



**NARZĘDZIA**

# 1. Narzędzia słów kluczowych

## 1.1. Słownik

Słownik to narzędzie, które pozwoli Ci przeszukiwać naszą bazę 400 milionów słów kluczowych.

Dzięki niemu możesz:

- wybrać dodatkowe słowa, na które chciałbyś się pozycjonować,
- rozwinąć kampanię AdWords,
- tworzyć opisy produktów, które wpłyną pozytywnie na widoczność Twojego sklepu,
- optymalizować swoje artykuły pod SEO.

Przy wpisywaniu słowa kluczowego możesz stosować modyfikatory:

- +hipoteczny – wszystkie słowa, które oprócz *kredyt* zawierają także człon *hipoteczny*; np. kredyt hipoteczny; hipoteczny tani kredyt.
- -hipoteczny – wszystkie słowa, które nie zawierają członu *hipoteczny*; np. kredyt bez bik, tani kredyt (uwaga! w wynikach pojawi się np. kalkulator kredytu hipotecznego).
- hipotecz\* – wszystkie słowa, które zawierają człon rozpoczynający się od „hipotecz”; np. kredyt hipoteczny i kalkulator kredytu hipotecznego; modyfikatora używaj tylko w przypadku trybu Zawiera.
- Modyfikatory można łączyć, np.: +kredyt\* -hipotecz\* zwróci Ci wyniki bez takich fraz jak kredyt hipoteczny i kalkulator kredytu hipotecznego.

Różnice między opcjami *Zawiera*, *Język naturalny* oraz *Z synonimami* najłatwiej zobrazować na przykładzie:

Słowo kluczowe	Platna konkurencyjność od	to	CPC from	to	Trendy	Wszytko	Elementów na stronę	25
Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Platna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP			
kredyt hipoteczny	33 100	<div></div>	7 PLN					
pożyczki online	18 100	<div></div>	20 PLN					
kalkulator kredytu hipotecznego	18 100	<div></div>	3,3 PLN					
kredyt bank	18 100	<div></div>	7 PLN					
kredyt hipoteczny kalkulator	14 800	<div></div>	3,5 PLN					
pożyczki	12 100	<div></div>	20 PLN					
łatwy kredyt	12 100	<div></div>	2,6 PLN					
pożyczka online	12 100	<div></div>	20 PLN					
krajowy rejestr dłużów	12 100	<div></div>	1,2 PLN					

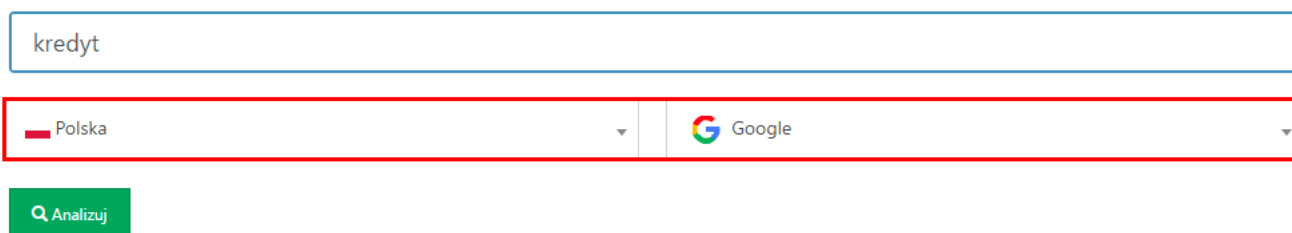
- **Zawiera** – zwróci inne słowa, które zawierają wybraną frazę dokładnie tak, jak ją wpisałeś; np. kredyt hipoteczny oraz łatwy kredyt.
- **Dopasowanie naturalne** – wyświetli te słowa, które zawierają wybraną frazę oraz jej odmiany; np. kredyt hipoteczny oraz kalkulator kredytu hipotecznego.
- **Z synonimami** – uwzględni także synonimy; np. kredyt hipoteczny, pożyczki online.

## 1.2. Suggester

Suggester to narzędzie, które pozwoli Ci wygenerować setki dodatkowych słów kluczowych związanych z interesującym Cię tematem.

Dzięki niemu możesz:

- rozbudować swoje kampanie AdWords,
- zbudować naturalną widoczność swojej strony na długi ogon,
- znaleźć odpowiedzi przygotowane specjalnie dla e-commerce,
- rozwinąć prowadzone działania video i docierać do szerszej publiczności.



Jak w większości narzędzi, aby rozpocząć analizę, należy podać słowo kluczowe.

Zwróć jednak uwagę na zaznaczony element, dzięki któremu możesz wybrać:

- Kraj, dla którego przeprowadzasz analizy.
- Wyszukiwarę:
  - Google, Bing, Yandex i Seznam dostarczą Ci odpowiedzi, czego szukają internauci w konkretnej wyszukiwarce.
  - YouTube zaproponuje słowa kluczowe specjalnie dla materiałów video.
  - Allegro, Alibaba i Amazon dostarczą fraz związanych bezpośrednio z e-commerce i sprzedażą w internecie.

Wielka Brytania

Google

Analizuj

Słowo kluczowe: 
Płatna konkurencyjność od:  to: 
CPC from:  to: 
Trendy: Wszystkie
Elementów na stronę: 25

Litera	Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
y	vehicle tax	110 000		1,36 PLN		
x	vehicle check	90 500		5,83 PLN		
e	vehicle enquiry	33 100		2,54 PLN		
y	vehicle tax checker	27 100		1,04 PLN		
a	vehicle and operator services agency	22 200		0,42 PLN		
-	vehicle	18 100		1,82 PLN		
r	vehicle reg check	6 600		1,76 PLN		
r	vehicle registration check	6 600		1,76 PLN		
l	vehicle leasing	5 400		5,9 PLN		

Domyślnie tabela sortowana jest malejąco po wyszukiwaniach, dzięki czemu najczęściej poszukiwane słowa kluczowe są widoczne na samym początku.

Polska

Youtube

Analizuj

Słowo kluczowe: 
Płatna konkurencyjność od:  to: 
CPC from:  to: 
Trendy: Wszystkie
Elementów na stronę: 25

Litera	Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
-	gry	3 350 000		0,1 PLN		
o	gry online	823 000		0,6 PLN		
f	gry friv	673 000		0,1 PLN		
d	gry dla dzieci	550 000		1,1 PLN		
j	gry jeja	301 000		0,4 PLN		
d	gry dla dziewczyn	301 000		0,4 PLN		
k	gry kizi	165 000		0,3 PLN		
c	gry cda	165 000		0,4 PLN		
l	gry logiczne	135 000		0,1 PLN		

Przykład: słowa najczęściej wyszukiwane w polskiej wersji YouTube, dotyczące gier.

