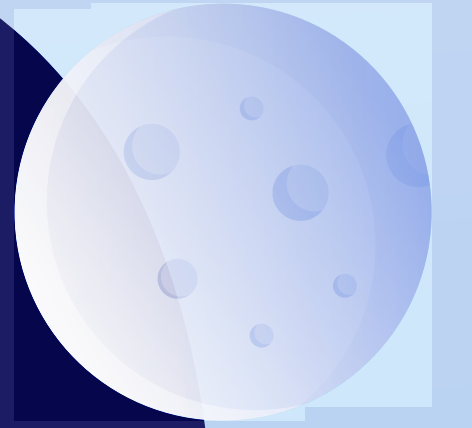
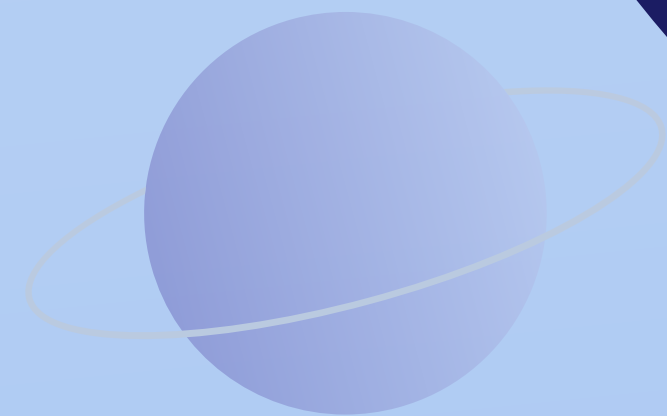


AUDYT SEO - ZUS.PL

PRZYGOTOWANE PRZEZ SE^NUTO

Autor: **Damian Sałkowski**

Data: 1.10.2020 r.



SPIS TREŚCI

Audyt SEO – ZUS.pl	1	Budżet crawlowania (mało pilne)	13
Spis treści	2	Architektura informacji	14
Wstęp	3	Organizacja treści (średnio pilne)	14
Wykorzystane narzędzia	4	Breadcrumbs (mało pilne)	17
Obecna widoczność w wyszukiwarce	5	Dane strukturalne (średnio pilne)	17
Obecna i historyczna widoczność	5	Kanibalizacja (średnio pilne)	19
Widoczność konkurencji	6	Mało wartościowe podstrony (pilne)	20
Znaczniki meta	7	Szybkość serwisu (mało pilne)	21
Meta description (średnio pilne)	7	Treści	23
Indeksacja	8	Dodatkowe odpowiedzi w treściach (pilne)	23
Mapa witryny	8	Dodatkowe treści (pilne)	24
Linki do nieistniejących adresów URL w sitemapie (Pilne)	8	Duplikacja treści	24
Brak wszystkich podstron w sitemapie (Pilne)	9	Duplikacja wewnętrzna (pilne)	24
Dostęp do poszczególnych podstron	9	Sprawdzone elementy niewymagające poprawy	25
Indeksowanie słownika (średnio pilne)	9	Priorytety i kolejność zadań	26
Indeksowanie wyników wyszukiwania (średnio pilne)	10	Podsumowanie	27
Linki z parametrem nie mają znacznika rel=canonical (mało pilne)	11		
Znaczniki hreflang (średnio pilne)	12		

Dokument ten nie został przygotowany na zlecenie ZUS-u.

Jest to przykładowy audyt zrealizowany na potrzeby edukacyjne.

Audyt przeprowadzony był również live w ramach webinaru Senuto z serii SEO Lunch. Nagranie znajduje się [tutaj](#).

Omawiając poszczególne problemy witryny, oznaczyliśmy ich **priorytet** (pilne, średnio pilne, mało pilne) oraz dodaliśmy komentarz wyjaśniający.

WSTĘP

WYKORZYSTANE NARZĘDZIA

Podczas przeprowadzania audytu zostały wykorzystane następujące narzędzia:

- Senuto
- Narzędzia Enterprise Senuto (Content Planner)
– kontakt: k.wawer@senuto.com
- Screaming Frog
- Web Developer (wtyczka do chrome)
- Web Archive
- Ahrefs
- Similarweb
- Narzędzie do testowania danych strukturalnych
- Lighthouse
- Narzędzie do testowania dostosowania do urządzeń mobilnych
- Narzędzie do badania duplikacji treści

Narzędzia, które warto wykorzystać dodatkowo (w przypadku tego audytu nie było do nich dostępu lub nie było potrzeby ich używania):

- Google Analytics
- Google Search Console
- Trello

OBECNA WIDOCZNOŚĆ W WYSZUKIWARCE

KOMENTARZ

W tej sekcji audytu chodzi o to, aby pokazać obecną sytuację klienta, wyrażoną poprzez ruch z wyszukiwarki. Dzięki temu w przyszłości łatwo będzie się odnieść do okresu sprzed audytu. W tym celu warto wykorzystać:

- Google Analytics
- Google Search Console
- Senuto

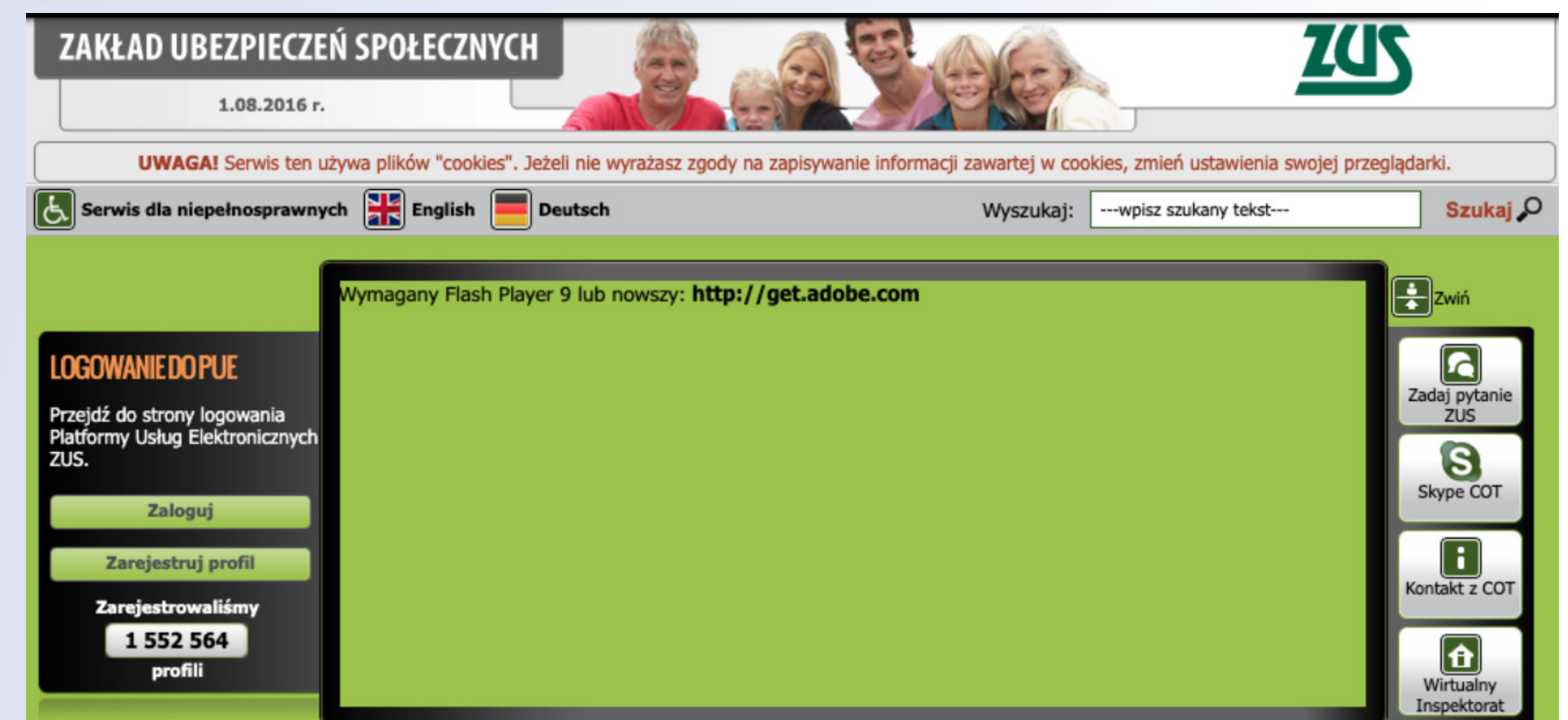
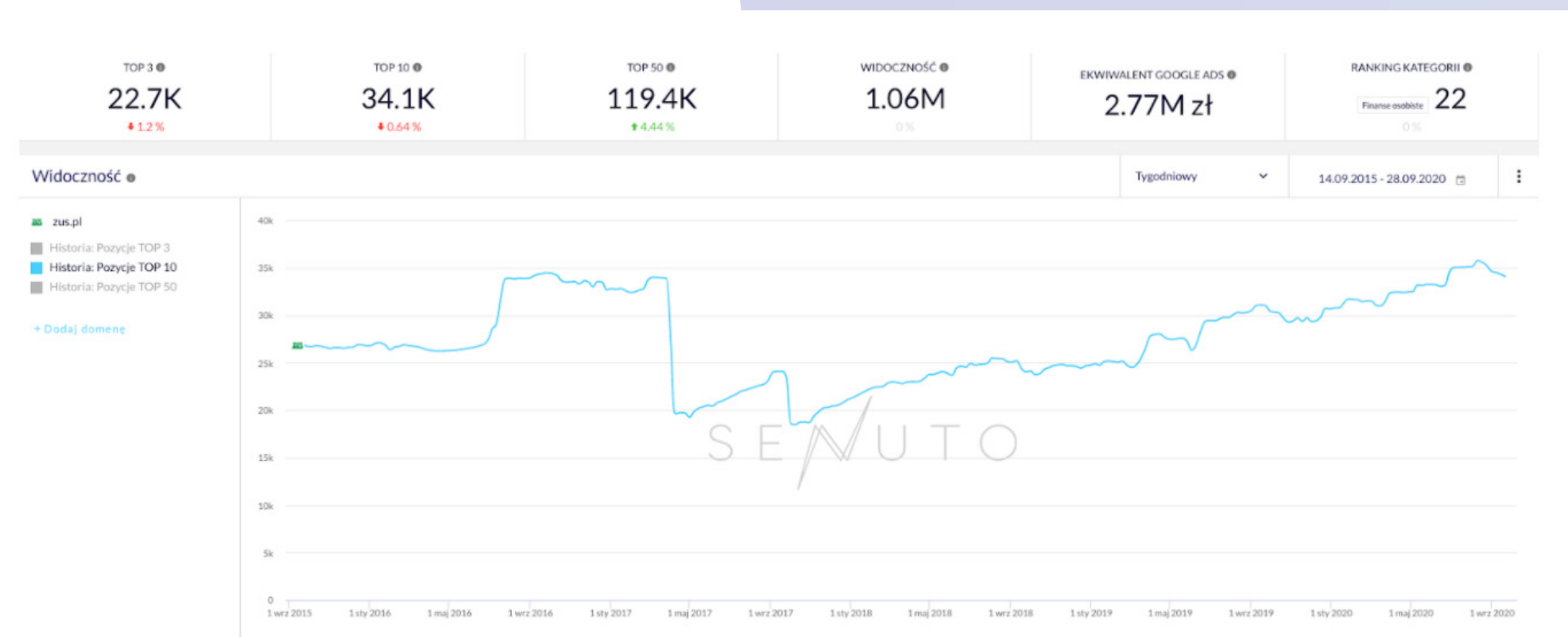
Obecnie witryna ZUS.pl ma:

