

BEZPLATNÝ E-BOOK · BEZ REGISTRÁCIE

SEO kontrolný zoznam pre váš web

78 bodov, ktoré si prejdete za jedno popoludnie —
technika, obsah, rýchlosť, lokálne SEO aj meranie
výsledkov.



SEO-marketing.sk · blog o AI a SEO optimalizácii

Obsah

- 01** Ako s kontrolným zoznamom pracovať
- 02** Technické základy
- 03** Indexácia a sitemap
- 04** Rýchlosť a mobil
- 05** Obsah a kľúčové slová
- 06** On-page prvky stránky
- 07** Obrázky a médiá
- 08** Lokálne SEO
- 09** Odkazy a autorita
- 10** Meranie a pravidelná údržba

1. Ako s kontrolným zoznamom pracovať

Tento e-book nie je na čítanie od začiatku do konca. Je to pracovný materiál — vytlačte si ho, prejdite web bod po bode a odškrtnávejte.

Tri pravidlá

1. **Najprv technika, potom obsah.** Ak vyhľadávač stránku nenačíta, aj najlepší text je zbytočný.
2. **Jedna zmena naraz.** Keď spravíte desať úprav naraz, nezistíte, ktorá zabrala.
3. **Merajte pred aj po.** Bez východiskových čísel nemáte ako posúdiť zlepšenie.

Čo budete potrebovať

Nástroj	Na čo	Cena
Google Search Console	Indexácia, dotazy, chyby	zdarma
PageSpeed Insights	Rýchlosť a Core Web Vitals	zdarma
Google Analytics 4	Návštevnosť a konverzie	zdarma
Firmy na Googli	Lokálne vyhľadávanie a mapy	zdarma

Odhad času: malý web (do 20 stránok) zvládnete celý prejsť za 3 – 4 hodiny.
Väčší web rozdeľte na kapitoly a riešte jednu týždenne.

2. Technické základy

Bez týchto bodov nemá zmysel riešiť nič ďalšie. Sú to základy, na ktorých stojí všetko ostatné.

- ☐ Web beží na HTTPS a certifikát je platný.
- ☐ Verzia bez www sa presmeruje na www (alebo naopak) — nie obe naraz.
- ☐ Stránka existuje len na jednej adrese (žiadne duplicity s /index.php).
- ☐ Súbor robots.txt neblokuje dôležité časti webu.
- ☐ Vo WordPresse nie je zaškrtnuté „Odporučiť vyhľadávateľom neindexovať stránku“.
- ☐ Chybová stránka 404 existuje a ponúka odkaz späť na domovskú stránku.
- ☐ Presmerovania sú typu 301 (trvalé), nie reťazce viacerých presmerovaní.
- ☐ Web má čitateľné adresy URL bez náhodných čísel a parametrov.
- ☐ Každá stránka má kanonický odkaz (canonical) na seba samú.

Najčastejšia chyba: web je dostupný súčasne na http aj https a na www aj bez www. Vyhľadávač potom vidí štyri verzie toho istého webu a sila sa rozdeľuje.

3. Indexácia a sitemap

Ak stránka nie je v indexe, neexistuje. Toto je najrýchlejšia cesta, ako zistiť, čo vyhľadávač o vás naozaj vie.

- ☐ Web je overený v Google Search Console.
- ☐ Sitemap.xml existuje a je odoslaná v Search Console.
- ☐ V sitemap sú len stránky, ktoré chcete mať vo vyhľadávaní.
- ☐ Report „Indexovanie stránok“ neukazuje neočakávané vylúčenia.
- ☐ Dôležité stránky sa dajú nájsť zadaním *site:vasadomena.sk* do vyhľadávania.
- ☐ Testovacie, ďakovné a admin stránky sú označené ako noindex.
- ☐ Každá dôležitá stránka je dostupná najviac na tri kliknutia z domovskej stránky.
- ☐ Web nemá „osirelé“ stránky, na ktoré nevedie žiadny vnútorný odkaz.

Rýchly test

Zadajte do Googlu **site:vasadomena.sk**. Počet výsledkov by mal zhruba zodpovedať počtu stránok, ktoré chcete mať vo vyhľadávaní. Ak je výsledkov výrazne viac, indexujú sa aj stránky, ktoré tam nepatria.

