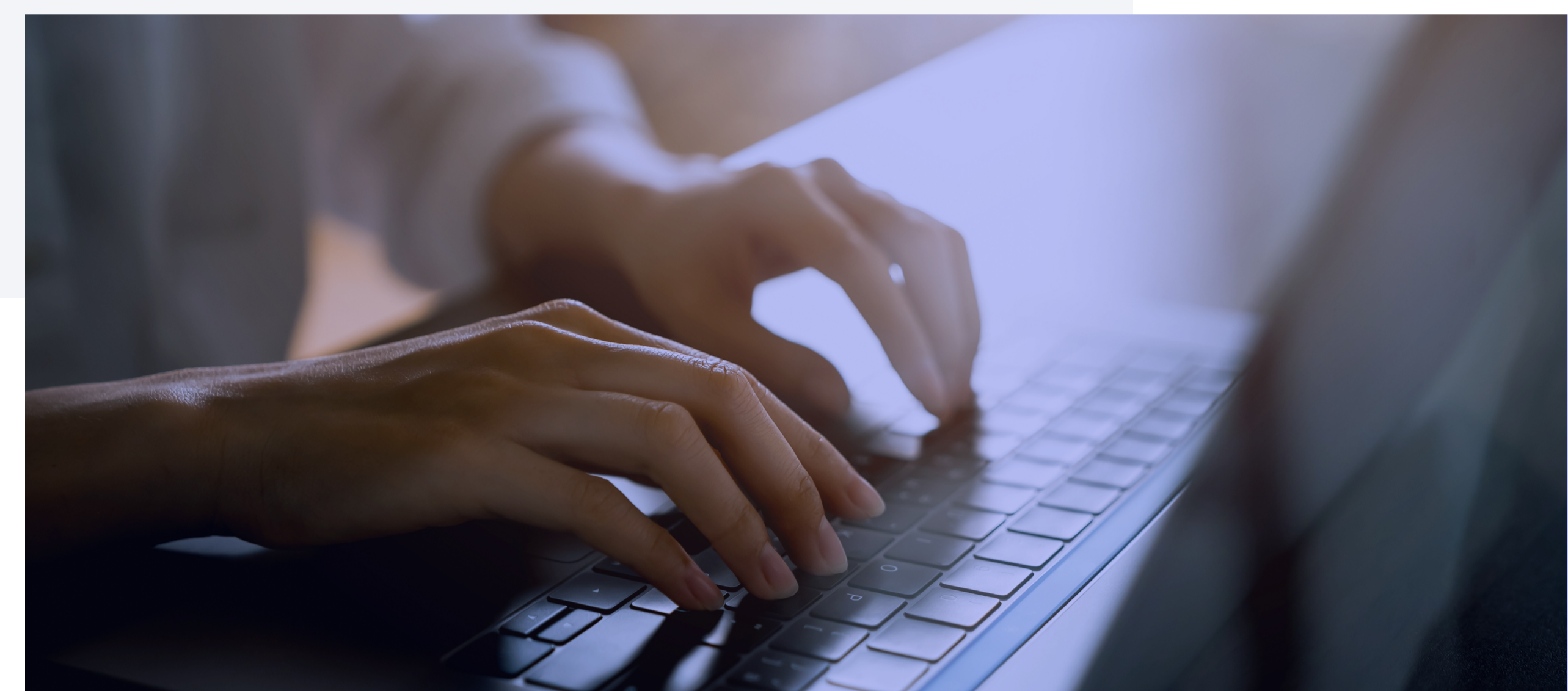
→ [Czytaj więcej](#)



Po co ta instrukcja?

Prowadzisz swój biznes, właśnie zmieniasz stronę na nową i nie chcesz utracić zysku z ruchu organicznego? A może jesteś SEOwcem i zastanawiasz się, jak przeprowadzić proces zmiany witryny, aby zabezpieczyć wypracowane do tej pory wyniki na poprzedniej wersji strony? Przygotowaliśmy dla Ciebie solidną checklistę.

Wykorzystaj ją i spokojnie przejdź przez ten proces krok po kroku. Instrukcję podzieliliśmy na 3 etapy: przed publikacją, w trakcie oraz po publikacji nowej strony. Zaczynamy?



1. Przed publikacją strony

☑ Wtyczka SEO

Zainstalowanie wtyczki SEO i przeniesienie ustawień z poprzedniej wtyczki na starej stronie. Upewnienie się, że jest ustawiona nazwa firmy, formuły.

☑ Meta title

Ustawienie meta title, jak na poprzedniej stronie i ewentualna optymalizacja w razie potrzeby.