- 22 700 fraz kluczowych w TOP 3 wyników wyszukiwania
- 34 100 fraz kluczowych w TOP 10 wyników wyszukiwania
- 119 400 fraz kluczowych w TOP 50 wyników wyszukiwania

Estymowany ruch z wyników wyszukiwania wynosi 1,06 mln wizyt miesięcznie. Pod kątem widoczności witryna zajmuje w Polsce 22. miejsce w kategorii “finanse osobiste”.

Warto zwrócić uwagę na spadek widoczności w 2017 roku. Witryna straciła w tamtym okresie aż 57% swojej widoczności. Za pomocą narzędzia Web Archive sprawdziliśmy, że wtedy miała miejsce zmiana serwisu na nową wersję.

OBECNA I HISTORYCZNA WIDOCZNOŚĆ



Źródło: <https://web.archive.org/web/20160801033855/http://ZUS.pl/>

OBECNA I HISTORYCZNA WIDOCZNOŚĆ

Spadek widoczności spowodowany był błędną migracją na nową wersję serwisu (brak przekierowań na nowe adresy). W przyszłości przed istotnymi zmianami w serwisie należy te błędy wykluczyć.

KOMENTARZ

Na wykresie widoczności Senuto można także sprawdzić, czy przy którejś z aktualizacji algorytmu Google witryna nie otrzymała kary. Jeśli była to kara ręczna, komunikat będzie widoczny również w Google Search Console (teraz zdarza się to wyjątkowo rzadko). W tym przypadku nie mamy dostępu do GSC.

Wykres widoczności wskazuje, że witryna nie straciła ruchu na żadnej aktualizacji algorytmu wyszukiwarki Google.

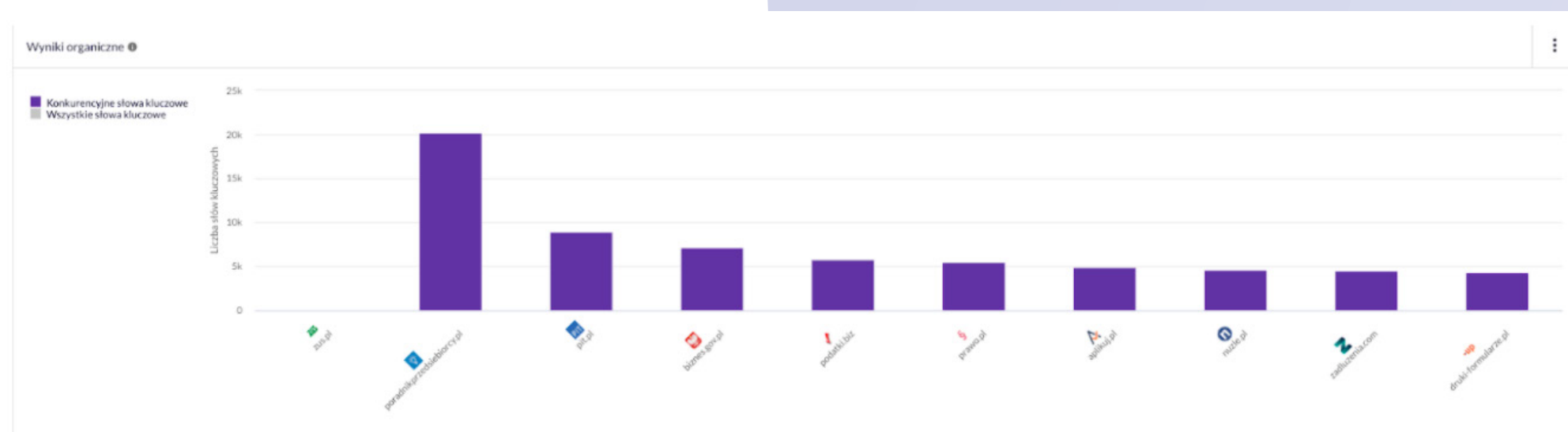
Główną konkurencją witryny ZUS.pl w wynikach wyszukiwania jest:

- poradnikprzedsiębiorcy.pl – 20 167 wspólnych fraz kluczowych
- pit.pl – 8 898 wspólnych fraz kluczowych
- biznes.gov.pl – 7 185 wspólnych fraz kluczowych

KOMENTARZ

Zus.pl nie ma konkurencji “biznesowej”, w związku z czym jako konkurencję traktujemy serwisy, które dostarczają wiedzę w zakresie praw i obowiązków przedsiębiorców i obywateli. Gdybyśmy robili audyt dla działalności biznesowej, moglibyśmy rozwinąć tę sekcję, gdyż klient najpewniej aspirowałby do tego, aby dogonić/wyprzedzić swoją konkurencję.

WIDOCZNOŚĆ KONKURENCJI



Źródło: https://app.senuto.com/visibility-analysis?domain=ZUS.pl&fetch_mode=subdomain&country_id=1

ZNACZNIKI META

KOMENTARZ

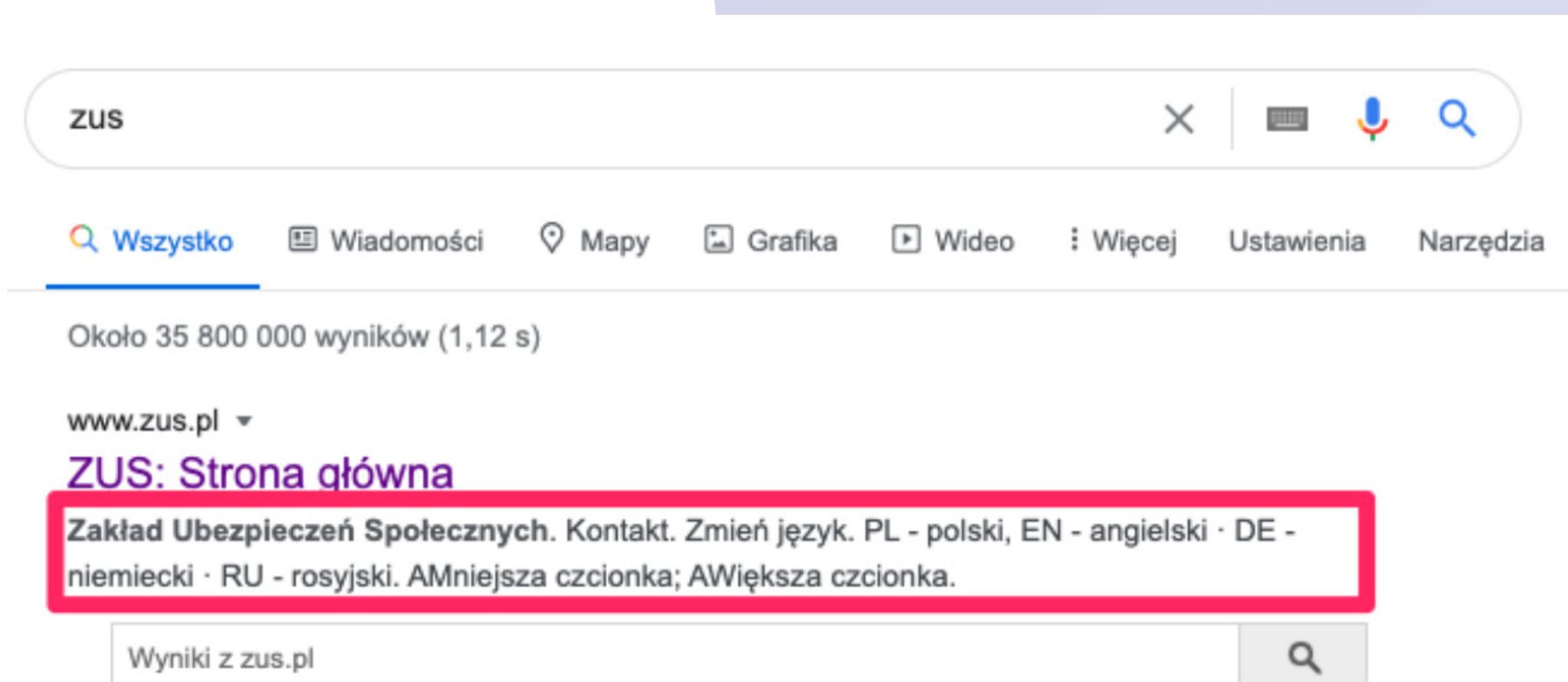
W tej sekcji sprawdzamy takie podstawowe elementy jak:

- znaczniki meta description,
- znaczniki meta title.

Sprawdzamy, czy występują, czy są odpowiednio zbudowane i czy nie duplikują się pomiędzy poszczególnymi podstronami.

META DESCRIPTION (średnio pilne)

Znacznik meta description to element niewidoczny dla użytkownika serwisu. Jest on jednak widoczny w wyszukiwarce.



Źródło: <http://senu.to/audytzus1>

Znaczniki meta description powinny spełniać następujące wymagania:

- być unikalne pomiędzy podstronami,
- mieć około 156 znaków,
- zachęcać do wejścia na stronę.