**Uwaga!**

Dane w kolumnach Wyszukiwania, Płatna konkurencja, CPC i Trendy pochodzą z AdWords, niezależnie od tego jaki silnik wyszukiwarki wybierzesz.



### 1.3. Synonimy

Narzędzie *Synonimy* pozwoli Ci na przeszukiwanie naszych danych wyłącznie pod kątem wyrazów bliskoznacznych.

Dzięki temu możesz:

- wykorzystać te synonimy, których szukają internauci,
- pisać atrakcyjne teksty,
- znajdować pomysły na nowe treści,
- skuteczniej działać w SEO,
- rozbudować swoje kampanie AdWords.

**Uwaga!**

Raport różni się od raportu [Słownik](#). Jeśli w *Słowniku* wybierzesz opcję „Z synonimami”, np. dla słowa *kredyt*, otrzymasz w wynikach słowa dotyczące kredytu i jego synonimów. Jeśli natomiast zależy Ci tylko na synonimach (np. pożyczkach i długach) i chcesz odrzucić wszystkie słowa zawierające słowo *kredyt* – skorzystaj właśnie z narzędzia *Synonimy*.

**Uwaga!**

Pamiętaj, że w synonimach mogą występować pewne „anomalie”. Narzędzie przedstawi Ci bowiem wszystkie wyrazy bliskoznaczne, ale nie uwzględni kontekstu tak dobrze jak człowiek. Spójrz na raport poniżej.



Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
dzuma	14 800		0 PLN		
dzuma streszczenie	14 800		0 PLN		
zgon na pogrzebie	6 600		0 PLN		
kochanie chyba cię zabiłem	5 400		0,1 PLN		
dzuma streszczenie szczegółowe	4 400		0 PLN		
zabić drożdza	4 400		0,4 PLN		
dzuma bohaterowie	2 900		0 PLN		
jak się zabić	2 900		1,9 PLN		

Na liście synonimów słowa „śmierć” pojawia się np. „dżuma streszczenie” lub „dżuma bohaterowie”. Choć tematycznie te frazy do siebie nie pasują, są powiązane w następujący sposób:

dżuma -> czarna śmierć -> śmierć.

Wyniki stają się jeszcze bardziej zaskakujące np. dla wyrazu „serce”, gdy wśród synonimów ujrzysz słowo „diesel”. Zależność jest następująca:

diesel -> diesel loverdose -> lover -> serce.

## 1.4. Powiązane słowa kluczowe

Po wpisaniu wybranej przez Ciebie frazy wyświetli się raport, który będzie zawierać analizowane słowo kluczowe lub jego odmiany oraz inne słowa, tematycznie z nim powiązane.

Wyznaczamy je na podstawie tego, co szukają realni internauci i jak zawężają swoje wyszukiwania.

Spójrz na poniższy przykład dla wyszukiwania słowa „leszczyński”.

Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
sport pl	246 000		6 PLN		
robert leszczyński	60 500		0 PLN		
pogoda leszno	18 100		0,1 PLN		
panorama leszczyńska	9 900		0,1 PLN		
elka leszno	8 100		0,2 PLN		
straż miejska warszawa	4 400		0,1 PLN		
operacje plastyczne	3 600		1,8 PLN		
sąd rejonowy dla warszawy pragi północ	2 400		0 PLN		
hotel łódź	2 400		4,6 PLN		
stanisław leszczyński	1 900		0 PLN		
abc leszno	1 600		0,1 PLN		

W tabeli znajdziesz oczywiście frazy powiązane bezpośrednio, jak „robert leszczyński” lub „panorama leszczyńska”. Dostarczymy Ci także słów powiązanych pośrednio, np.:

- Hotel Leszczyński znajduje się w Konstantynowie Łódzkim, stąd fraza „hotel łódź”,
- Zbigniew Leszczyński to komendant Straży Miejskiej w Warszawie, dlatego pojawia się „straż miejska warszawa”,
- w powiecie leszczyńskim jest wydawana Gazeta ABC – z tego powodu widzisz „abc leszno”.

## 1.5. Generator tematów

Zadaniem tego narzędzia jest pomoc w doborze tematów i w opracowaniu planu artykułów. Jeśli zatem chciałbyś wiedzieć, jakie pytania zadają internauci w związku z interesującym Cię tematem, *Generator* jest narzędziem, z którego warto skorzystać.

Polski

Polska

Google

Pytajniki

który, jaki, jak, czyj, ile, gdzie, kiedy, dlaczego, kto, co

Wpisz zestaw słów (oddzielonych przecinkami) do połączenia ze słowem kluczowym.

Analizuj

*Zaimki* pozwolą Ci wygenerować pytania internautów, np. „Jak wziąć kredyt w orange”. *Przymyki* dostarczą tematów w formie „kredyt na dowód” lub „sprzedaż mieszkania z kredytem”. Opcja *Własne* umożliwi Ci wyszukanie własnych rozszerzeń. Np. po wpisaniu „tani, najtańszy” otrzymasz podpowiedzi dotyczące tylko tanich kredytów.

Słowo	Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
jak	jaki laptop	1 600		0,7 PLN		
jak	jaki laptop do 2000	1 000		0,4 PLN		
jak	jak podłączyć laptop do telewizora	1 000		0,29 PLN		
jak	jaki laptop do gier	880		0,6 PLN		
jaki	jaki laptop kupić	720		0,7 PLN		
jak	jaki laptop do 1500	590		0,3 PLN		
jak	jaki laptop do 2500	590		0,3 PLN		
jak	jaki laptop do 3000	480		0,6 PLN		
gdzie	gdzie kupić laptop	390		0,79 PLN		
jaki	jakiej firmy laptop	320		0,1 PLN		

### Uwaga!

Pytania użytkowników, które są podobne w brzmieniu, nie zawsze muszą odpowiadać tej samej potrzebie. Nie skupiaj się tylko na kolumnach *Słowa kluczowe* i *Wyszukiwania*. Spójrz głębiej, żeby lepiej dostosować treść swojego artykułu do realnej potrzeby klienta. Zwróć uwagę także na *Trendy*, aby określić okazję, która powoduje konkretne zapytania.





## 1.6. Domeny na słowa kluczowe

Jeśli planujesz działania promocyjne dla konkretnego zestawu słów kluczowych, możesz posłużyć się tym narzędziem w celu określenia, z jakimi stronami przyjdzie Ci konkurować.

Zazwyczaj, jeśli na liście pojawiają się bardzo mocne strony, bardzo duże i długo istniejące na rynku, proces pozycjonowania może okazać się trudniejszy, a za kliknięcie w AdWords możesz zapłacić więcej, zwłaszcza gdy nie masz długiej i pozytywnej historii na swoim koncie AdWords.