4. Rýchlosť a mobil

Väčšina návštev prichádza z telefónu. Pomalý web stráca návštevníkov ešte predtým, než uvidia prvý riadok textu.

- ☐ Hodnotenie v PageSpeed Insights pre mobil je aspoň 70.
- ☐ Najväčší prvok stránky sa načíta do 2,5 sekundy (LCP).
- ☐ Obsah pri načítaní „neposkakuje“ (nízke CLS).
- ☐ Text je čitateľný bez približovania.
- ☐ Tlačidlá a odkazy sa dajú pohodlne trafiť prstom.
- ☐ Web nemá vodorovné posúvanie na mobile.
- ☐ Vyskakovacie okná neprekrývajú obsah hneď po príchode.
- ☐ Nepoužívané skripty a plugíny sú odstránené.
- ☐ Na serveri je zapnutá kompresia a cachovanie.

Metrika	Dobrá hodnota	Čo ju kazí
LCP	do 2,5 s	Veľký nekomprimovaný obrázok v hlavičke
CLS	do 0,1	Obrázky bez rozmerov, neskoro načítané písmo
INP	do 200 ms	Príliš veľa JavaScriptu

5. Obsah a kľúčové slová

Obsah je jediný dôvod, prečo by vás mal niekto nájsť. Kľúčové slová sú len mapa toho, ako ľudia rozmýšľajú.

- ☐ Každá stránka pokrýva jednu tému a jeden hlavný dotaz.
- ☐ Dve stránky si nekonkurujú v tom istom kľúčovom slove.
- ☐ Kľúčové slovo je v titulku, v prvom odseku a aspoň v jednom medzinadpise.
- ☐ Text je písaný prirodzene, bez nahusteného opakovania fráz.
- ☐ Články odpovedajú aj na súvisiace otázky (čo, ako, koľko, prečo).
- ☐ Dôležité texty majú aspoň 800 slov reálneho obsahu.
- ☐ Obsah je aktualizovaný — nikde nie sú neaktuálne roky a ceny.
- ☐ Pri každom článku je uvedený autor a dátum poslednej úpravy.
- ☐ Text obsahuje konkrétne čísla, príklady a postupy, nie iba všeobecné frázy.

Tip: v Search Console v reporte „Výsledky vyhľadávania“ nájdete dotazy, pri ktorých ste na 8. – 20. pozícii. To sú najlacnejšie výhry — stačí článok doplniť, nemusíte písať nový.

6. On-page prvky stránky

Detaily, ktoré rozhodujú, či na váš výsledok vo vyhľadávanií niekto klikne.

- ☐ Titulok stránky má 50 – 60 znakov a obsahuje kľúčové slovo.
- ☐ Každá stránka má iný titulok — žiadne duplicity.
- ☐ Meta popis má 120 – 155 znakov a obsahuje výzvu k akcii.
- ☐ Na stránke je práve jeden nadpis H1.
- ☐ Nadpisy idú v logickom poradí (H2 pod H1, H3 pod H2).
- ☐ Odkazy majú zmysluplný text, nie „klikni sem“.
- ☐ V každom článku sú 2 – 5 odkazov na iné stránky vášho webu.
- ☐ Nastavené sú OG značky pre zdieľanie na sociálnych sieťach.
- ☐ Články majú štruktúrované dáta (Article, FAQ alebo HowTo).

Prvok	Odporúčaná dĺžka
Titulok (title)	50 – 60 znakov
Meta popis	120 – 155 znakov
Nadpis H1	do 70 znakov
Adresa URL	3 – 5 slov

7. Obrázky a médiá

Obrázky sú najčastejšia príčina pomalého webu — a zároveň nevyužitý zdroj návštevnosti z obrázkového vyhľadávania.