PROBLEM

W przypadku witryny ZUS.pl znaczniki meta description nie istnieją. W takiej sytuacji wyszukiwarka Google generuje je sama na podstawie treści strony. Jak widać na załączonym wyżej zrzucie ekranu, nie robi tego zbyt udolnie.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

W sekcji <head> serwisu każdej podstrony należy dodać opis meta description.

```
<meta name="description"
content="This is an example of a meta description.
This will often show up in search results.">
```

Dla najważniejszych podstron w serwisie należy utworzyć go ręcznie; dla pozostałych może być to część treści bądź znacznik utworzony wedle wybranego schematu.

INDEKSACJA

KOMENTARZ

Podstawowym elementem dobrego SEO jest zapewnienie robotom wyszukiwarki odpowiedniej dostępności witryny. W ramach tej sekcji audytu sprawdzamy, czy wyszukiwarka poprawnie indeksuje serwis i czy w odpowiedni sposób to kontrolujemy.

MAPA WITRYNY

KOMENTARZ

Jednym z podstawowych elementów w kontekście indeksacji serwisu jest mapa witryny w formacie XML. Co prawda robot wyszukiwarki nie potrzebuje mapy witryny, aby ją poprawnie indeksować, ale w przypadku dużych serwisów jest to dość istotny element. Witryna ZUS.pl jest dość duża.

W każdym z punktów audytu określamy priorytet. W tym przypadku mapa witryny i błędy z nią związane mają średni priorytet. Dokumentacja Google związana z mapami XML znajduje się [tutaj](#).

W tym przypadku nie mogliśmy skorzystać z raportów Google Search Console, gdzie między innymi można zidentyfikować błędy w sitemapie.

Linki do nieistniejących adresów URL w sitemapie (**Pilne**)

PROBLEM

W sitemapie znajdują się linki do nieistniejących adresów URL.

```
17T15:54:02+02:00https://www.zus.pl/ru/swiadczeniadaily2020-09-17T15:54:02+0
11T14:03:57+02:00https://www.zus.pl/ru/firmydaily2020-08-11T14:03:57+02:00ht
17T15:54:02+02:00https://www.zus.pl/ru/pracujacydaily2020-09-17T15:54:02+02:
15T22:35:22+02:00https://www.zus.pl/ru/lekarzedaily2020-07-15T22:35:22+02:00
28T15:07:43+02:00https://www.zus.pl/ru/wzory-formularzydaily2020-07-28T15:07
wiedzydaily2020-09-17T15:54:02+02:00https://www.zus.pl/ru/baza-wiedzydaily20
zusdaily2020-09-17T15:54:02+02:00https://www.zus.pl/ru/o-zusdaily2020-09-17T1
```

Dla każdego linku, niezależnie czy on istnieje, generowana jest wersja językowa ru/en oraz kilka innych.

Link taki jak: <https://www.zus.pl/ru/firmy> przekierowuje poprawnie na wersję /pl strony (przekierowanie 301).

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Należy usunąć z sitemapy linki, które w rzeczywistości nie istnieją.

Brak wszystkich podstron w sitemapie **(Pilne)**

KOMENTARZ

Gdybyśmy mieli tu dostęp do GSC, moglibyśmy sprawdzić liczbę linków, które znajdują się w sitemapie. W tym przypadku pobraliśmy mapę do Excela i w ten sposób wykonywaliśmy analizę.

PROBLEM

Strona ZUS.pl według wykonanego crawlu ma 66 642 podstron.

Total URLs Crawled: 66642

Total Internal URLs: 65052

Total External URLs: 1620

W mapie strony (licząc błędne linki) ujętych jest tylko 6 264 podstron.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Należy umieścić w sitemapie wszystkie podstrony, które powinny być indeksowane przez roboty wyszukiwarek. Jako, że mapa strony docelowo może osiągnąć rozmiar powyżej 50 tysięcy linków, należy utworzyć indeks map witryn i stworzyć dwie mapy.

Dokumentację dotyczącą indeksów map witryn znajdziesz [tutaj](#).

Dodatkowo w pliku robots.txt należy podmienić link – zamiast linku do mapy witryny należy umieścić tam link do indeksu map witryn.

KOMENTARZ

Kiedy mapy witryny zostaną poprawione, należy je ponownie dodać w narzędziu Google Search Console. W tym przypadku z uwagi na brak dostępu do tego narzędzia nie sugerujemy tego.

Dostęp do poszczególnych podstron

KOMENTARZ

W tym punkcie skupiamy się na tym, czy witryna nie indeksuje podstron, których nie powinna. Niekiedy zdarza się, że witryny indeksują parametry, filtry, wyniki wyszukiwania i inne podstrony, które powinny zostać oznaczone parametrem noindex.

Indeksowanie słownika **(średnio pilne)**

PROBLEM

Obecnie serwis umożliwia indeksowanie liter w słowniku pojęć.

Przykłady:

- <https://www.zus.pl/slownik/-/letter/B>
- <https://www.zus.pl/slownik/-/letter/C>

Podstrony te nie powinny znajdować się w indeksie z uwagi na fakt, że serwis nie aspiruje do pojawiania się wysoko na frazy takie jak “B” czy “C”. W zakresie indeksacji powinniśmy dbać o to, aby w indeksie były tylko jakościowe podstrony.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

W sekcji <head> tych podstron należy umieścić dyrektywę dla robotów.

```
<meta name="robots" content="noindex" />
```

Dyrektywa ta spowoduje, że roboty nie będą indeksować tych podstron, ale nadal będą śledzić linki, które się na nich znajdują.

Więcej informacji na temat wspomnianej dyrektywy znajdziesz [tutaj](#).

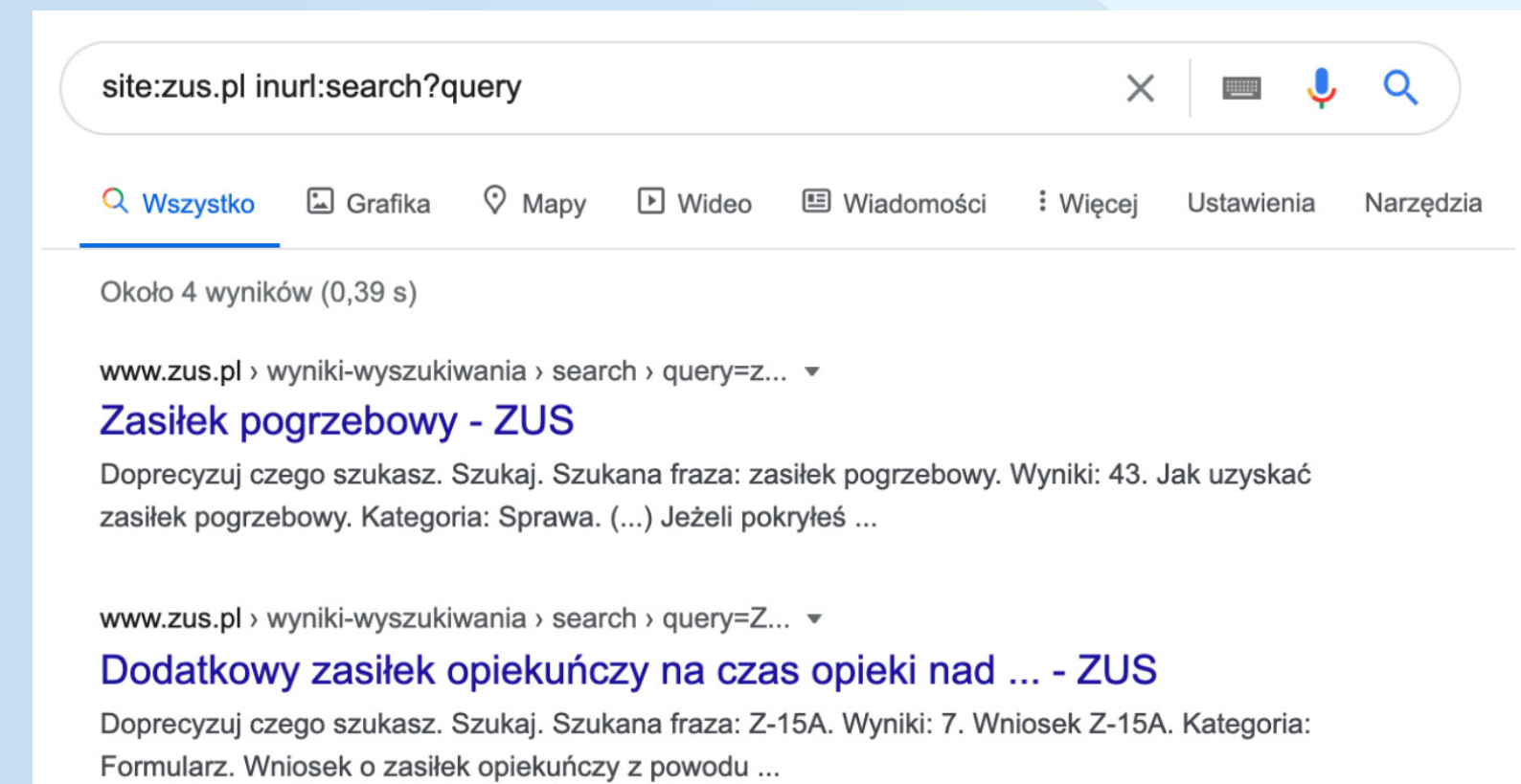
Indeksowanie wyników wyszukiwania (średnio pilne)

KOMENTARZ

W zdecydowanej większości przypadków indeksowanie wyników wyszukiwania z wyszukiwarki wewnętrznej serwisu nie jest dobrym pomysłem.

Warto jednak wiedzieć, że istnieją przypadki, kiedy można je z powodzeniem wykorzystać. Jako przykład niech posłuży serwis allegro.pl, którego wewnętrzne wyniki wyszukiwania widoczne są w Google na 2 miliony fraz kluczowych. W przypadku allegro.pl jest to jednak proces zaplanowany i kontrolowany.