**Słowa kluczowe**  

buty damskie  
szpilki  
skórzane czółenka  
czarna torebka

**Państwo**  

Polska

**Typ danych**  
☒ Naturalne  
☐ Płatne

Analizuj

Domena	Liczba słów kluczowych
allani.pl	4
allegro.pl	4
ceneo.pl	4
deichmann.com	4
domodi.pl	4
avanti24.pl	3

### Uwaga!

Każde słowo kluczowe wpisz w osobnej linii. Możesz sprawdzić maksymalnie 100 słów jednocześnie.





## 2. Audyty

### Uwaga!

Audyty znajdują się aktualnie w wersji beta i pracujemy nad wyeliminowaniem wszystkich błędów.



### 2.1. Audyt SEO

Zadaniem audytu jest sprawdzenie kwestii technicznych występujących na Twojej stronie.

Aby rozpocząć audyt, podaj przynajmniej jeden adres strony. Opcjonalnie możesz podać także 10 konkurentów, wtedy przeprowadzimy dla Ciebie audyt porównawczy.

Audyt SEO może być przeprowadzony w dwóch trybach: komputery (Desktop) i urządzenia mobilne (Mobile). Jeśli wybierzesz drugą opcję i podane przez Ciebie adresy mają mobilne wersje, to właśnie je weźmiemy pod uwagę przy analizie.

### Uwaga!

Ze względu na mnogość danych, audyty najwygodniej przegląda się na urządzeniach oferujących wysoką rozdzielczość ekranu. Im więcej konkurentów wybierzesz, tym szerszy będzie raport. Możesz go jednak przewijać w poziomie, jeśli nie mieści się w oknie przeglądarki.



Audyt prezentuje informacje typowo techniczne i wymaga przynajmniej podstaw wiedzy o budowie stron oraz tagach HTML. Podzieliliśmy go na następujące sekcje:

1. Przegląd – podstawowe informacje, takie jak ogólna ocena oraz miniaturka strony.
2. Nagłówek – dotyczy sekcji `<head>` analizowanych stron. Ma również znaczenie, jeśli chodzi o to, jak wygląda strona w wyszukiwarce.

## Noworoczne post@nowienia | SEMSTORM

<https://www.semstorm.com/pl/blog/reports-and.../noworoczne-postnowienia> ▼

Styczeń to zawsze czas noworocznych postanowień. Czego dotyczą? Co sobie obiecujemy zaraz po zabawie sylwestrowej? Dieta, rzucenie palenia, sport?

Na obrazku powyżej:

- a. „Noworoczne post@nowienia | SEMSTORM” to tytuł strony.
- b. „Styczeń to zawsze czas noworocznych postanowień. Czego dotyczą? Co sobie obiecujemy zaraz po zabawie sylwestrowej? Dieta, rzucenie palenia, sport?” – meta description
- c. „https://www.semstorm.com/pl/blog/reports-and.../noworoczne-postnowienia” – URL

Niekiedy sama wyszukiwarka może uznać, że nadane przez Ciebie wartości tytułu i opisu strony nie odpowiadają zapytaniu internauty. W takim przypadku wyświetli inne wartości.

- a. Tytuł – atrybut `<title>` to jeden z kluczowych elementów, jeśli chodzi o pozycjonowanie. Tytuł możesz samodzielnie zobaczyć m.in. na zakładce w przeglądarce, w historii wyszukiwania przeglądarki, a także w wynikach wyszukiwania.
  - b. Meta description – opis strony, który pojawia się w wynikach wyszukiwania; jeśli go nie ustawisz, wyszukiwarki wyświetlą wybrany przez siebie tekst z Twojej strony lub pierwszy tekst na stronie, na który trafią.
  - c. Meta keywords – gdy pozycjonowanie jeszcze raczkowało, za pomocą tego tagu informowano wyszukiwarki, na jakie słowa kluczowe ma być wyświetlana dana strona; aktualnie w Google nie mają one żadnego znaczenia, jednakże niektóre mniej popularne i bardziej egzotyczne wyszukiwarki mogą brać pod uwagę słowa tu umieszczone.
  - d. Kanoniczność – czasami ta sama treść może występować pod wieloma adresami URL. Tag *canonical* informuje wyszukiwarkę, który adres jest podstawowy i najważniejszy.  
Więcej o *canonical* przeczytasz w [pomocy Google](#).
3. URL – sekcja informacyjna; więcej o tym, jak budować poprawne adresy URL, znajdziesz na [blogu SEO Zgreda](#).
  4. Treść
    - a. Nagłówki – są one kluczowe w procesie optymalizacji stron; najlepiej, gdy na stronie jest pojedynczy nagłówek `<h1>` i niedużo nagłówków `<h2>`. Ich zadanie jest dwojakie: po pierwsze użytkownik dzięki temu widzi Twoją stronę

podzieloną na czytelne sekcje; po drugie za ich pomocą „mówisz” wyszukiwarce, o czym jest Twoja strona.

Unikaj przede wszystkim niewiele mówiących nagłówków H1 lub H2, np. „Najnowsze artykuły” lub „Ostatnie komentarze”, chyba że Twoją intencją jest wyświetlanie się na podobne słowa kluczowe.

Więcej o nagłówkach przeczytasz na blogu [widzialni.pl](http://widzialni.pl).

- b. Obrazki – grafiki, które są istotne i pomagają lepiej zrozumieć treść (np. dodatkowe wyjaśnienia w artykule) powinny mieć ustawiony atrybut `alt` opisujący zawartość obrazka. Jest to istotne, gdy stronę przegląda osoba niewidząca lub... robot wyszukiwarki.

`Alt` powinien natomiast pozostawić pusty, gdy element graficzny pełni wyłącznie rolę dekoracyjną.

- 5. Analiza techniczna – w tej sekcji sprawdzamy obecność pożądaných i niepożądanych elementów na stronach

- a. Iframes – roboty wyszukiwarek nauczyły się już crawlować treść dostępną w ramach HTML (iframes); ich obecność jednak może rodzić pewne problemy, dlatego najlepiej ich nie używać, zwłaszcza jeśli można zastosować alternatywne rozwiązania.

- b. Flash – przestarzała technologia, z którą roboty wyszukiwarek do dnia dzisiejszego mają problemy.

- c. SSL (ang. Secure Socket Layer, także znany jako https) – w niektórych przypadkach obecność SSLa wpływa pozytywnie na ranking; jest to niewielki odsetek zapytań;

Możesz przeczytać więcej na [blogu Artefaktu](#) oraz w [oficjalnym zawiadomieniu od Google](#).