☑ Nagłówki

Sprawdzenie nagłówków na każdym typie podstrony: strona główna, kategoria, produkt, strona lokalna, blog, zwykła strona. Ewentualne przesłanie programiście wytycznych do poprawy.

☑ Struktura URL

Jeśli na poprzedniej wersji była odpowiednia struktura URL, dążymy do zachowania jej na nowej stronie. Jeśli na starej stronie była nieoptymalizowana struktura URL, warto dopilnować, aby poprawić ją na nowej stronie i ustawić odpowiednie przekierowania.

☑ Core Web Vitals

Upewnienie się, że strona jest na docelowym serwerze i sprawdzenie CWV - przygotowanie wytycznych dla programisty.

☑ Przekierowania

Przygotowanie, wstawienie i przetestowanie przekierowań. Unikaj budowania ścieżek przekierowań.

✓ Zawartość

Czy na pewno wszystkie podstrony zostały przeniesione: kategorii, produktów, usług, producentów, blog? Czy wszystkie elementy podstron zostały przeniesione, jak teksty, zdjęcia, tabele, sekcje FAQ, warianty, dokumenty PDF, itd.?

✓ Dane strukturalne

Sprawdzenie, jakie dane strukturalne były na poprzedniej stronie i przeniesienie ich na nową.

✓ Menu

Czy menu jest 1:1 do takie samo jak na starej stronie? Następnie sprawdzenie, czy pod pozycje w menu podpięte są prawidłowe linki.

✓ URLe

Czy URLe, które miały pozostać takie same, **na pewno** się nie zmieniły? Sprawdź 3 razy. Czasem nowy CMS wymusza pewne zmiany, jak dodanie porządkowe ID do adresu.

✓ Meta description

Uzupełnij te, które na poprzedniej stronie były wpisane ręcznie.

✓ Index

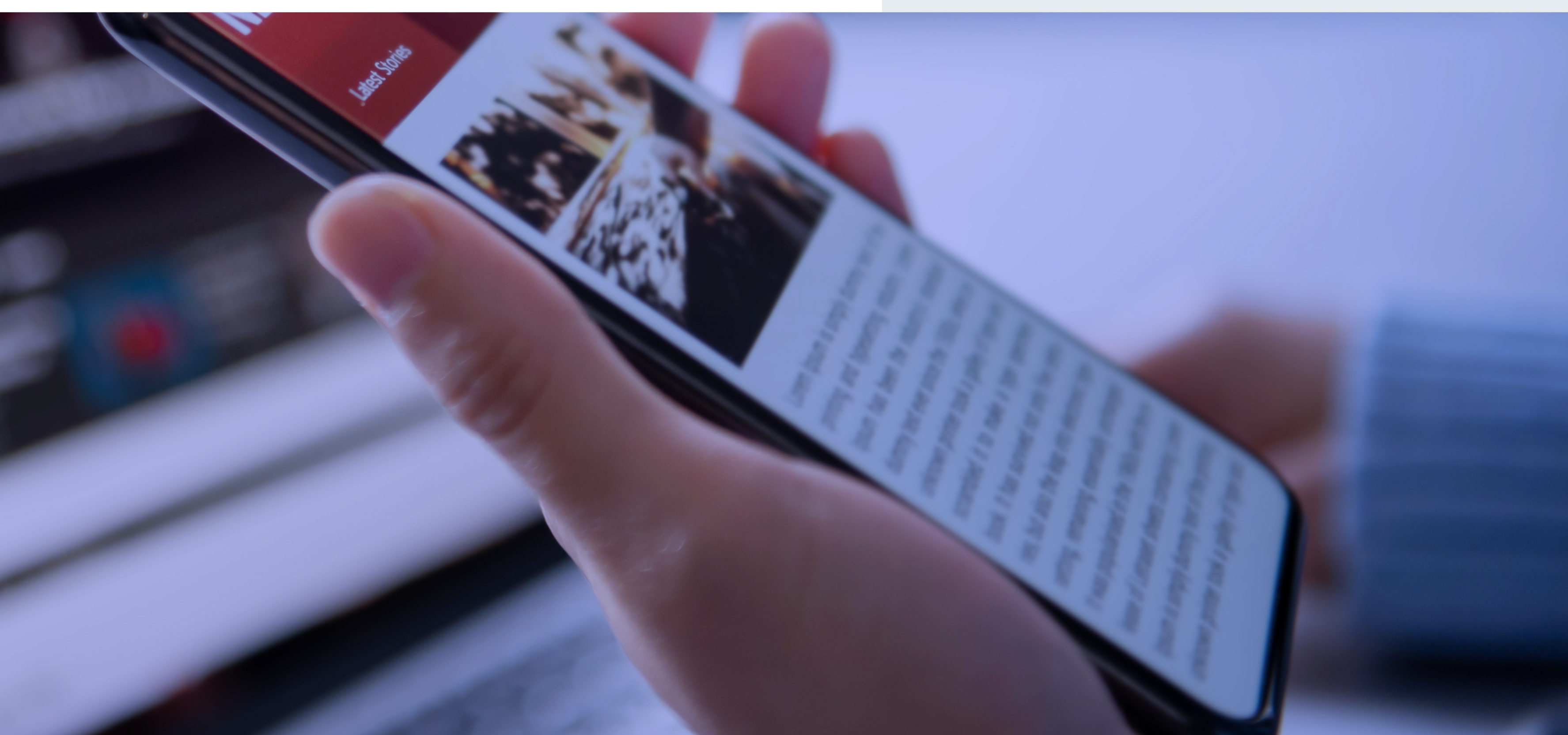
Przez cały proces kontroluj indeksowalność witryny. Nowa strona podczas tworzenia i testów powinna mieć komendę noindex, nofollow. Po opublikowaniu docelowej strony, wersja testowa dalej ma mieć noindex, nofollow, a wersja docelowa index, follow.