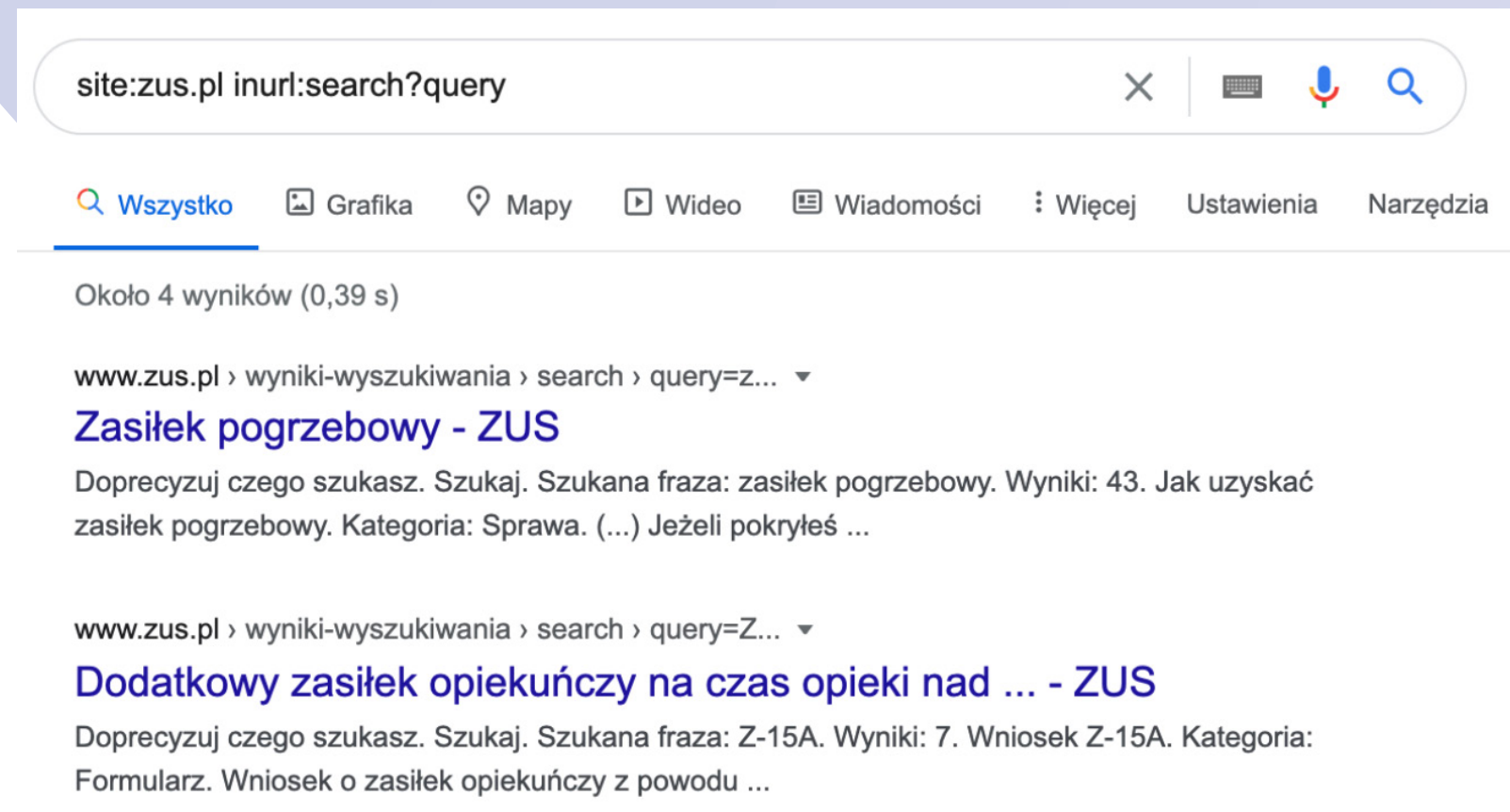
W przypadku witryny ZUS.pl indeksowanie wyników wyszukiwania nie ma żadnego sensu. Pomimo tego, że wyniki wyszukiwania nie mają zablokowanego indeksowania, to nie zawsze znajdują się w indeksie wyszukiwarki. Aby to sprawdzić, należy posłużyć się operatorem zaawansowanym w wynikach wyszukiwania.



Site:ZUS.pl oznacza, że szukamy tylko w witrynie ZUS.pl, a **inurl:search?query** to parametr, który pojawia się zawsze w adresie URL, kiedy coś wyszukujemy. Takie zapytanie zawęży nam wyszukiwania tylko do tych adresów URL, które zawierają ten parametr.

PROBLEM

W witrynie indeksowane są wyniki wyszukiwania. Z punktu widzenia SEO powinniśmy zablokować robotom możliwość ich indeksacji. W przypadku witryny ZUS.pl zaindeksowane są tylko 4 wyniki wyszukiwania, co nie stanowi większego problemu, ale jest to pewne zagrożenie w kontekście przyszłości.



ROZWIĄZANIE PROBLEMU

W sekcji <head> wyników wyszukiwania należy umieścić dyrektywę dla robotów.

```
<meta name="robots" content="noindex" />
```

Dodatkowo warto zablokować wyniki wyszukiwania poprzez plik robots.txt – takie rozwiązanie spowoduje, że robot wyszukiwarki najpewniej w ogóle nie będzie wchodził na te podstrony, dzięki czemu nie będą one marnowały crawl budgetu serwisu, na który w przypadku tak dużych serwisów należy zwrócić uwagę.

W pliku robots.txt powinna znaleźć się dyrektywa:

```
Disallow: /wyniki-wyszukiwania/*
```

Dyrektywa ta powinna odnosić się do wszystkich robotów.

Więcej informacji na temat pliku robots.txt znajdziesz [tutaj](#).

Linki z parametrem nie mają znacznika rel=canonical (mało pilne)

KOMENTARZ

Często mamy do czynienia z sytuacją, że w linkach stosowane są różnego rodzaju parametry. Przykładem mogą być tu parametry utm, które przekazują informacje o źródle ruchu w serwisie internetowym. Google sugeruje, aby wszystkie linki z parametrami opatrzyć znacznikiem rel=canonical na wersję bez parametrów.

PROBLEM

Adresy URL z parametrem nie zawierają znacznika rel=canonical wskazującego na kanoniczną wersję strony. Obecnie nie jest to problem, ale w przyszłości mogą pojawić się sytuacje, w których linki z parametrem pojawią się w indeksie wyszukiwarki.

Przykład takiego linku: <https://www.ZUS.pl/?=seo>

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Na podstronach z parametrem, w sekcji <head>, należy umieścić link kanoniczny do wersji tej podstrony bez parametru. W przypadku podstrony <https://www.ZUS.pl/?=seo> powinniśmy umieścić tam dyrektywę.

```
<link rel="canonical" href="https://www.ZUS.pl" />
```

Więcej informacji na temat linków kanonicznych (oraz innych metodach ich wdrożenia) znajdziesz [tutaj](#).

Znaczniki hreflang (średnio pilne)**KOMENTARZ**

Jeśli witryna posiada różne wersje językowe strony, to powinniśmy poinformować o tym wyszukiwarkę poprzez użycie znaczników hreflang.

Witryna ZUS.pl posiada różne wersje językowe. W takiej sytuacji Google sugeruje stosowanie znaczników hreflang, które wskazują mu alternatywne wersje poszczególnych podstron w innych językach.

PROBLEM

Obecnie witryna ZUS.pl pomimo różnych wersji językowych nie stosuje znaczników hreflang.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

W sekcji <head> serwisu oraz w sitemapie XML należy dodać znaczniki hreflang tak jak na poniższym przykładzie:

```
<link rel="alternate" hreflang="en-gb"
  href="http://en-gb.example.com/page.html" />
<link rel="alternate" hreflang="en-us"
  href="http://en-us.example.com/page.html" />
<link rel="alternate" hreflang="en"
  href="http://en.example.com/page.html" />
```

Witryna ZUS.pl nie posiada identycznych kopii w każdym języku, więc znaczniki dodajemy tylko na tych podstronach, które mają idealne odwzorowanie w innych językach.

Opis wdrożenia znacznika hreflang znajdziesz [tutaj](#).

KOMENTARZ

W zakresie budżetu crawlowania błędne podstrony (np. [błędy 404](#)) można wydobyć z narzędzia Google Search Console. Dodatkowo warto przeprowadzić analizę logów odwiedzin Googlebota, aby sprawdzić, które podstrony w serwisie odwiedza najczęściej. W tym przypadku nie mieliśmy takiej możliwości, dlatego całość rekomendacji opieramy na crawlu wykonanym w narzędziu Screaming Frog.

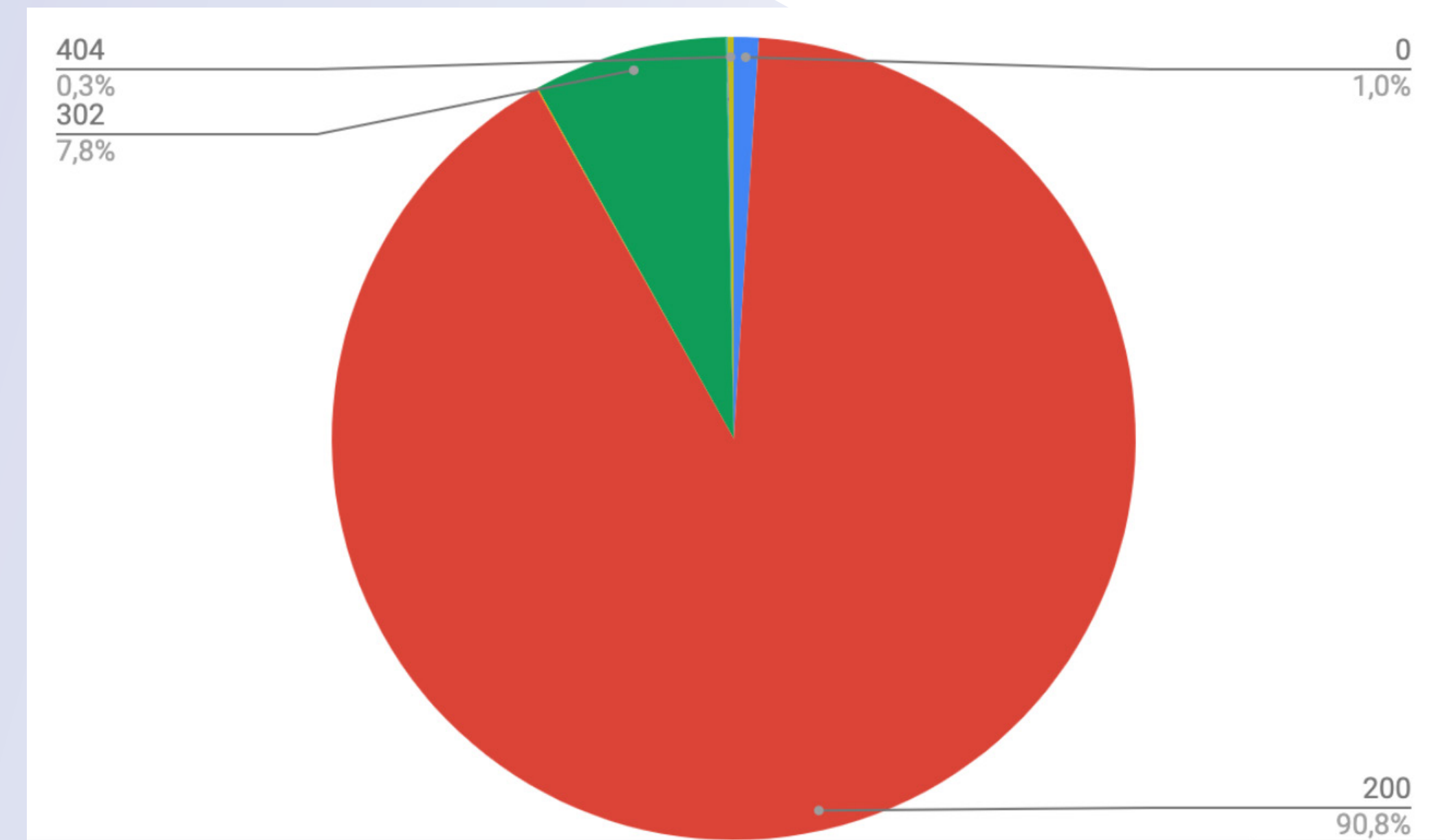
Zagadnienie budżetu crawlowania (crawl budget) poruszaliśmy już wyżej w kontekście indeksowania niepotrzebnych podstron czy wyników wyszukiwania. One również wpływają na ten budżet. Celem tego działania jest:

- ograniczenie błędów 404,
- minimalizacja wewnętrznych przekierowań,
- maksymalizacja częstotliwości odwiedzin robota na najważniejszych podstronach,
- wyłączenie z indeksu podstron, które z punktu widzenia SEO nie mają wartości.

Każda witryna ma przez roboty wyszukiwarek przypisaną pewną moc obliczeniową. To moc, którą robot wyszukiwarki jest w stanie poświęcić na indeksowanie naszej witryny. Należy zatem tworzyć witryny tak, aby robot wyszukiwarki indeksował tylko te podstrony, które są wartościowe z punktu widzenia SEO. Te błędne powinny być usuwane lub blokowane.

PROBLEM

W serwisie ZUS.pl znajdują 164 podstrony, które zwracają błąd 404 (nie znaleziono). Statystyki poszczególnych statusów HTTP zwracanych przez serwer pokazuje poniższy wykres.



Pełna lista błędów 404 znajduje się [tutaj](#).

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Należy usunąć linki wewnętrzne do stron, które wskazują błąd 404.

PRZYKŁAD:

Link ze strony:

<https://www.ZUS.pl/swiadczenia/zasilki/opis-spraw-zasilki/-/publisher/details/1/jak-uzyskac-zasilek-macierzynski-z-tytulu-urodzenia-dziecka/834187>

proceedzi do strony:

<https://www.ZUS.pl/swiadczenia/opis-spraw/zasilki/-/publisher/details/2/jak-uzyskac-zasilek-macierzynski-przez-ojca-dziecka-lub-innego-czlonka-rodziny-dziecka-w-zwiazku-ze-smiercia-matki-dziecka-lub-porzuceniem-przez-nia-dziecka /834454> (tylko na tej podstronie są w sumie aż 4 takie linki).



Jak uzyskać zasiłek macierzyński z tytułu urodzenia dziecka

Przez Internet

Osobiście

Pocztą

Co przygotować ?

1. Login i hasło do swojego [profilu PUE ZUS](#). Jeżeli nie masz zarejestrowanego [profilu PUE ZUS](#), załatw sprawę osobiście albo listownie. [Profil PUE ZUS](#) możesz założyć przy użyciu certyfikatu kwalifikowanego lub profilu zaufanego ePUAP albo w najbliższej [terenowej jednostce organizacyjnej](#)

Powiązane sprawy

Uzyskanie zasiłku macierzyńskiego przez ojca dziecka lub innego członka rodziny dziecka w związku ze śmiercią matki dziecka lub porzuceniem przez nią dziecka

Uzyskanie zasiłku macierzyńskiego przez okres urlopu rodzicielskiego

Uzyskanie zasiłku macierzyńskiego przez ojca dziecka przez okres urlopu ojcowskiego

Uzyskanie zasiłku macierzyńskiego w związku z pobytem matki dziecka w szpitalu

Uzyskanie zasiłku opiekunczego nad zdrowym dzieckiem do lat 8

Uzyskanie zasiłku macierzyńskiego przez ojca dziecka w związku ze skróceniem okresu wypłaty zasiłku przez matkę dziecka

Wygląda to na problem systemowy. Warto dodać funkcję w systemie, która takie linki będzie usuwała.

Linków prowadzących do błędów 404 jest 1837. Ich pełna lista znajduje się [tutaj](#).

ARCHITEKTURA INFORMACJI

KOMENTARZ

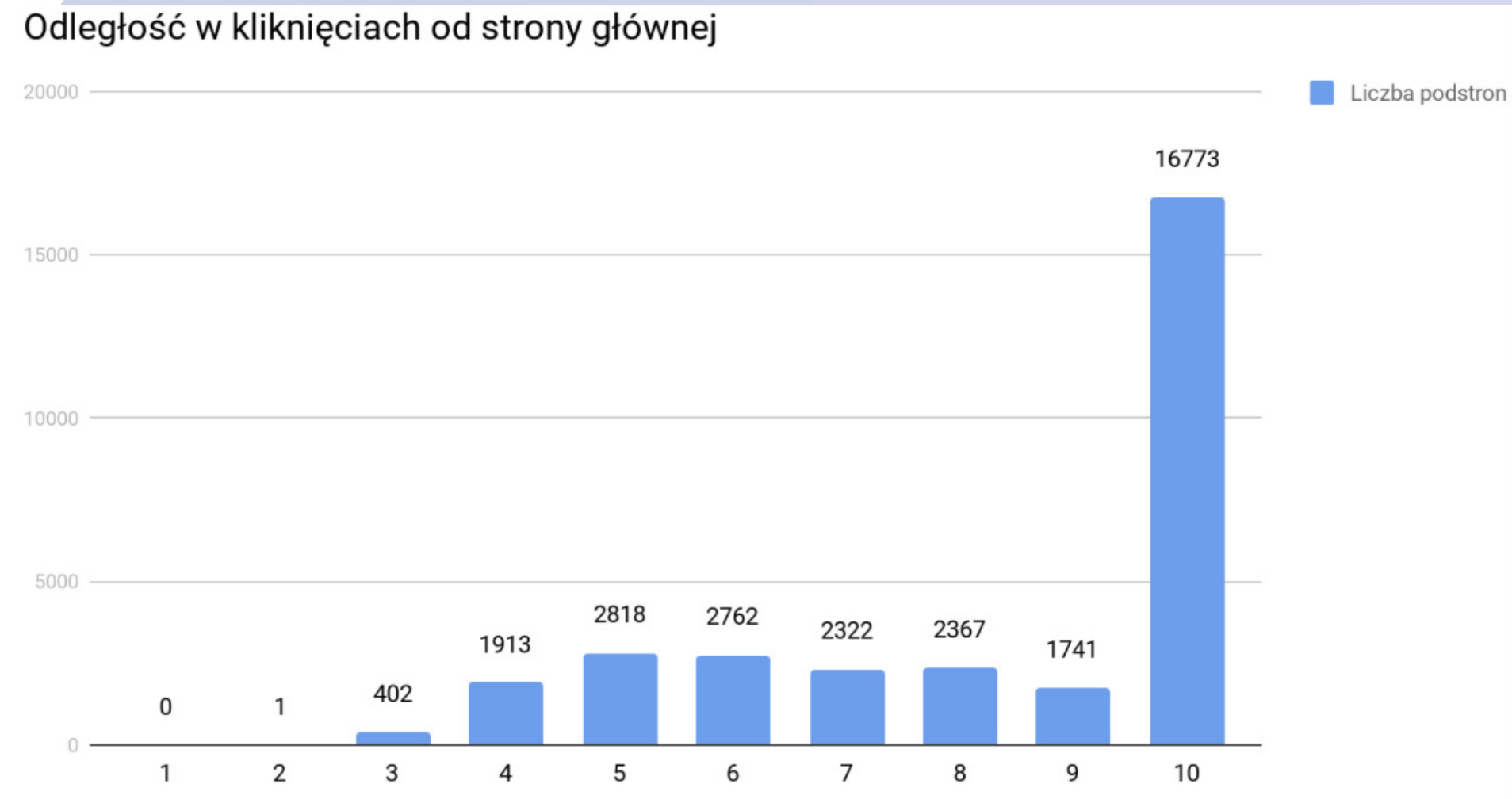
W tej sekcji opisujemy problemy związane z budową serwisu w zakresie architektury informacji. Sprawdzamy między innymi, czy nagłówki są odpowiednio używane, czy witryna nie ma zbyt wielu zagłębień oraz czy odpowiednio stosuje się kategorie i tagi.

ORGANIZACJA TREŚCI (średnio pilne)

Z punktu widzenia SEO, ale również użyteczności użytkownika, należy budować witrynę o niezbyt skomplikowanej strukturze. Użytkownik musi znaleźć informację jak najszybciej, a droga wyrażona w liczbie kliknięć, która prowadzi do niej od strony głównej, powinna być jak najkrótsza.

PROBLEM

W przypadku witryny ZUS.pl liczba kliknięć od strony głównej potrzebna do znalezienia określonej podstrony kształtuje się tak:



Jak widać, do większości podstron dostaniemy się dopiero po wykonaniu 10 lub więcej kliknięć. Taka struktura powoduje dwa problemy:

- użytkownicy mają problem ze znalezieniem informacji,
- Google ma problem z ustaleniem, które podstrony są najbardziej istotne.

KOMENTARZ

Do sprawdzenia średniej liczby podstron odwiedzanych podczas jednej sesji należałoby wykorzystać Google Analytics. Nie mamy do niego dostępu, używamy zatem narzędzia SimilarWeb.