- 6. Analiza treści – sprawdzamy ile na stronie jest treści i jakie słowa najczęściej się powtarzają

- a. Liczba słów – podstawowe statystyki tekstu; warto sprawdzić dwie rzeczy:

- i. czy nie mamy znacznie mniej słów niż konkurent,
- ii. czy proporcja tekstu do HTML nie jest zbyt niska (może to świadczyć o skomplikowanej strukturze kodu strony).

- b. Analiza treści – zobaczysz tutaj, jakie słowa najczęściej powtarzają się na monitorowanych stronach. Z analizy wykluczone są spójniki i przyimki.

- 7. Zawartość witryny

- a. Odnośniki – sprawdzamy, ile linków wychodzi z każdej ze stron;

Wszystkie linki możemy podzielić dwojako:

- i. linki wewnętrzne – prowadzą do innych stron w ramach Twojej witryny; linki zewnętrzne – prowadzą do obcych stron internetowych;
- ii. linki zwykłe (dofollow) – linki, które przekazują moc stronom, do których prowadzą; linki nofollow – te odnośniki nie przekazują mocy (ale crawler wyszukiwarki przejdzie do strony docelowej).

Ogólnie linki wewnętrzne w witrynie powinny być linkami dofollow. Linki zewnętrzne, jeśli są opłacone, powinny mieć opcję nofollow. Więcej o opcjach przeczytasz u [nas na blogu](#).

- 8. Rankingi i statystyki – sprawdzamy dane z różnych serwisów, aby pokazać Ci, jak stronę „widzą” takie systemy jak Moz czy Alexa.

9. Social media
10. Szybkość – wpływa dość istotnie zarówno na zadowolenie użytkownika, jak i na SEO. Przeczytaj więcej o [wpływie ładowania strony na wyniki wyszukiwania](#).

Jeśli dodatkowo, prócz stron do analizy, podasz nam słowo kluczowe, podświetlimy je, aby łatwiej było analizować, czy strona jest odpowiednio zbudowana właśnie pod to konkretne słowo.

Tytuł: **YouTube**

! Długość tytułu 8
Impact: 10

Keyword occurrence: youtube

✔ Keyword at beginning of title.

Meta description: W **YouTube** możesz cieszyć się filmami i muzyką, które lubisz, przysyłać oryginalne treści i udostępniać je swoim bliskim, znajomym i całemu światu.

! Długość meta description: 146
Impact: 10

## 2.2. Optymalizator treści stron

W *Optymalizatorze treści* najważniejsze jest słowo kluczowe, pod które chciałbyś daną stronę optymalizować.

encyklopedia

Polski

URL

pl.wikipedia.org

**Typ wyszukiwania**

☐ Dosłownie
☒ Język naturalny
☐ Synonimy

Wybierz tryb wyszukiwania.

Analizuj

którą chcesz sprawdzić. Zwróć także uwagę na poszczególne typy wyszukiwania:

- **Dosłownie** – zaznaczy występujące w treści słowa, które zawierają wybraną frazę dokładnie tak, jak ją wpisałeś; np. encyklopedia.
- **Język naturalny** – zaznaczy także odmiany, np. encyklopedią.
- **Synonimy** – uwzględni wyrazy bliskoznaczne; np. leksykon.

**Uwaga!**

Analiza danych może potrwać do 60 sekund. Pokażemy Ci pasek postępu, abyś wiedział co się właśnie dzieje.



Gdy analiza będzie już gotowa, pierwszy element, jaki zobaczysz, to wyniki wyszukiwania dla analizowanej przez Ciebie frazy. Sprawdzimy, czy podany przez Ciebie adres znajduje się na pozycjach 1-10. Zwróć uwagę na poniższy obrazek – chociaż strona wikipedia.org występuje na słowo „encyklopedia” w wynikach wyszukiwania, to w przypadku tego narzędzia analizujemy pojedyncze adresy URL, a nie całe domeny.

SERP	URL
X	pl.wikipedia.org
1	encyklopedia.pwn.pl
2	pl.wikipedia.org/wiki/Encyklopedia
4	gry-online.pl/encyklopedia-gier.asp
5	portalwiedzy.onet.pl/encyklopedia.html
6	encyklopedia.interia.pl
7	edupedia.pl
8	pl.wiktionary.org/wiki/encyklopedia
9	ptta.pl/pef/index.php?id=hasla_a&lang=pl
10	encysol.pl

Najważniejsze informacje, jakie znajdziesz w tabeli, to:

Wystąpień w treści mojej strony	Wystąpień w treści innych stron	Liczba stron ze słowem
17	4	7

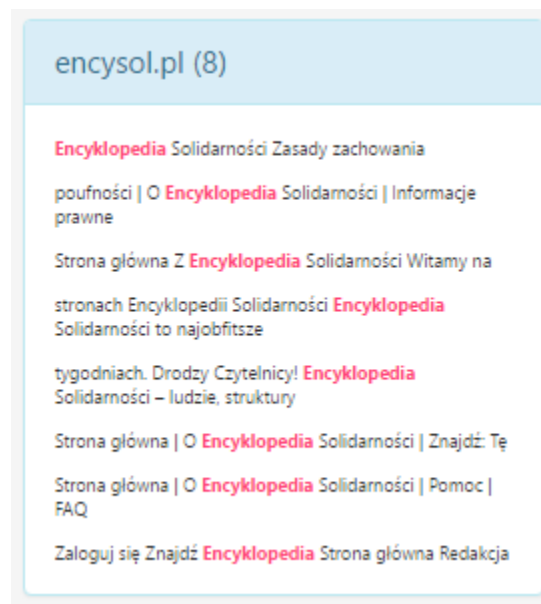
- Liczba wystąpień w treści mojej strony  
Dokładnie tyle razy słowo przez Ciebie podane wystąpiło w treści analizowanej strony.
- Liczba wystąpień w treści innych stron  
Ta liczba to średnia. Bierzemy pod uwagę pozostałe strony widoczne na daną frazę w TOP 10 i sprawdzamy, ile razy słowo wystąpiło na każdej z nich. Następnie wyliczamy wartość przeciętną.
- Liczba stron ze słowem  
Na tylu stronach wystąpiło w treści badane przez Ciebie słowo.

Elementy, na które warto zwrócić uwagę:

1. Badając dopasowanie słowa do strony zwróć uwagę, czy liczba wystąpień jest:
  - a. rażąco niższa niż u TOPowej konkurencji,
  - b. rażąco wyższa, zwłaszcza jeśli słowa zastosowane są w nienaturalnym kontekście (widziałeś pewnie nie raz teksty, które bardziej wyglądają na dzieło robota niż człowieka – to właśnie ten nienaturalny kontekst, inaczej „upychanie” słów kluczowych).