✓ Przekierowania wewnętrzne

Czy linki w tekstach, listingach, menu bocznych... działają poprawnie, czy też prowadzą do błędów 404 lub tworzą ścieżki przekierowań?

✓ Przekierowanie zewnętrzne

Przekierowania zewnętrzne powinny mieć komendę nofollow.



✓ **Stopka**

Czy zawiera logo, opis firmy, dane kontaktowe i adresowe oraz linki do najważniejszych podstron?

✓ **Duplikacja**

Czy nie ma duplikacji: zewnętrznej lub wewnętrznej?

✓ **Mapa XML**

Ustawienie mapy XML.

✓ **Narzędzia marketingowe**

Czy wszystkie kody narzędzi marketingowych zostały dodane?

✓ **Slash trailing**

Czy linki mają / na końcu?

✓ **Wersja mobilna**

Czy jest spójna z desktopową?

✓ **JS i CSS**

Sprawdzenie jak wygląda strona po wyłączeniu JS i CSS - ewentualne przesłanie programiście wytycznych do poprawy.

✓ **Spójność marki**

Czy zapis marki jest wszędzie taki sam na stronie?

✓ **Indeksowalność**

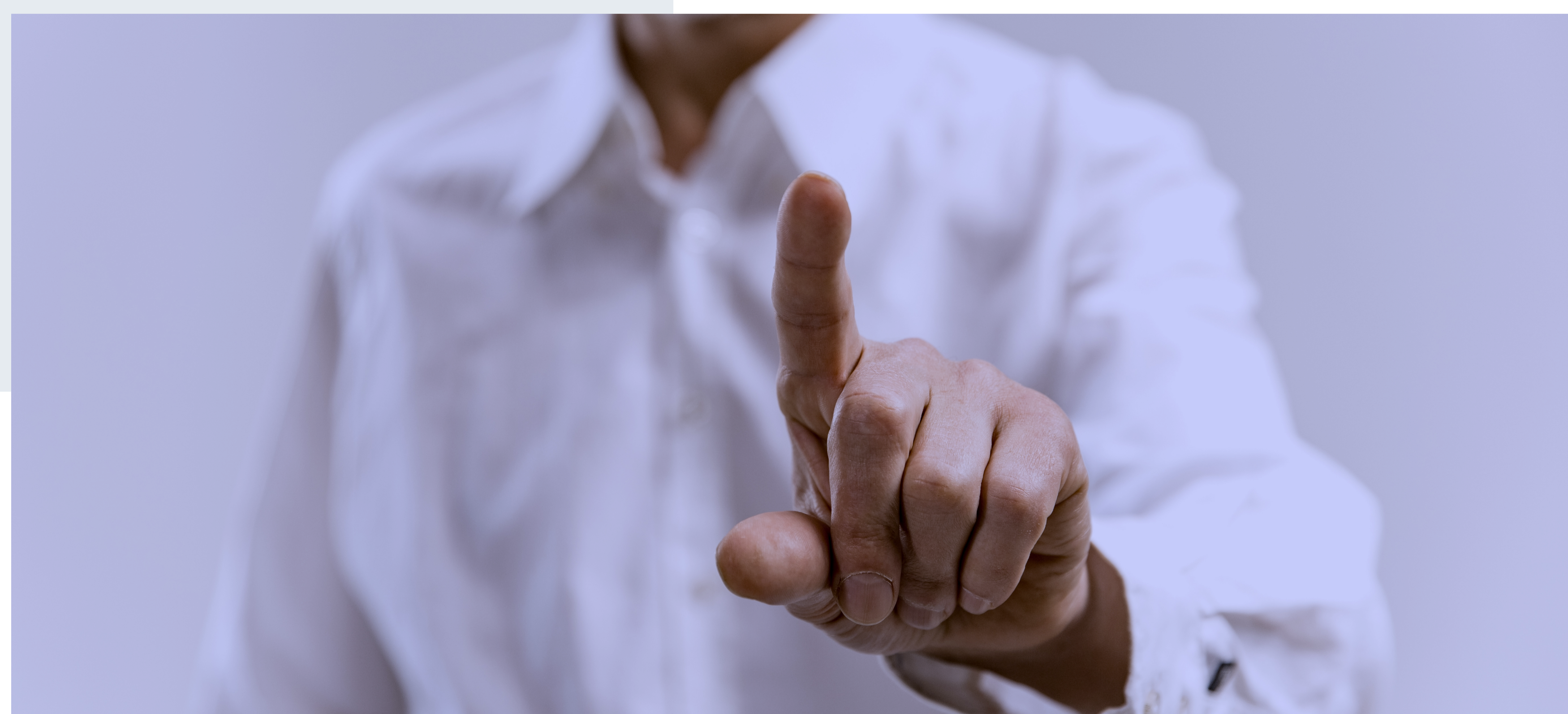
Wyniki z wyszukiwarki, tagi, filtry, sortowanie, strony paginowane - powinny mieć noindex.