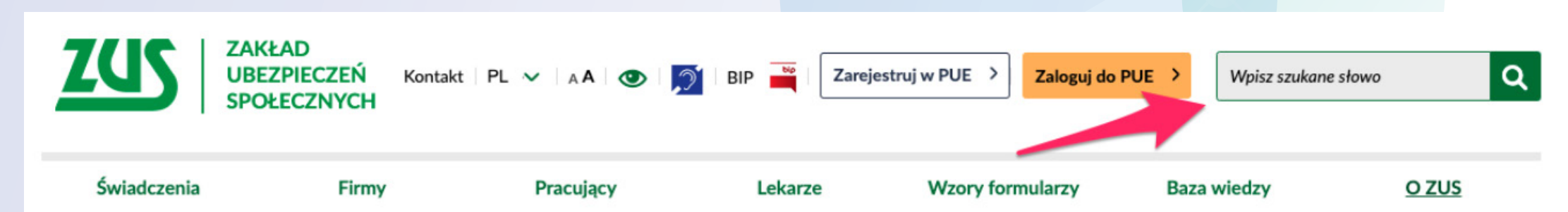
Statystyki z serwisu SimilarWeb pokazują, że użytkownicy spędzają podczas jednej sesji średnio 7:15 minut na stronie i przeglądają aż 9,17 podstron. Pokazuje to, że dotarcie do informacji wymaga wielu kliknięć.

Engagement	
Total Visits	9.47M ▼ 1.66%
Avg. Visit Duration	00:07:15
Pages per Visit	9.17
Bounce Rate	26.81%

Źródło: <https://www.similarweb.com/website/ZUS.pl/#overview>

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Do tego problemu należy podejść dwójako – z jednej strony biorąc pod uwagę użytkownika, z drugiej roboty Google. Rozwiązaniem dla użytkownika będzie tu lepsze zaprojektowanie wewnętrznej wyszukiwarki. Obecnie ten element nie wyróżnia się na tle górnej belki.



Wyszukiwarka powinna być większa. Należy ją również umiejscowić w bardziej widocznym miejscu (np. na całą szerokość między górną belką a menu serwisu).

Z punktu widzenia wyszukiwarki warto stworzyć dodatkową (stałą) sekcję w serwisie z linkami wewnętrznymi, która będzie zawierać linki do fraz najczęściej wyszukiwanych w kontekście ZUS-u, na które witryna ZUS.pl obecnie nie zajmuje 1. miejsca w organicznych wynikach wyszukiwania.

Sekcja mogłaby się znaleźć w zaznaczonym miejscu i nosić nazwę "najważniejsze linki":

Komunikaty

> Więcej komunikatów

- 28 września 2020 [Program Płatnik - problemy przy pobieraniu aktualizacji danych płatnika dla metryki 206](#)
- 25 września 2020 [Wdrożenie nowej metryki programu Płatnik w dniu 25 września 2020 r.](#)
- 21 września 2020 [Informacja dla użytkowników programu Płatnik - zmiana certyfikatu ZUS](#)

Kampania "Pracuj legalnie"

- [500+ świadczenie uzupełniające dla osób niezdolnych do samodzielnej egzystencji](#)
- [BREXIT a wydawanie zaświadczeń A1](#)
- [„Mały ZUS plus” od 1 lutego 2020 r. - wyjaśnienia z przykładami](#)
- [Sprzedaż i wynajem nieruchomości](#)

Portal statystyczny >	Szkolenia i wydarzenia >	Prewencja i rehabilitacja >	Biblioteka ZUS >	RODO w ZUS >
Ciekawe dane ZUS >	Praktyki i staże w ZUS >	Pisemne interpretacje ZUS >	Ubezpieczenia Społeczne kwartalnik >	Zgłoś nadużycie >
ZUS dla Polaków za granicą >	Sprzedaż i wynajem nieruchomości ZUS >	Bieżące wyjaśnienia ZUS >	Edukacja z ZUS >	Patronaty ZUS >

Dalej znajduje się lista przykładowych fraz kluczowych, które warto byłoby w niej umieścić.

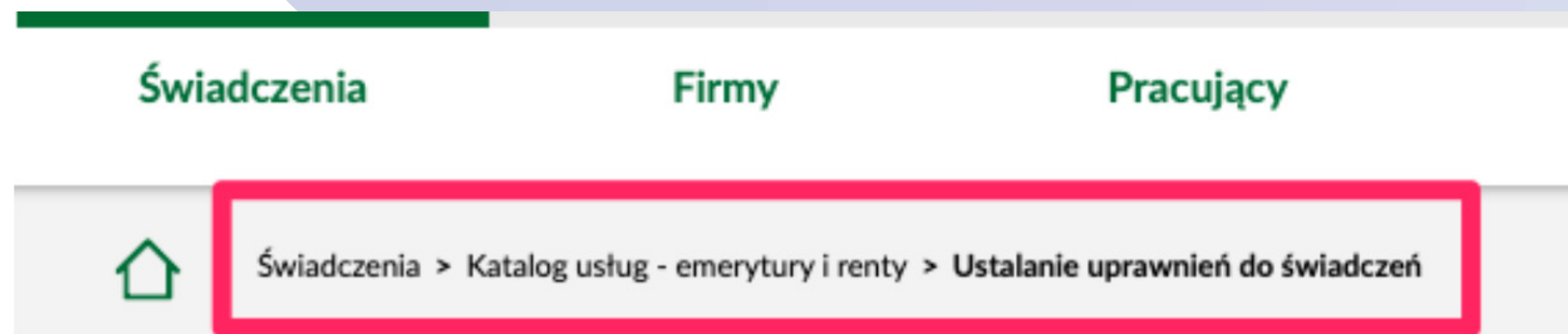
Fraza	URL	Liczba wyszukiwań	Obecna pozycja
kalkulator zasiłku chorobowego wypłacanego przez zus	ZUS.pl/swiadczenia/zasilki/zasil-ek-chorobowy/podstawa-wymiaru/dla-pracownikow	480	3
kalkulator składek zus przedsiębiorcy	ZUS.pl/firmy/przedsiębiorco-przeczytaj-wazne/maly-zus-mdg/kalkulator-mdg	390	3
zus za pracownika	ZUS.pl/documents/10182/167561/Jestes_pracownikiem.pdf/a049dc44-6680-4a0e-b07a-60adc7dc01eb	590	4
sanatoria zus nad morzem	ZUS.pl/swiadczenia/prewencja-i-rehabilitacja/prewencja-rentowa/kierowanie-na-rehabilitacje-lecznicza-w-ramach-prewencji-rentowej-zus	210	2
umowa zlecenie zgłoszenie do zus	ZUS.pl/baza-wiedzy/biezace-wyjasnienia-komorek-merytorycznych/firmy/-/publisher/details/1/zgloszenie-zleceniobiorcy-do-ubezpiechen-spoecznych-i-zdrowotnego/203701	110	2

KOMENTARZ

W przypadku witryny ZUS.pl pomimo bardzo głębokich zagłębzeń zazwyczaj udaje się zdobyć pierwszą pozycję w wynikach wyszukiwania. Wynika to tylko z tego, że ZUS.pl walczy głównie o frazy brandowe, na które znacznie łatwiej zdobyć pozycję. Gdybyśmy mieli do czynienia z inną witryną, która próbuje zdobyć pozycję na konkurencyjne frazy, to z taką architekturą nie byłoby to możliwe.

BREADCRUMBS (mało pilne)

Znaczniki breadcrumbs (okruszki) pozwalają wyszukiwarce lepiej rozumieć strukturę serwisu, a użytkownikowi lepiej się po nim poruszać. Obecnie są one stosowane w witrynie ZUS.pl.



PROBLEM

Ostatni element w breadcrumbs nie powinien być linkiem. Link ten tworzy odwołanie do samego siebie.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Ostatni element ścieżki powinien być tekstem.

DANE STRUKTURALNE (średnio pilne)

KOMENTARZ

W tym miejscu sprawdzamy, czy serwis używa danych strukturalnych, których celem jest ułatwienie wyszukiwarce zrozumienia treści znajdujących się w witrynie. Najczęściej stosowanym standardem jest schema.org.

Dane strukturalne (uporządkowane) to specjalne znaczniki, które ułatwiają wyszukiwarce zrozumienie i indeksowanie treści. Możemy w ten sposób oznaczyć np. wydarzenia, osoby czy organizacje.

PROBLEM

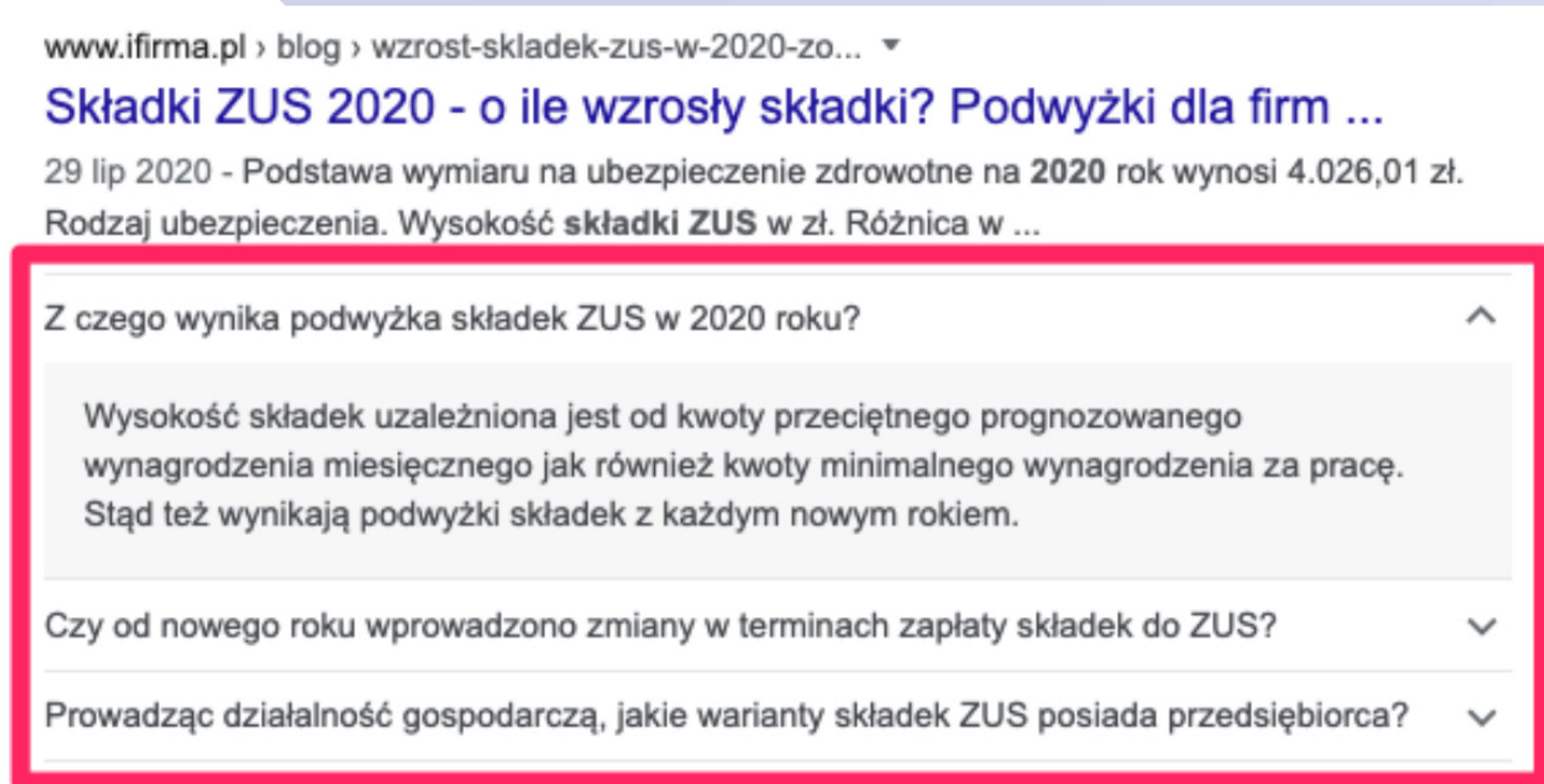
W serwisie ZUS.pl na żadnej podstronie nie wykryto danych strukturalnych.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Korzystając ze standardu schema.org należy wdrożyć dane strukturalne. Poniżej wymienione zostały elementy, które w ten sposób można opisać.

