

Checklist SEO 2026

50 punktów do sprawdzenia na Twojej stronie

15

TECHNICZNA OPTIMAL.

15

ON-PAGE SEO

10

CONTENT / E-E-A-T

5

LOCAL SEO

5

OFF-PAGE

Priorytety:

KRYTYCZNY

= wdróż natychmiast

WAŻNY

= wdróż w ciągu miesiąca

OPCJONALNY

= nice to have

⚙️ A. Techniczna optymalizacja (15 pkt.)

- ☐ **1. Core Web Vitals w normie** **KRYTYCZNY**
LCP < 2.5s, INP < 200ms, CLS < 0.1. Sprawdź w PageSpeed Insights lub CrUX Dashboard.
- ☐ **2. Mobile-first indexing** **KRYTYCZNY**
Responsywność na wszystkich urządzeniach. Google indeksuje wersję mobilną jako pierwszą.
- ☐ **3. HTTPS z ważnym certyfikatem SSL** **KRYTYCZNY**
Certyfikat SSL aktywny, brak mixed content. Darmowy Let's Encrypt wystarczy.
- ☐ **4. robots.txt prawidłowo skonfigurowany** **KRYTYCZNY**
Sprawdź czy nie blokujesz ważnych zasobów. Użyj narzędzia testowego w GSC.
- ☐ **5. Sitemap XML zgłoszony w GSC** **KRYTYCZNY**
Plik sitemap.xml aktualny i zgłoszony w Google Search Console. Odświeżaj po każdej zmianie.
- ☐ **6. Brak błędów 404 i 5xx** **KRYTYCZNY**
Regularnie sprawdzaj raporty pokrycia w GSC. Przekieruj usuwane strony (301).
- ☐ **7. Canonical URLs na wszystkich stronach** **WAŻNY**
Unikaj duplikacji treści. Każda strona powinna mieć tag <link rel="canonical">.
- ☐ **8. Hreflang (jeśli wielojęzyczna)** **OPCJONALNY**
Poprawne tagi hreflang dla każdej wersji językowej. Sprawdź wzajemne referencje.
- ☐ **9. Schema.org: LocalBusiness, Service, FAQ** **WAŻNY**
Dane strukturalne pomagają w rich snippets. Waliduj w Google Rich Results Test.
- ☐ **10. Szybkość ładowania < 3s** **KRYTYCZNY**
PageSpeed Insights 90+ na mobile. Optymalizuj obrazy, CSS, JS.
- ☐ **11. Lazy loading obrazków** **WAŻNY**
Atrybut loading="lazy" na obrazkach poniżej fold. Nie stosuj do LCP image.
- ☐ **12. Kompresja Brotli lub Gzip** **WAŻNY**
Skonfiguruj na serwerze. Brotli daje ~20% lepsze wyniki niż Gzip.
- ☐ **13. Brak mixed content** **KRYTYCZNY**
Wszystkie zasoby (obrazy, skrypty, fonty) ładowane przez HTTPS.
- ☐ **14. Łańcuchy przekierowań < 2** **WAŻNY**
Unikaj A→B→C. Każde przekierowanie dodaje opóźnienie. Max 1 hop.
- ☐ **15. Server response time < 200ms (TTFB)** **WAŻNY**
Dobry hosting, cache serwera (Redis, Varnish), CDN. Mierz w WebPageTest.

B. On-page SEO (15 pkt.)

- ☐ **16. Meta title 50–60 znaków** KRYTYCZNY
Unikalne dla każdej strony. Zawiera główne słowo kluczowe + brand na końcu.
- ☐ **17. Meta description 120–155 znaków** KRYTYCZNY
Zachęcający opis z CTA. Wpływ na CTR, nie bezpośrednio na ranking.
- ☐ **18. Jeden unikalny H1 na stronie** KRYTYCZNY
Każda strona ma dokładnie jeden H1. Zawiera słowo kluczowe naturalnie.
- ☐ **19. Prawidłowa hierarchia H2–H6** WAŻNY
Logiczna struktura nagłówków. H2 dla sekcji, H3 dla podsekcji. Bez przeskakiwania.
- ☐ **20. Słowo kluczowe w pierwszych 100 słowach** WAŻNY
Naturalnie umieszczone we wstępie. Google przywiązuje wagę do początku treści.
- ☐ **21. Alt tekst dla wszystkich obrazków** WAŻNY
Opisowy, 5–15 słów. Zawiera słowa kluczowe gdzie pasują naturalnie.
- ☐ **22. Internal linking: min. 3 linki na stronie** KRYTYCZNY
Linkuj do powiązanych treści na swojej stronie. Buduj klastry tematyczne.
- ☐ **23. URL krótki i opisowy** WAŻNY
Bez dat, numerów, parametrów. Słowa oddzielone myślnikami. Max 3–5 słów.
- ☐ **24. Długość treści: 800+ słów** WAŻNY
Dla stron usługowych i artykułów. Strony kategorii mogą być krótsze.
- ☐ **25. FAQ Schema na stronach usługowych** WAŻNY
5–8 pytań z odpowiedziami 50–70 słów. Szansa na featured snippets.
- ☐ **26. Breadcrumbs z BreadcrumbList Schema** WAŻNY
Ułatwiają nawigację i pojawiają się w wynikach wyszukiwania.
- ☐ **27. Open Graph i Twitter Card meta tagi** OPCJONALNY
Kontrola wyglądu udostępnień w social media. Obrazek 1200×630px.
- ☐ **28. Tabela treści dla długich artykułów** OPCJONALNY
Linkowana tabela treści (ToC) poprawia UX i może pojawić się w SERP.
- ☐ **29. Optymalizacja obrazków: WebP, srcset** WAŻNY
Format WebP, odpowiednie rozmiary, srcset dla różnych ekranów.
- ☐ **30. Brak thin content i duplicate content** KRYTYCZNY
Każda strona wnosi unikalną wartość. Min. 300 słów na strony informacyjne.