- ☐ Každý obrázok má vyplnený popis alt, ktorý opisuje, čo je na ňom.
- ☐ Názvy súborov sú zmysluplné (seo-audit-postup.jpg, nie IMG_2471.jpg).
- ☐ Fotografie sú vo formáte JPEG alebo WebP, nie PNG.
- ☐ Žiadny obrázok nemá viac než 300 kB.
- ☐ Obrázky mimo prvej obrazovky sa načítavajú odložene (lazy loading).
- ☐ Obrázky majú uvedenú šírku a výšku, aby obsah pri načítaní neposkakoval.
- ☐ Videá sú vložené cez YouTube/Vimeo, nie nahrané priamo na hosting.
- ☐ Infografiky majú pod sebou textový popis kvôli AI vyhľadávačom.

Rýchla výhra: zmenšenie najväčšieho obrázka na domovskej stránke býva najlacnejšie zrýchlenie webu vôbec. Často ušetrí viac než celá optimalizácia kódu.

8. Lokálne SEO

Ak máte prevádzku alebo pôsobíte v konkrétnom regióne, toto je najrýchlejšia cesta k reálnym zákazníkom.

- ☐ Profil vo Firmách na Googli je vytvorený a overený.
- ☐ Názov, adresa a telefón sú všade na webe napísané rovnako.
- ☐ Otváracie hodiny sú aktuálne vrátane sviatkov.
- ☐ V profile je aspoň 10 aktuálnych fotografií.
- ☐ Kategória podnikania je zvolená čo najpresnejšie.
- ☐ Aktívne žiadate zákazníkov o hodnotenia.
- ☐ Na každé hodnotenie odpovedáte — aj na negatívne.
- ☐ Web má kontaktnú stránku s mapou a adresou v texte.
- ☐ Firma je uvedená v slovenských katalógoch (Zoznam, Azet, Súkromné katalógy odboru).

Prečo na tom záleží

Pri dotazoch typu „SEO špecialista Bratislava“ vyhľadávač takmer vždy zobrazí mapu s tromi firmami ešte nad klasickými výsledkami. Dostať sa do tejto trojice býva jednoduchšie než na prvú pozíciu v klasickom vyhľadávaní.

9. Odkazy a autorita

Odkazy z iných webov sú hlas dôvery. Nekupujte ich — zaslúžite si ich.

- ☐ Viete, kto na váš web odkazuje (report Odkazy v Search Console).
- ☐ Web je uvedený v relevantných odborových katalógoch a asociáciách.
- ☐ Máte aspoň jeden hosťovský článok alebo rozhovor na cudzom webe.
- ☐ Partneri, klienti a dodávatelia na vás odkazujú z referencií.
- ☐ Nekupujete odkazy z obsahových fariem a spamových webov.
- ☐ Váš najhodnotnejší obsah (návody, dáta, kalkulačky) je verejne dostupný bez registrácie.
- ☐ Profily na sociálnych sieťach obsahujú odkaz na web.
- ☐ Rozbité odkazy smerujúce na váš web sú presmerované.

Pre AI vyhľadávanie platí navyše: dôležité sú aj zmienky bez odkazu. Keď o vás píšú iné weby, jazykové modely si to spoja s vašou značkou, aj keď odkaz chýba.

10. Meranie a pravidelná údržba

SEO nie je jednorazový projekt. Tento harmonogram stačí na to, aby vám web neupadol.

Ako často	Čo urobiť
Týždenne	Pozrieť nové dotazy a kliknutia v Search Console
Mesačne	Skontrolovať chyby indexácie a rýchlosť, aktualizovať jeden starší článok
Štvrťročne	Prejsť tento kontrolný zoznam, doplniť nové kľúčové slová
Ročne	Veľký audit obsahu — zlúčiť, prepísať alebo zmazať slabé stránky

Čo sledovať

- **Zobrazenia a kliknutia** z organického vyhľadávania (trend, nie jednotlivé dni).
- **Počet indexovaných stránok** — náhly pokles je varovný signál.
- **Priemerná pozícia** pri vašich hlavných dotazoch.
- **Konverzie** z organickej návštevnosti — dopyty, objednávky, stiahnutia.

Buďte trpezliví: prvé zmeny sa v číslach prejavia zvyčajne po 6 – 12 týždňoch. Ak meníte stratégiu každý mesiac, nikdy sa nedozviete, čo funguje.