Obie te sytuacje mogą być niekorzystne dla analizowanej strony.

2. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej, jak zastosowane jest dane słowo, kliknij po prostu w interesujący Cię box:



3. Zazwyczaj (pomijając rzadkie przypadki) Google wyświetla tylko jedną podstronę serwisu na jedno słowo kluczowe. Jeśli więc masz np. dwie strony zoptymalizowane pod dane słowo, to mimo lepszego dopasowania niż strony konkurencji, nadal pokaże się tylko jedna z nich.

## 2.3. Audyt kontentu

Dzięki temu narzędziu możesz sprawdzić swoją stronę oraz strony Twoich konkurentów.

The screenshot shows the SEMSTORM search tool interface. It includes a search bar at the top with the word 'kredyt' entered. Below the search bar are several configuration sections: 'Typ wyszukiwania' (Search type) with radio buttons for 'Dosłownie' (Selected) and 'Język naturalny'; 'Wersja strony' (Page version) with radio buttons for 'Desktop' (Selected) and 'Mobile'; 'Ignoruj tagi' (Ignore tags) with checkboxes for 'Span', 'Dekoracja tekstu', 'Tabele', 'Puste tagi', 'Listy', 'Paragrafy', and 'Odnośniki'; and 'Usuń pojedyncze zdania' (Remove single sentences) with radio buttons for 'Tak' and 'Nie' (Selected). At the bottom, there is a text area for 'Adresy url' (URLs) containing two example URLs, and a green 'Analizuj' (Analyze) button. Red boxes and numbers 1 through 6 highlight specific elements: 1. Search bar, 2. Search type section, 3. Page version section, 4. Ignore tags section, 5. Remove single sentences section, and 6. URL list section.

Formularz jest tutaj nieco bardziej rozwinięty niż w pozostałych narzędziach audytowych, dzięki czemu możesz dopasować analizę do swoich potrzeb.

1. Pole wpisania słowa kluczowego, które chcesz przeanalizować.
2. Typ wyszukiwania:
  - a. **Dosłownie** – zaznaczy występujące w treści słowa, które zawierają wybraną frazę dokładnie tak, jak ją wpisałeś; w naszym przypadku zaznaczy tylko „kredyt”.
  - b. **Język naturalny** – zaznaczy także odmiany, np. „kredytu”, „kredytem”, „kredycie”.
  - c. **Synonimy** – uwzględni wyrazy bliskoznaczne; np. „pożyczka” i „dług”.
3. Wersja strony – jeśli zaznaczysz, aby sprawdzać wersję mobilną, której strona nie posiada, sprawdzimy dla Ciebie podstawową wersję na komputery. Gdy analizowana strona ma wersję mobilną – prześwietlimy właśnie ją.
4. Ignoruj tagi – możesz określić, jak ma być analizowany tekst.

Posłużmy się przykładem:



Dobre, wartościowe opisy produktów wpływają ponadto pozytywnie na widoczność strony w wyszukiwarce. Google, podobnie jak internauta, potrafi je docenić. Oczywiście, nie zapominaj o optymalizacji treści pod kątem SEO, w tym o doborze optymalnych fraz kluczowych:

<https://pl.semstorm.com/blog/jak-dobierac-slowa-kluczowe-na-strone>.

Więcej o optymalizacji contentu przeczytasz w jednej z kolejnych części cyklu o [content marketingu](#).

### Jak możesz wzbogacić opis produktu?

Jeśli nie jesteś w stanie stworzyć unikalnych opisów dla wszystkich produktów na stronie, wprowadź pewne urozmaïcenia. Na stronach produktowych warto:

- umożliwić klientom wystawianie ocen i opinii,
- wyświetlać linki do podobnego asortymentu,
- zbierać i udostępniać informacje zebrane od klientów – wady, zalety bądź informację o tym, ile osób poleca dany produkt.

Na obrazku powyżej mamy następujące elementy tekstu:

- paragrafy – ciągłe bloki tekstu, z których każdy powinien stanowić rozwinięcie konkretnej myśli,
- linki – oznaczone na niebiesko i prowadzące do innych miejsc w internecie,
- listę nieuporządkowaną.

Jeśli więc nie zaznaczysz opcji „Ignoruj odnośniki”, tekst w naszej analizie zostanie podzielony na składowe – wszystko, co znajduje się przed odnośnikiem, zostanie potraktowane jako jeden blok semantyczny, a to, co za odnośnikiem – jako drugi. I tak dla każdego z linków.

#### 5. Usuwać pojedyncze zdania

Pojedyncze, niepełne zdania mogą występować np. w menu, okruszkach (breadcrumbs), elementach menu czy podpisach pod obrazkami i tabelami. To, czy warto je ignorować czy nie, zależy od tego, jakie strony analizujesz i jak zaprojektowana jest na nich treść – jeśli więc w analizie widzisz dużo niewiele wnoszących krótkich sformułowań, podobnych do tych na obrazku po prawej stronie, rozważ wyłączenie pojedynczych zdań.

AWS & Cloud Computing  
Solutions  
Products

#### 6. Adresy URL

- Jeśli podasz nam adresy samodzielnie (każdy musi być w osobnej linii), przeprowadzimy analizę tylko tych podanych adresów.
- Gdy zostawisz to pole puste – pobierzemy pierwsze 10 wyników wyszukiwania i przeprowadzimy dla nich analizę.

Sprawdźmy teraz poszczególne elementy analizy:

Sekcja **Słowa kluczowe** mówi o tym, w ilu kluczowych elementach znajduje się poszukiwane przez Ciebie słowo kluczowe (z odmianami lub synonimami, jeśli wybrałeś taką opcję):

	wiadomosci.onet.pl			tvn24.pl			wiadomosci.dziennik.pl		
Słowa kluczowe	Pole	Dopasowania	Dopasowania dosłowne	Pole	Dopasowania	Dopasowania dosłowne	Pole	Dopasowania	Dopasowania dosłowne
	Tytuł	3	3	Tytuł	1	1	Tytuł	1	1
	Opis	2	2	Opis	1	1	Opis	0	0
	H1	1	1	H1	0	0	H1	0	0
	H2	0	0	H2	0	0	H2	3	1
	H3	0	0	H3	0	0	H3	1	1
	H4	0	0	H4	0	0	H4	0	0
	H5	0	0	H5	0	0	H5	0	0
	Zawartość	23	23	Zawartość	1	1	Zawartość	6	4
	Found keywords: wiadomości			Found keywords: wiadomości			Found keywords: wiadomości, wiadomość		

W sekcji **Treść** znajdziesz kilka istotnych podsumowań:

Podsumowanie tekstu	
Dana	Wartość
Słów unikalnych	993
Ilość liter	13360
Liczba słów	1877
Słów długich	292
Ilość sylab	3059
Ilość zdań	85

Trudność czytania tekstu	
Dane	Wartość
Poziom trudności	23.1
Skala Flesh-Kinkaid	43.7
Złożoność	47.1%

Trudność czytania wpływa na odbiór Twojego tekstu. Im tekst jest trudniejszy i bardziej złożony, tym ciężiej przeciętnemu czytelnikowi przyswoić jego zawartość. Jeśli analizujesz teksty specjalistyczne, tworzone dla ekspertów z danej dziedziny, trudność czytania powinna być wyższa. Natomiast artykuły kierowane do nieznannej publiczności lub dla użytkowników początkujących należy zredagować w taki sposób, aby poziom trudności tekstu nie był zbyt wysoki.

