

Badanie słów kluczowych

Checklista

1. Stwórz jak najobszerniejszą listę potencjalnych słów kluczowych:

- Wymyśl jak najwięcej zapytań, których Ty byś użył, szukając treści, którą planujesz napisać.
- Poproś klienta o sugestie
- Zaangażuj innych członków zespołu w burzę mózgów.
- Zainspiruj się konkurencją. Przeanalizuj ich witryny oraz sprawdź Top 10 Google na wstępie wybraną frazę.
- Skorzystaj z narzędzi internetowych: KeywordTool.io, Ubersuggest, Soovle, AnswerThePublic.
- Skorzystaj z narzędzi Google: podpowiedzi w wyszukiwarce, Google Analytics, Google Search Console i Google Keyword Planner
- W razie potrzeby zmiksuj wyrażenia kluczowe Keyword Mixerem

2. Oceń wstępnie wybrane frazy pod kątem:

- Objętości - czyli szacowanej średniej ilości wyświetleń miesięcznie. Pamiętaj, by ta liczba była jak największa.
- Trafności - upewnij się, że Twój artykuł jest tym, czego szuka większość osób wpisujących daną frazę kluczową.
- Dopasowania do intencji - Gdy wyszukujący szuka informacji, dostarcz mu informacji. Gdy interesują go produkty lub usługi - sprzedawaj.
- Konkurencyjności - zamiast wyczerpać swoje zasoby w walce o nieosiągalne frazy, postaraj się znaleźć taki temat artykułu, na jaki nie można aktualnie znaleźć satysfakcjonującej odpowiedzi w Internecie (albo chociaż taki, o którym nie pisze wiele portali).

3. Wybierz frazę spełniającą wszystkie powyższe wymagania.

4. Zadbaj o publikację treści lepszej od najlepszego w danej chwili artykułu na dany temat.

5. Monitoruj wyniki.