1. Najczęstsze pytania

W wielu miejscach w serwisie znajdują się podstrony z najczęstszymi pytaniami w kontekście różnego rodzaju świadczeń. Wdrożenie danych strukturalnych typu “faqpage” pozwoli wyświetlać odpowiedzi bezpośrednio w wynikach wyszukiwania Google. Przykład takiego wyniku w wyszukiwarce wygląda tak:



Źródło: <https://www.google.com/search?q=sk%C5%82adki+zus+2020&oq=sk%C5%82ad->

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#).

2. Wydarzenia

ZUS organizuje wiele szkoleń i eventów. One również mogą zostać opisane poprzez dane strukturalne. Wszystkie eventy znajdujące się w sekcji kalendarium – <https://www.ZUS.pl/o-zus/kalendarium/> – powinny mieć taki opis.

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#).

3. Menu nawigacyjne

Wspomniane wcześniej breadcrumbs również można opisać w postaci danych strukturalnych. Ułatwi to wyszukiwarce ich zrozumienie.

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#).

KOMENTARZ

Poprawność wdrożenia można testować za pomocą narzędzia Google Search Console (<https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/?hl=pl>). Raport odczytu można sprawdzić w tym samym narzędziu, w zakładce Ulepszenia.

KANIBALIZACJA (średnio pilne)

KOMENTARZ

Kanibalizacja słów kluczowych to sytuacja, kiedy dla jednej frazy kluczowej Google w zależności od dnia wyświetla inny adres URL. Z punktu widzenia SEO jest to dość poważny problem i najczęściej wynika z błędnej architektury informacji.

Sytuacja ta jest niekorzystna z dwóch powodów:

- Wyświetlana jest podstrona, która nie została wyznaczona jako landing page dla tejże frazy.
- Zmiana adresów URL powoduje spadki pozycji.

PROBLEM

W przypadku witryny ZUS.pl mamy do czynienia z 888 frazami kluczowymi, które się kanibalizują. Nie powodują one jednak dużych spadków widoczności serwisu.

Wszystkie takie frazy znajdują się [tutaj](#).

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Problem kanibalizacji można rozwiązać na kilka sposobów:

- Błędny adres URL można przekierować na poprawny za pomocą przekierowania 301 (stosujemy tylko w ograniczonych przypadkach, kiedy mamy do czynienia z kopią).
- Na stronie adresu URL, który jest błędny, można umieścić link kanoniczny do poprawnego adresu (sposób umieszczania takiego linku został opisany powyżej).
- Zazwyczaj każdy z adresów URL, które podlegają kanibalizacji ma swoje unikalne frazy, w związku z czym nie powinno się stosować dwóch powyższych rozwiązań (do zweryfikowania pod wskazanym adresem). Zamiast tego należy każdy adres lepiej zoptymalizować pod frazę kluczową, która jest dla niego właściwa.

MAŁO WARTOŚCIOWE PODSTRONY (pilne)

Należy dbać o to, aby do indeksu wyszukiwarki trafiały wyłącznie wartościowe podstrony. Bezwartościowe to np. takie, które nie mają żadnej treści lub mają jej mało, jak i te, które mogłyby być częścią jednej większej całości.

PROBLEM

W serwisie znajduje się wiele podstron, które można by było połączyć w jedną większą podstronę.

The screenshot shows a sidebar menu on the left with four items: 'Komu przysługuje', 'Prawo do zasiłku i okres przysługiwania', 'Wysokość', and 'Niezbędne dokumenty'. The main content area on the right has the same four items. A red box highlights the sidebar menu items.

Źródło: <https://www.ZUS.pl/swiadczenia/zasilki/zasilek-chorobowy/z-ubezpieczenia-chorobowegoki+zus+2020&aqs=chrome..69i57j0l7.1799j-Oj7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

W tym przypadku serwis generuje aż 4 podstrony, które mogłyby tworzyć jedną.

W taki sposób zbudowane są wszystkie strony zasiłków: <https://www.zus.pl/swiadczenia/zasilki/zasilek-wyrownawczy/komu-przysluguje>.

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Należy wykorzystać rozwiązanie stosowane np. na tej stronie: <https://www.ZUS.pl/emerytura> – odpowiedź na konkretne zagadnienia w kontekście emerytury znajduje się tu w rozwijanym elemencie.

The screenshot shows a dropdown menu for 'Emerytura górnicza'. The dropdown menu has five items: 'Jak uzyskać emeryturę górniczą na nowych zasadach', 'Jak uzyskać emeryturę górniczą na nowych zasadach bez względu na wiek', 'Jak otrzymać emeryturę górniczą na zasadach obowiązujących do 31 grudnia 2006 r.', 'Jak otrzymać emeryturę górniczą na zasadach obowiązujących do 31 grudnia 2006 r. bez względu na wiek', and 'Podstawa prawna'. A red box highlights the dropdown menu items.

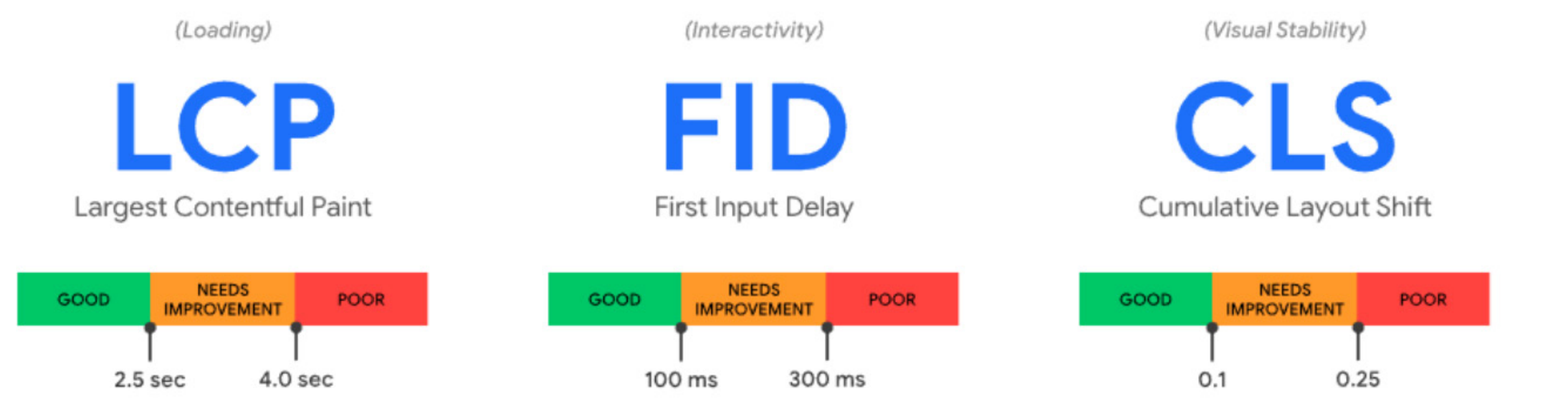
Źródło: <https://www.ZUS.pl/swiadczenia/emerytury/emerytura-dla-osob-urodzonych-przed-1-stycznia-1949/emerytura-gornicza>

SZYBKOŚĆ SERWISU (mało pilne)

KOMENTARZ

Szybkość serwisu nie jest szczególnie istotnym czynnikiem algorytmicznym. Obecnie tylko bardzo wolne serwisy są za to karane. Google zapowiedział jednak, że w 2021 r. zostanie wprowadzona aktualizacja, która zwróci większą uwagę na ten aspekt.

Szybkość ładowania witryny jest istotna z punktu widzenia UX serwisu. Google korzysta z 3 parametrów, aby określić to, czy witryna ładuje się sprawnie. Zostały one przedstawione poniżej:



Źródło: <https://web.dev/vitals/>

Test został wykonany w tym narzędziu i wskazuje następujące wyniki.

Desktop

- Largest Contentful Paint – **2.1 s** (w normie)
- First Input Delay – **2 ms** (w normie)
- Cumulative Layout Shift – **0,03** (w normie)

Mobile

- Largest Contentful paint – **2.5 s** (w normie)
- First Input Delay – **27 ms** (w normie)
- Cumulative Layout Shift – **0,01** (w normie)

Wszystkie główne wskaźniki są w normie. Witryna przy okazji kolejnych aktualizacji algorytmu nie powinna odczuć żadnych negatywnych skutków.

PROBLEM

Należy dążyć do tego, aby witryna była jak najszybsza. W przypadku ZUS.pl jest kilka elementów, które mogą przyspieszyć działanie serwisu (zwłaszcza na mobile).

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

1. Wykorzystanie funkcji preload

Funkcja ta pozwala na wcześniejsze pobranie elementów, które są żądane w dalszym etapie ładowania strony.

W przypadku witryny ZUS.pl chodzi o te zasoby:

URL	Potencjalne oszczędności
...font/fontawesome-alloy.woff (www.zus.pl)	1080 ms
...css/custom-main-blessed1.css?z=159... (www.zus.pl)	930 ms

Źródło: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=pl&url=ZUS.pl&tab=mobile>

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#).