Więcej o skali Flesh-Kinkaid możesz przeczytać w Wikipedii ([wersja angielska](#), [okrojona wersja polska](#)). Na niej opierają się wszystkie wskaźniki prezentowane w tej sekcji.

Stopnie trudności	
Algorytm	Wartość
Średnia wartość	8.2
SMOG index	8.6
Automated readability index	2.5
Coleman-Liau index	12
Dale-Chall readability	10
Flesh-Kincaid grade level	7.6
Gunning-Fog score	8.6

### Uwaga!

Aby zobaczyć powyższy element, musisz kliknąć w nagłówek „Stopnie trudności”. Dane, które tutaj prezentujemy to dane mocno techniczne, dlatego domyślnie są ukryte.



Do oceny stopnia trudności tekstu wykorzystujemy różne algorytmy. Następnie sprowadzamy je do wspólnej podstawy, aby wyliczyć średnią liczbę lat edukacji, niezbędnych do bezproblemowego zrozumienia całego tekstu przez czytelnika.

Więcej o poszczególnych algorytmach znajdziesz na (źródła w języku angielskim):

- SMOG index: <https://en.wikipedia.org/wiki/SMOG>
- Automated readability index: [https://en.wikipedia.org/wiki/Automated\\_readability\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Automated_readability_index)
- Coleman-Liau index: [https://en.wikipedia.org/wiki/Coleman%E2%80%93Liau\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Coleman%E2%80%93Liau_index)
- Dale-Chall readability: [https://en.wikipedia.org/wiki/Dale%E2%80%93Chall\\_readability\\_formula](https://en.wikipedia.org/wiki/Dale%E2%80%93Chall_readability_formula)
- Flesh-Kincaid grade level: [https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid\\_readability\\_tests](https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid_readability_tests)
- Gunning-Fog score: [https://en.wikipedia.org/wiki/Gunning\\_fog\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Gunning_fog_index)

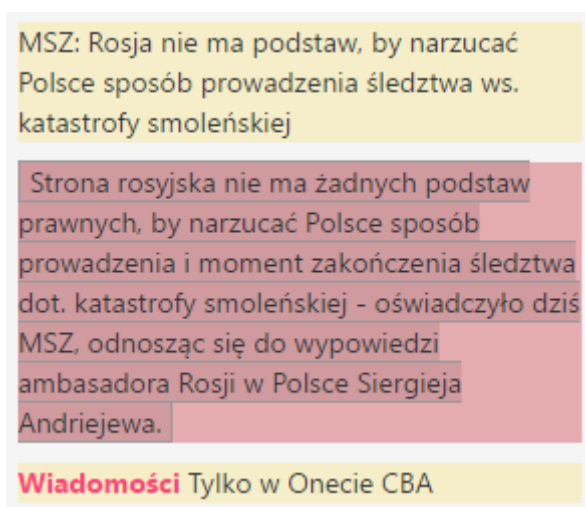
Kolejne trzy sekcje, tj. **frazy jednowyrazowe, dwuwyrazowe i trzywyrazowe** prezentują, jakie słowa i związki słów najczęściej powtarzają się na analizowanych stronach.

Zadaniem kolejnych sekcji, tzn. od **Tytułu** do **H6** jest wyróżnienie, gdzie i w jakim kontekście znajdują się najważniejsze słowa w następujących elementach HTML:

- Znacznik `<title>` w `<head>`
- Znacznik meta description
- Nagłówki HTML od `<h1>` do `<h6>`

Tytuł	Dopasowania : 3 Dopasowania dosłowne : 3 <b>Wiadomości</b> - <b>Wiadomości</b> w Onet - Najnowsze i Najważniejsze <b>Wiadomości</b> z Kraju i Świata
Opis	Dopasowania : 2 Dopasowania dosłowne : 2 <b>Wiadomości</b> w Onet - Najnowsze i Najważniejsze <b>Wiadomości</b> z Kraju i Świata
H1	Dopasowania : 1 Dopasowania dosłowne : 1 <b>Wiadomości</b>

Następna sekcja, **Zawartość**, prezentuje analizę tekstu występującego na stronie (poza elementami omówionymi powyżej). Znajdziesz w niej następujące oznaczenia:



- Szarą ramką zaznaczone są długie zdania, mogące wpływać na czytelność tekstu.
- Żółte tło wskazuje na elementy ze średnim FOG index (wymagającym edukacji minimum licealnej).
- Czerwone tło cechuje teksty o wysokim FOG index (takie, które według algorytmu wymagają wyższej edukacji, aby bezproblemowo przyswoić ich treść).
- Na różowo zaznaczone jest w treści analizowane słowo.

Ogólnie, jeśli tekst nie jest kierowany do grona ekspertów, warto zwracać uwagę na długie zdania i czerwone oznaczenia.

### 3. Narzędzia treści

#### Uwaga!

Narzędzia treści znajdują się aktualnie w wersji beta i pracujemy nad wyeliminowaniem wszystkich błędów.



#### 3.1. Analiza tekstu

Narzędzie analizy tekstu zaznacza między innymi błędy ortograficzne, fleksyjne, składniowe czy frazeologiczne. Wskazuje brakujące znaki interpunkcyjne takie jak niesparowane symbole, np. otwarty i niezamknięty nawias czy niepoprawnie użyte myślniki kontra dywizy. Oznacza także pleonazmy i kalki językowe.

Aby zacząć analizę, wystarczy wkleić wybraną treść wprost do formularza narzędzia.



## Uwaga!

Maksymalna długość tekstu, jaką możesz umieścić w formularzu, to 250 000 znaków (ze spacjami). W zależności od użytego formatowania to około 120 stron tekstu w Wordzie, w formacie A4 lub średniej wielkości książki.

