

1. ÚVOD.....	11
2. HISTORIE INTERNETOVÝCH KATALOGŮ A VYHLEDÁVAČŮ 13	
2.1. ROZDÍL MEZI KATALOGY A VYHLEDÁVAČI	13
2.1.1. Katalogy	13
2.1.2. Fulltextové vyhledávače	14
2.2. HISTORICKÝ VÝVOJ.....	16
2.3. SOUČASNÉ TRŽNÍ PODÍLY VYHLEDÁVAČŮ	22
2.4. ČESKÉ VYHLEDÁVAČE A KATALOGY	23
3. PŘEDPOKLADY PRO OPTIMALIZACI.....	29
3.1. JAVASCRIPT	29
3.2. FLASH	30
3.3. SPLASH PAGE	30
3.4. RÁMCE.....	31
3.5. KLIKACÍ OBRÁZKOVÉ MAPY.....	33
3.6. ROZBALOVACÍ MENU	34
3.7. PROBLÉM S DYNAMICKÝMI STRÁNKAMI	34
3.7.1. Praktický příklad optimalizace dynamických stránek.....	35
3.7.2. Přepisování URL pro Windows IIS.....	37
3.8. SESSION ID	38
3.9. ČASTÉ ZMĚNY V URL	38
3.10. AUTOMATICKÉ PŘESMĚROVÁNÍ	40
3.11. DUPLICITNÍ URL	40
3.12. VALIDNOST HTML KÓDU	41
3.13. VELIKOST STRÁNKY V KB	42
4. METODY V SEO.....	43
4.1. OPTIMALIZACE OBSAHU STRÁNKY - ON PAGE FAKTORY	43
4.1.1. Klíčová slova (keywords).....	43
4.1.2. Výběr klíčových slov	44
4.1.3. Nástroje na vyhledávaná slova.....	45
4.1.4. Konkurenčnost klíčového slova	49
4.1.5. Stop slova	49
4.1.6. Škodící slova (poison words).....	50
4.1.7. Dobrá a špatná návštěvnost (traffic)	50
4.1.8. Konverzní poměr	51
4.1.9. Důležité tagy na jednotlivé stránce.....	51
4.1.10. Optimální počet klíčových slov v textu stránky.....	55
4.1.11. Klíčová slova na začátku tagu (stránky).....	56

4.1.12.	Klíčová slova v URL.....	57
4.1.13.	Vlastní obsah.....	57
4.2.	OFF PAGE FACTORY	58
4.2.1.	PageRank.....	58
4.2.2.	Algoritmus PageRanku.....	58
4.2.3.	Model náhodného surfaře.....	59
4.2.4.	Charakteristika PageRanku.....	60
4.2.5.	Toolbar PageRank.....	62
4.2.6.	Skutečný PageRank	62
4.2.7.	Tématicky a předmětově orientovaný PageRank.....	63
4.2.8.	Model inteligentního surfaře.....	64
4.2.9.	Topic-Sensitive PageRank.....	65
4.2.10.	SEO a tématický PageRank.....	67
4.2.11.	BadRank a PageRank 0.....	67
4.2.12.	Rozdělení interního PageRanku	67
4.2.13.	Rankingy ostatních vyhledávačů	73
4.2.14.	Mapa webu	73
4.2.15.	Jak získávat zpětné odkazy	74
4.3.	ANCHOR TEXT (LINK TEXT).....	76
4.3.1.	Okolí odkazu.....	77
4.3.2.	Obrázkové versus textové odkazy	77
4.3.3.	Google bomba	78
4.4.	OSTATNÍ OFF-PAGE FACTORY	80
4.4.1.	Klikavost na vyhledávané slovo.....	80
4.4.2.	robots.txt.....	81
4.4.3.	ErrorDocument 404.....	83
4.5.	JAK ANALYZOVAT VÝSLEDKY OPTIMALIZACE.....	85
5.	ZAKÁZANÉ METODY V SEO	87
5.1.	CO LZE POVAŽOVAT ZA SPAM	87
5.1.1.	Skrytý text nebo odkazy.....	87
5.1.2.	Malý text.....	87
5.1.3.	Klamná a často opakovaná slova	88
5.1.4.	Cloaking	89
5.1.5.	Odkazové farmy.....	89
5.1.6.	Klamné přesměrování.....	89
5.1.7.	Doorway pages.....	90
5.1.8.	Duplicitní web nebo stránky.....	90
5.1.9.	Tapetování katalogů duplicitními doménami	91
5.1.10.	Jiné klamné taktiky vedoucí k zmanipulování vyhledávačů... ..	91
5.1.11.	Cybersquatting	92

5.2.	SPAM REPORT.....	93
5.3.	NA CO SI DÁVAT POZOR	93
5.3.1.	Zaregistrování stránek do tisíců vyhledávačů.....	94
5.3.2.	Trvalé pozice ve vyhledávačích.....	94
5.3.3.	Garantované umístění.....	94
5.3.4.	Analýzy pozice ve vyhledávačích.....	94
5.3.5.	Lepší pozice bez zásahu do obsahu.....	95
5.3.6.	Reference.....	95
5.3.7.	Výměna zakázaného odkazu.....	95
6.	PRAKTICKÁ UKÁZKA POSTUPU SEO.....	97
6.1.	OPTIMALIZACE SERVERU BAZOS.CZ.....	98
6.2.	OPTIMALIZACE SERVERU JASMINKA.CZ.....	104
7.	ZÁVĚR	109
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	111
	SLOVNÍČEK	115
	PŘÍLOHY.....	125

lidi výsledky vyhledávání podle jiných kritérií, než podle abecedy nebo datumu. V České republice však byla tato možnost zvýšení návštěvnosti v minulosti dosti opomíjena, nebo alespoň se o ni tolik nemluvalo. Částečně to bylo způsobeno tím, že vyhledávače se u nás začaly více rozšiřovat daleko později než v zahraničí, např. ve Spojených státech. Používání vyhledávačů u nás neustále roste, avšak i v současnosti ještě řada lidí, kteří běžně pracují s internetem, prochází při vyhledávání nějaký katalog a neznají možnosti vyhledávače.

Jelikož SEO je v ČR velkou neznámou (do této doby neexistovala žádná česká literatura, která by se daným tématem zabývala), je cílem této knihy popsat tuto oblast v češtině a dokázat, že je to účinná možnost jak zvýšit návštěvnost webových stránek. Důkaz účinnosti SEO bych rád provedl v poslední kapitole na svém vlastním inzertním serveru Bazos.cz a na serveru internetového knihkupectví Jasminka.cz. Pomocí serveru jasminka.cz bych chtěl také