2. Usunięcie zasobów blokujących renderowanie

Przy ładowaniu strony nie jest wykorzystywany cały kod. W związku z tym kod krytyczny (używany) można zostawić w kodzie strony, a jego pozostałą część umieścić w plikach .js i .css.

URL	Type	Total Bytes	Unused Bytes	Usage Visualization
https://www.zus.pl/portal-theme/css/custom-main-blessed1.css?z=1594104410816	CSS	295 366	295 366 100.0 %	
https://www.zus.pl/portal-theme/css/aul.css	CSS	214 351	202 658 94.5 %	
https://www.zus.pl/portal-theme/css/custom-main.css	CSS	200 568	193 001 96.2 %	
https://www.zus.pl/portal-theme/js/app.js	JS (per function)	308 168	179 149 58.1 %	
chrome-extension://kmcdbdogdandihlaiknicjfpdjclem/js/dls.js	JS (per function)	55 521	45 460 81.9 %	
https://www.google-analytics.com/analytics.js	JS (per function)	46 489	17 958 38.6 %	
https://www.zus.pl/portal-theme/js/utils.js	JS (per function)	12 502	5 883 47.1 %	
https://www.zus.pl/portal-theme/js/lib/require.js	JS (per function)	19 782	4 405 22.3 %	
https://www.zus.pl/	CSS+JS (per funct...	3 226	527 16.3 %	
chrome-extension://kmcdbdogdandihlaiknicjfpdjclem/js/a.js	JS (per function)	322	227 70.5 %	
chrome-extension://gppongmhjkpfhbgpmjfkannfbilamg/js/inject.js	JS (per function)	1 293	0 0.0 %	

213 kB of 1.2 MB (18%) used so far. 945 kB unused.

Źródło: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=pl&url=ZUS.pl&tab=mobile>

W Chrome Dev Tools należy uruchomić kartę “coverage”. Wynika z niej, że w przypadku niektórych plików wykorzystywane jest tylko 58% kodu (np. app.js), a plik załadować musi się cały.

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#).

3. Lazy loading dla obrazów poza ekranem

W przypadku obrazów, które widać dopiero podczas scrollowania strony, można zastosować lazy loading i ładować dopiero wtedy, kiedy user będzie scrollował stronę.

Opis wdrożenia znajduje się [tutaj](#), a dodatkowe wskazówki dotyczące ładowania strony [tutaj](#).

TREŚCI

KOMENTARZ

W tej sekcji audytu skupiamy się na treściach. Jak wiadomo – content is king! Celem ZUS.pl jest dostarczanie informacji interesariuszom, co wiąże się z posiadaniem dużej ilości treści.

Treści i ich odpowiednia optymalizacja są jednym z podstawowych elementów SEO. W ramach witryny ZUS.pl zidentyfikowaliśmy kilka problemów wartych rozwiązania.

DODATKOWE ODPOWIEDZI W TREŚCIACH (pilne)

Jednym z głównych celów witryny ZUS.pl jest dostarczenie informacji interesariuszom. Warto zatem szczegółowo i dokładnie odpowiadać na pytania.problemów wartych rozwiązania.

PROBLEM

Treści w serwisie nie zawsze adresują wszystkie pytania, jakie interesariusze mają w kontekście świadczeń ZUS.

Przykład: <https://www.ZUS.pl/swiadczenia/renty/renta-rodzinna>

Pytania, które zadają użytkownicy wyszukiwarki, a które nie mają odpowiedzi:

PYTANIE	LICZBA WYSZUKIWAŃ
Ile można dorobić do renty rodzinnej?	720
Czy renta rodzinna wlicza się do emerytury?	70

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Dla każdej grupy świadczeń należy wyszukać pytania, które użytkownicy zadają w Google, ale nie ma na nie odpowiedzi w witrynie ZUS.pl.

Można to zrobić za pomocą Senuto i modułu Baza słów kluczowych – znajduje się tam specjalny raport “Pytania”.

Źródło: <http://senu.to/pytania>

DODATKOWE TREŚCI (pilne)

KOMENTARZ

W tej sekcji wskazujemy treści, które w witrynie ZUS.pl mogłyby się jeszcze pojawić. Wykorzystaliśmy do tego technologię Enterprise Senuto. Jeśli chciałbyś z niej skorzystać, napisz do Kamila Wawera z Senuto: k.wawer@senuto.com. Możesz też wykonać podobną analizę samodzielnie, wykorzystując techniki zwane “content gap”.

Istnieje 228 artykułów, które mógłby opublikować ZUS. Wygenerowałyby to dodatkowe 72 tysiące wizyt.

Cały plan treści z Senuto Enterprise znajduje się [tutaj](#).

DUPLIKACJA TREŚCI

KOMENTARZ

Jednym z elementów niesprzyjających SEO jest duplikacja treści. Google nie lubi zarówno duplikacji treści wewnątrz serwisu (między innymi zły wpływ na crawl budget), jak i duplikacji na zewnątrz serwisu (kiedy kopiujemy treść z innych serwisów) – za to można nawet otrzymać nawet karę od wyszukiwarki.

Duplikacja wewnętrzna (pilne)

Z punktu widzenia SEO należy unikać sytuacji w, której treść duplikowana jest pomiędzy różnymi podstronami.

PROBLEM

W serwisie ZUS.pl istnieje 1569 podstron ze zduplikowaną treścią. Podstrony te duplikują między sobą w sumie 666 treści.

Pełna lista duplikatów znajduje się [tutaj](#).

Jest tu kilka głównych problemów:

- Treści pomiędzy adresami <https://www.ZUS.pl/pracujacy/twoje-konto-w-zus/opis-spraw> i <https://www.ZUS.pl/web/guest/pracujacy/twoje-konto-w-zus/opis-spraw> są identyczne. W wyszukiwarce zaindeksowane jest ponad 1000 takich przypadków (w adresie URL znajduje się element web/guest).
- Treści pomiędzy <https://www.ZUS.pl/o-zus/inne-ogloszenia/mienie-zbedne> i <https://www.ZUS.pl/o-zus/inne-ogloszenia/mienie-zbedne/-/publisher/list/1> są identyczne. W wyszukiwarce zaindeksowanych jest ponad 4000 takich przypadków (w adresie URL znajduje się /-/publisher).

ROZWIĄZANIE PROBLEMU

Wygląda to na problem systemowy – należy zatem zastosować systemowe rozwiązanie. Można zrobić to na dwa sposoby:

- Na adresach zawierających web/guest i publisher umieścić link kanoniczny do adresów niezawierających tego fragmentu (link do sposobu wdrożenia jest wyżej).
- Zastosować przekierowania 301 z linków wymienionych powyżej na te właściwe.

SPRAWDZONE ELEMENTY NIEWYMAGAJĄCE POPRAWY

KOMENTARZ

W ramach audytu warto również wskazać, co zostało sprawdzone i nie wymaga poprawy. Dzięki temu gdy ktoś będzie przeprowadzał audyt ponownie, będzie wiedział, których elementów nie musi już analizować.

- wdrożenie certyfikatu SSL,
- wykorzystanie języka JavaScript i jego wpływ na indeksowanie serwisu,
- dostosowanie do urządzeń mobilnych,
- przekierowania z www na bez www,
- duplikacja treści (zewnętrzna),
- mapa strony w pliku robots.txt,
- przyjazność adresów URL dla robotów wyszukiwarek,
- strona 404,
- schemat znaczników title,
- optymalizacja grafik,
- profil linków prowadzących do witryny,
- linki wychodzące z witryny.

PRIORYTETY I KOLEJNOŚĆ ZADAŃ

PRIORYTETY	KOLEJNOŚĆ ZADAŃ
Meta description	Średni
Linki do nieistniejących adresów URL w sitemapie	Wysoki
Brak wszystkich podstron w sitemapie	Wysoki
Indeksowanie słownika	Średni
Linki z parametrem nie mają znacznika rel=canonical	Niski
Znaczniki hreflang	Średni
Budżet crawlowania	Niski
Organizacja treści	Średni
Breadcrumbs	Niski
Dane strukturalne	Średni
Kanibalizacja	Średni

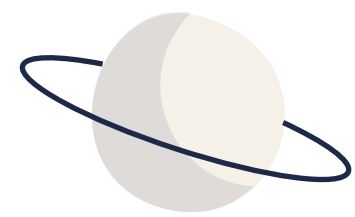
Mało wartościowe podstrony	Wysoki
Szybkość serwisu	Niski
Dodatkowe odpowiedzi w treściach	Wysoki
Dodatkowe treści	Wysoki
Duplikacja wewnętrzna	Wysoki

Witryna ZUS.pl nie zawiera kardynalnych błędów SEO, które mogłyby wykluczyć ją z indeksu wyszukiwarki lub znacznie obniżyć jej pozycje. Ma jednak liczne błędy w wielu obszarach, które należy wyeliminować. Ich poprawa powinna poprawić widoczność serwisu w organicznych wynikach wyszukiwania.

Zaobserwowane błędy pojawiają się głównie w warstwie technicznej oraz w warstwie treści. Wdrożenie audytu wymagać będzie zatem zaangażowania zespołu IT oraz zespołu redakcyjnego.

Powyższa tabela wskazuje priorytety dla poszczególnych zadań. Zadania z priorytetem wysokim i średnim powinny zostać wdrożone, zadania z priorytetem niskim nie będą miały wpływu na poprawę pozycji w wynikach wyszukiwania, ale chcąc działać zgodnie ze sztuką SEO, należy je wyeliminować.

PODSUMOWANIE



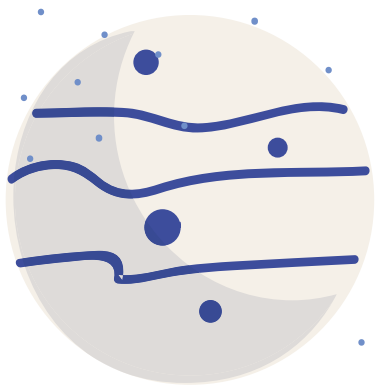
Autor:

Damian Sałkowski

Oprawa graficzna:



Agnieszka Starosta



SE  UTO

Odowiedź nas na

app.senuto.com

SENUTO 2020

senuto.com
hello@senuto.com

Senuto Sp. z o.o.
ul. Czerniowiecka 6b
02-705 Warszawa