✓ **Canonicale**

Czy są poprawnie ustawione?

✓ **ALTy**

Uzupełnienie ALTów zdjęć.



✓ Kod

Sprawdzenie kodu - czy nie ma w nim czegoś podejrzanego? Czy wszystkie nagłówki z kodu wyświetlają się na stronie?

✓ Klient

Dodatkowo: Upewnij się, że klient sprawdził wszystko po swojej stronie: ustawienia, koszty i rodzaje wysyłki, ceny, integracje z systemem do zamówień, dokumenty itd.



Jeśli wcześniej była inna domena

✓ Przekierowanie domeny

Czy masz gotową regułę przekierowującą? Przetestuj, czy przekierowuje też zdjęcia oraz PDFy.

✓ Poprzednia domena

Powinna stopnio wyindeksowować się z Google aż do całkowitego zniknięcia. Kontroluj to.

✓ Aktualność danych

Gdy zmienia się domena, zmienia się np. adres www i e-mail. Czy dane są aktualne w zakładce kontakt, polityce prywatności, stopce, /o-nas itd?

2. W trakcie zmiany

✓ Kontrola

Specjalista powinien umówić się z klientem oraz programistą na konkretną datę i godzinę, w której strona lub szablon będą zmieniane. W tym czasie specjalista jest dostępny i upewnia się, że strona jest dobrze przeniesiona, a komenda noindex, nofollow została wyłączona.

3. Po publikacji nowej strony

☑ **Przekierowania**

Czy jest przekierowanie z http na https? Czy jest przekierowanie ze starej domeny? Czy działają wszystkie wdrożone przekierowania?

☑ **Core Web Vitals**

Czy ostatecznie wyniki są dobre?

☑ **Dane strukturalne**

Czy wszystkie zostały przeniesione prawidłowo? Czy na nowej stronie nie generują się jakieś automatyczne, błędne dane strukturalne?

☑ **Statusy strony**

Sprawdzenie statusów strony i poprawa jeśli potrzeba.

☑ **Google Search Console**

Regularna kontrola w GSC czy indeksacja przebiega prawidłowo, np. czy nie zaczynają indeksować się niechciane podstrony.

☑ **Mapa XML**

Czy została wgrana nowa mapa?

☑ **Wersja developerska**

Czy na pewno cały czas ma noindex, nofollow? Nie może mieć przekierowania na stronę docelową.

Gotowe!

Gratulacje! Jeśli wykonałeś każdy punkt z listy, kompleksowo zadbałeś o optymalizację strony i zabezpieczyłeś wypracowane do tej pory wyniki SEO. Pamiętaj, że to nie wszystko. Pozycjonowanie każdej witryny jest w pewnym stopniu unikatowe. Zastanów się, o co jeszcze powinieneś zadbać, co jest specyficzne dla danego projektu? Tylko holistyczne spojrzenie, uwzględniające szczególne aspekty projektu, da nam w pełni sukces.

Jeśli po przejrzaniu tej listy pomyślałeś, że przyda Ci się **wsparcie eksperta SEO**, [napisz do nas!](#)

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

Dziękujemy za uwagę!

rise.360[®]