C. Content i E-E-A-T (10 pkt.)

- ☐ **31. Autor z bio i zdjęciem** KRYTYCZNY
Podpis autora na artykułach z krótką biografią i linkiem do profilu.
- ☐ **32. Data publikacji i aktualizacji** KRYTYCZNY
Widoczna data. Regularnie aktualizuj starsze treści.
- ☐ **33. Aktualne dane i statystyki (2026)** WAŻNY
Sprawdź czy cytowane dane nie są przestarzałe. Aktualizuj co kwartał.
- ☐ **34. Źródła i odniesienia zewnętrzne** WAŻNY
Linkuj do wiarygodnych źródeł (badania, raporty, dokumentacje oficjalne).

- ☐ **35. Unikalna wartość vs konkurencja** **KRYTYCZNY**
Twoja treść musi dawać coś, czego nie mają TOP 10. Case studies, dane własne.
- ☐ **36. Czytelna struktura i formatowanie** **WAŻNY**
Krótkie akapity (2–4 zdania), listy punktowane, wyróżnienia, tabele.
- ☐ **37. Strona O nas / O autorze** **WAŻNY**
Buduje zaufanie. Doświadczenie, certyfikaty, realizacje.
- ☐ **38. Regulamin i Polityka prywatności** **KRYTYCZNY**
Wymagane prawnie (RODO). Sygnalizują profesjonalizm witryny.
- ☐ **39. Strona kontaktowa z pełnymi danymi** **WAŻNY**
Adres, telefon, email, formularz. NIP dla firm. Buduje wiarygodność.
- ☐ **40. Opinie i referencje klientów** **WAŻNY**
Google Reviews, case studies, logo klientów. Social proof dla E-E-A-T.

D. Local SEO (5 pkt.)

- ☐ **41. Google Business Profile zoptymalizowany** **KRYTYCZNY**
Pełne dane, kategorie, godziny, zdjęcia, posty. Odpowiadaj na opinie.
- ☐ **42. Spójność NAP (Name, Address, Phone)** **KRYTYCZNY**
Te same dane firmy na stronie, GBP, katalogach, social media.
- ☐ **43. Lokalne słowa kluczowe w treści** **WAŻNY**
Nazwa miasta/regionu w title, H1, treści, meta description.
- ☐ **44. Opinie Google: min. 10, średnia 4.0+** **WAŻNY**
Zachęcaj zadowolonych klientów do zostawienia opinii. Odpowiadaj na wszystkie.
- ☐ **45. LocalBusiness Schema z geo coordinates** **WAŻNY**
Dane strukturalne z adresem, współrzędnymi, godzinami otwarcia.

E. Off-page i Monitoring (5 pkt.)

- ☐ **46. GSC: cotygodniowy przegląd raportów** **KRYTYCZNY**
Pokrycie, wydajność, Core Web Vitals. Reaguj na błędy natychmiast.
- ☐ **47. Profil backlinków: jakościowe linki** **WAŻNY**
Buduj naturalnie: guest posts, PR, katalogi branżowe. Unikaj spam linków.
- ☐ **48. Obecność w katalogach branżowych** **OPCJONALNY**
Panorama Firm, Yelp, branżowe katalogi. Spójne dane NAP.
- ☐ **49. Analiza konkurencji co kwartał** **WAŻNY**
Sprawdź nowe treści, linki, pozycje konkurentów. Narzędzia: Senuto, Ahrefs.
- ☐ **50. Raport SEO co miesiąc** **KRYTYCZNY**
Pozycje, ruch organiczny, konwersje, techniczne problemy. Mierz ROI.

Potrzebujesz pomocy z wdrożeniem?

Bezpłatny audyt SEO Twojej strony + plan działań na 90 dni

kcmobile.pl/kontakt | 604 939 140

Przygotowane przez KC Mobile – agencję digital marketingu z 15-letnim doświadczeniem. © 2026 kcmobile.pl