Kliknij w tekst, aby go edytować lub w podkreślone części tekstu, aby wybrać poprawną formę z podpowiedzi.

Wyczyść wszystko
 Zamknij podpowiedzi
 Sprawdź

Karl May (spolszczone Karol May) jest znany wszem i wobec. Czy jednak wiesz, jak układało się życie pisaża?

Karl May pochodził z ubogiej rodziny tkackiej. Do piontego roku życia był niewidomy, odzyskał wzrok dzięki operacji. Początkowo poszedł po najmniejszej linii oporu i pracował jako nauczyciel, jednak ze względu na popełnione pod rząd wykroczenia został zwolniony z pracy. Popadał w konflikty z prawem, na skutek których kilka razy trafił do więzienia, głównie za drobne kradzieże. Właśnie w więzieniu odkrył swój talent pisarski. Po wyjściu na wolność (1874) podjął pierwsze poważniejsze próby literackie. W roku 1875 przybył do Drezna i pracował jako redaktor. W roku 1877 został etatowym pisarzem. Na początku swojej drogi literackiej, pisarz tworzył tzw. powieści brukowe ukrywając się pod pseudonimami, np. Capitain Ramon Diaz de la Escosura. Najbardziej znaną powieścią z tego wczesnego okresu twórczości jest Leśna Różyczka.

Znormalizowane strony maszynopisu: **0.5** Liczba znaków (bez spacji): **786** Liczba znaków: **926** Liczba słów: **139**

W tekście znajdziesz następujące oznaczenia:

- Niebieskie podkreślenie wskazuje błędy interpunkcyjne.
- Beżowe podkreślenie oznacza słowa, których nie znaleziono w słowniku; najczęściej są to literówki, zapożyczenia lub nazwy własne.
- Czerwone podkreślenie sygnalizuje błędy ortograficzne i inne (np. frazeologiczne).
- Szarym tłem zaznaczone są długie zdania, mogące wpływać na czytelność tekstu.
- Żółte tło wskazuje elementy ze średnim FOG index (wymagającym edukacji minimum licealnej).
- Czerwone tło cechuje teksty o wysokim FOG index (takie, które według algorytmu wymagają wyższej edukacji, aby bezproblemowo przyswoić ich treść).

- **Wskazówka:**

Tekst możesz edytować bezpośrednio w narzędziu. Zmień problematyczne elementy samodzielnie lub kliknij w podkreślone części zdań, aby wybrać poprawkę z naszych podpowiedzi.



Kliknij w tekst, aby go edytować lub w podkreślone części tekstu, aby wybrać poprawną formę z podpowiedzi.

Wyczyść wszystko Zamknij podpowiedzi Sprawdź

Karl May (spolszczone Karol May) jest znany wszem i wobec. Czy jednak wiesz, jak układało się życie pisaży?

Karl May pochodził z ubogiej rodziny. Dzięki operacji. Początkowo poszedł do szkoły. Wzrostł i stał się silniejszy. Względem na popełnione pod rząd w więzieniu odkrył swój talent pisarski. Po wyjściu na wolność (1874) podjął pierwsze poważniejsze próby literackie. W roku 1875 przybył do Drezna i pracował jako redaktor. W roku 1877 został etatowym pisarzem. Na początku swojej drogi literackiej, pisarz tworzył tzw. powieści brukowe ukrywając się pod pseudonimami, np. Capitain Ramon Diaz de la Escosura. Najbardziej znaną powieścią z tego wczesnego okresu twórczości jest Leśna Różyczka.

Błąd frazeologiczny

Ten związek frazeologiczny ma prawidłową postać "wszem wobec".

Zamień na: **wszem wobec**

Znormalizowane strony maszynopisu: 0.5 Liczba znaków (bez spacji): 786 Liczba znaków: 926 Liczba słów: 139

Na dole edytora prezentujemy najważniejsze statystyki tekstu:

- Liczbę znormalizowanych stron maszynopisu (jedna znormalizowana strona ma 1800 znaków)
- Liczbę znaków bez spacji
- Całkowitą liczbę znaków (ze spacjami, enterami itd.)
- Sumaryczną liczbę wszystkich słów.



Na górze strony, w kolumnie po prawej, znajdziesz ocenę tekstu w skali od 1 do 5. „Jedynka” to bardzo trudny tekst, wymagający dużej wiedzy. „Piątka” oznacza, że treść jest łatwa do zrozumienia dla każdego.

Poziom zrozumienia tekstu

2/5

Ten tekst jest trudny do zrozumienia. Wymaga wyższego wykształcenia lub eksperckiej wiedzy. Jeśli planujesz opublikować go dla szerokiej publiczności (np. umieścić artykuł w internecie) postaraj się go uprościć.

Poziom zrozumienia tekstu

4/5

Ten tekst jest zrozumiały dla absolwentów technikum/liceum. Możesz bez problemu publikować taki tekst w internecie, dla szerokiej publiczności.

! W tym tekście znaleźliśmy wiele błędów. Sprawdź je jeszcze raz przed opublikowaniem tekstu.

Zwróć uwagę, czy pod oceną widnieje ostrzeżenie o dużej liczbie błędów występujących w tekście. Przed publikacją sprawdź, czy wszystkie nieprawidłowości zostały wyeliminowane.

W legendzie (również po prawej stronie) znajdziesz nie tylko objaśnienia. Kolorowe pola z liczbami informują, ile błędów każdego rodzaju znaleźliśmy w Twoim tekście.

Kolor czerwony oznacza, że mankamentów danego typu jest za dużo.

Pomarańczowy - podpowiada, że warto jeszcze raz przyrzeć się treści i być może uprościć niektóre konstrukcje.

Zielony – świadczy o tym, że błędy w tekście nie wystąpiły, albo jest ich niewiele.

Kolor niebieski ma funkcję wyłącznie informacyjną.

Legenda	
Kliknij w podkreślone części tekstu, żeby otrzymać dodatkowe podpowiedzi.	
<b>Długie zdanie</b>	14
Zdania dłuższe niż 16 słów.	
<b>Błąd interpunkcyjny</b>	6
Błędy interpunkcyjne w tekście.	
<b>Nieznane słowa</b>	8
Te słowa nie występują w słowniku. Mogą to być literówki lub nazwy własne.	
<b>Błąd pisowni</b>	18
Błędy w tekście	
<b>Wysoki indeks FOG</b>	3
Zaznaczone akapity mogą być trudne do zrozumienia. Wymagają przynajmniej podstawowej znajomości poruszanego tematu.	
<b>Bardzo wysoki indeks FOG</b>	1
Zaznaczone akapity mogą być bardzo trudne do zrozumienia. Wymagają dobrej znajomości tematyki i skupienia.	








## 3.2. Statystyki tekstu

Aby zacząć analizę, wystarczy wkleić wybraną treść wprost do formularza narzędzia.

### Uwaga!
















Maksymalna długość tekstu, jaką możesz umieścić w formularzu, to 250 000 znaków (ze spacjami). W zależności od użytego formatowania to około 120 stron tekstu w Wordzie, w formacie A4 lub średniej wielkości książka.



Poziom trudności	Wartość
▼ Wynik	 35.4
 Flesch-Kincaid reading ease 	 55.6
 Complexity factor (Lexical Density) 	 36.3%

Do oszacowania poziomu trudności tekstu używamy następujących algorytmów:

- [https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid\\_readability\\_tests](https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid_readability_tests)
- Lexical Density – to algorytm, który uwzględnia stosunek unikalnych słów w tekście do wszystkich słów oraz stosunek słów znaczących (rzeczowniki, przymiotniki, większość czasowników i większość przysłówków) do nieznaczących (zaimki, przyimki, spójniki, czasowniki pomocnicze – być, mieć, niektóre przysłówki, określniki i wykrzykniki). Zazwyczaj im bardziej akademicki i ekspercki tekst, tym więcej ma unikalnych słów i słów znaczących, teksty niespecjalistyczne mają te stosunki niższe, a najniższe występują w słowie mówionym.

 <b>Stopnie trudności</b> 	
	<b>Wartość</b>
▼ Średnia wartość	 7.3
SMOG index 	 7.6
Automated readability index 	 1.7
Coleman-Liau index 	 11.1
Dale-Chall readability score 	 10
Flesch-Kincaid grade level 	 6
Gunning-Fog score 	 7.6

Do oceny stopnia trudności tekstu wykorzystujemy różne algorytmy. Następnie sprowadzamy je do wspólnej podstawy, aby wyliczyć średnią liczbę lat edukacji, niezbędnych do bezproblemowego zrozumienia całego tekstu przez czytelnika.

Więcej o poszczególnych algorytmach znajdziesz na (źródła w języku angielskim):

- SMOG index: <https://en.wikipedia.org/wiki/SMOG>
- Automated readability index: [https://en.wikipedia.org/wiki/Automated\\_readability\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Automated_readability_index)
- Coleman-Liau index: [https://en.wikipedia.org/wiki/Coleman%E2%80%93Liau\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Coleman%E2%80%93Liau_index)
- Dale-Chall readability: [https://en.wikipedia.org/wiki/Dale%E2%80%93Chall\\_readability\\_formula](https://en.wikipedia.org/wiki/Dale%E2%80%93Chall_readability_formula)
- Flesch-Kincaid grade level: [https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid\\_readability\\_tests](https://en.wikipedia.org/wiki/Flesch%E2%80%93Kincaid_readability_tests)
- Gunning-Fog score: [https://en.wikipedia.org/wiki/Gunning\\_fog\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Gunning_fog_index)

Statystyki	Wartość
▼ Słowa/zdania	609/43
Liczba liter	4251
Liczba słów	609
Liczba zdań	43
Average words per sentence	14.16
Średnia ilość sylab na słowo	2.17
Procent wystąpień słów długich	14.61
Frazy jednowyrazowe	49
Frazy dwuwyrazowe	12
Frazy trzywyrazowe	3

W tabeli powyżej prezentujemy podstawowe statystyki analizowanego tekstu. Słowem wyjaśnienia: w języku polskim za wyrazy długie uznaje się te mające 4 lub więcej sylab.

#### Frazy dwuwyrazowe

Słowo kluczowe	Wystąpienia	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy
deep purple	5	14 800		0.24, PLN	
jon lord	5	590		0.43, PLN	
ian paice	4	0		0, PLN	
rod evans	3	90		0, PLN	
placki ziemniaczane	3	74 000		0.09, PLN	
ziemniaczane bez	3	0		0, PLN	

W trakcie analizy sprawdzamy także najczęściej występujące w treści frazy jednowyrazowe, dwuwyrazowe oraz trzywyrazowe wraz z ich podstawowymi parametrami, takimi jak liczba wyszukiwań, CPC i Trendy (aby je zobaczyć, należy włączyć *Tryb zaawansowany* w lewym dolnym rogu strony).

Ogólnie, jeśli w przesłanym przez Ciebie tekście wyznaczone zostaną wyrazy, które nie opisują dobrze tekstu, warto pomyśleć o jego przebudowie i uwzględnieniu większej liczby słów znaczących, powiązanych z opisywanym tematem.

## 4. Pozostałe narzędzia

### Uwaga!

Narzędzia wymienione w tej sekcji dostępne są od pakietu Business.



### 4.1. Parametry domen

**Domeny**

wikipedia.org  
youtube.com  
amazon.co.uk  
facebook.com

Wprowadź domeny, każda w nowej linii.

**Typ danych**  
☒ Naturalne ☐ Płatne

🔍 Analizuj

Wystarczy, że wpiszesz nazwy domen (każdy adres w osobnej linii) oraz wybierzesz datę, a pokażemy Ci podstawowe parametry domen.

### Uwaga!

Jednocześnie możesz porównać maksymalnie 100 domen.



Subdomena	Słowa kluczowe	Słowa w TOP 10	Ruch	
youtube.com	12 474 760	6 447 505	73 131 615	
wikipedia.org	10 122 609	6 207 917	118 531 935	
facebook.com	9 062 546	3 532 058	119 631 424	
amazon.co.uk	1 884 313	163 509	236 364	

**Wskazówka:**

Jeśli interesuje Cię niewielka liczba stron do porównania naraz (do 5), wykorzystaj **Analizę stron** i dodaj jedną stronę główną oraz 4 konkurentów. W panelu informacyjnym umieszczamy więcej danych niż w narzędziu **Parametry domen**.



## 4.2. Parametry słów kluczowych

kredyt  
kredyt hipoteczny

Polski

Wprowadź zestaw słów kluczowych, każde w nowej linii. Maksimum 100.

Analizuj

Po wpisaniu słów kluczowych (każde słowo w nowej linii) zaprezentujemy Ci podstawowe parametry tych słów w dopasowaniu ścisłym:

Słowo kluczowe: 
Płatna konkurencyjność od  to 
CPC from  to 
Trendy: Wszystkie
Elementów na stronę: 25

Słowo kluczowe	Wyszukiwania	Płatna konkurencja	CPC	Trendy	Podgląd SERP
rowery	40 500		0,6 PLN		
kredyt hipoteczny	33 100		7 PLN		
kredyt bank	18 100		7 PLN		
kredyt	9 900		10 PLN		
kolarstwo	8 100		0,4 PLN		