

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Teze diplomové práce

SEO a zvyšování návštěvnosti

Bc. Tomáš Pohnert

© 2015 ČZU v Praze

SEO a zvyšování návštěvnosti

Souhrn

Tato práce se zabývá problematikou optimalizace webových stránek pro vyhledávač Google z hlediska nejnovějších úprav vyhledávacího algoritmu. V posledních letech došlo k výrazným změnám ve způsobu a hodnocení webových stránek, a proto některé dříve běžné postupy mohou mít v celkovém pohledu na postavení webové prezentace ve výsledcích vyhledávání negativní dopad.

Teoretická část práce pracuje zejména s aktuálními informacemi o možnostech optimalizace webových stránek pro vyhledávače a porovnává je s postupy, které mohly být aplikovány v nedávné minulosti. Identifikuje případná rizika, která by mohla vzniknout použitím neaktuálních postupů z hlediska SEO.

Praktická část na případové studii analyzuje stávající postupy optimalizace webových stránek na základě poznatků uvedených v teoretické části. Dílčí část se zaměřuje na možnosti podpůrné propagace pro e-shop s cílem zvýšení zájmu uživatelů.

Klíčová slova: SEO, web, e-shop, optimalizace, propagace

Cíl práce

Hlavním cílem práce je popsat aktuální problematiku optimalizace webových stránek pro vyhledávače (SEO) a porovnat ji s postupy, které bylo vhodné aplikovat v nedávné minulosti. Výsledkem je identifikace případných ohrožení webové prezentace z hlediska SEO, ke kterému může dojít aplikací neaktuálních postupů.

Dílčím cílem práce je charakterizovat základní doporučené principy SEO se zaměřením na vyhledávač Google, a vytvořit přehled vhodných možností placené propagace pro e-shop.

Metodika

Řešení problematiky diplomové práce bude založeno na studiu a analýze odborných informačních zdrojů. Praktická část práce bude zaměřena na vypracování případové studie analyzující stávající možnosti optimalizace pro vyhledávače a provedení identifikace případných ohrožení webové prezentace z hlediska SEO, ke kterému může dojít aplikací neaktuálních postupů. Dílčím výsledkem bude vytvoření přehledu vhodných možností placené propagace pro e-shop. Dosažené výsledky budou analyzovány.

Na základě syntézy teoretických poznatků a výsledků praktické části práce budou formulovány závěry diplomové práce.

Struktura práce

Teoretická část práce analyzuje vnitřní algoritmus vyhledávače Google od jeho počátku až do současné verze. Sleduje jednotlivá vývojová stádia a na základě získaných informací upravuje aktuální pohled na některé postupy, které byly v minulosti přínosné, ale jejich aktuální použití může být nevhodné. Popisuje hlavní body optimalizace webových stránek pro vyhledávače, a za pomoci přímých doporučení vydávaných společnostmi Google (Webmaster Guidelines) sestavuje ucelený seznam důležitých postupů, které je třeba začlenit do webové prezentace. Mezi hlavní nedávné změny patří hlavně hodnocení responzivity a rychlosti načítání stránek. Obojí je v důsledku masového rozšíření chytrých telefonů, kde je potřeba obsah zobrazit na zařízeních s různou úhlopříčkou (rozlišením) a také dostatečně rychle i v případech pomalého připojení. Novinkou je i minimalizace přínosu za název domény, kdy některé jednoslovné názvy byly velmi obtížně překonatelné, přestože stránka neměla dostatečnou kvalitu. Zároveň zdůrazňuje některé nevhodné a zakázané metody (Black Hat SEO), které v konečném výsledku stránku spíše poškodí. Teoretické informace z této části byly použity jako základ pro řešení případové studie.

Pro případovou studii byl zvolen e-shop s prodejem luxusních psacích potřeb značky Parker. Tvorba e-shopu nebyla primárním předmětem práce, ale šlo jen o jeho využití na demonstrování některých postupů pro optimalizaci a zvyšování návštěvnosti. Měření návštěvnosti probíhalo po celou dobu za využití nástroje Google Analytics a podpůrný nástroj k optimalizaci byl Google Webmaster Tools.

Po základním nastavení e-shopu a jeho uvedení do modelového provozu byl web registrován do vyhledávače Google pomocí nástroje Google Webmaster Tools. Po několika dnech od indexace bylo možné stránku dohledat pomocí vyhledávacího dotazu „parkershop.cz“, ovšem na cílovou frázi „pera parker“ bylo postavení velice slabé. V první dvouměsíční fázi byl web ponechán bez dalších úprav a následně vyhodnoceny statistiky návštěvnosti. Za první období byla stránka navštívena mimo autora pouze 3 krát. Navíc ze zahraničí a pravděpodobně se jednalo o vyhledávací roboty. Z tohoto výsledku je zcela zřejmé, že pouhé přidání odkazu do katalogu je nedostatečné.

V druhé fázi byla funkčnost a nastavení porovnána s doporučeními z teoretické části. Byla otestována responzivita a rychlost načítání stránky pomocí nástrojů společnosti Google, a také provedena indexace kompletní struktury webu pomocí souboru sitemap.xml.

Po několika dalších menších úpravách byl web opět ponechán bez dalšího zásahu. Protože veškeré interní procesy s obnovením indexu trvají delší dobu, byla tato fáze v délce 3 měsíců. V tomto období byla stránka navštívena 39 uživateli a mimo autora se s největší pravděpodobností jednalo opět pouze o roboty se zahraničními přístupy. Návštěvnost ale byla výrazně vyšší, než v prvním případě. Výsledek na klíčovou frázi „pera parker“ byl stále velmi špatný, ale na některé nabízené produkty byla stránka výborně umístěna na 22. místě. Pro lepší výsledky by byla nutná podrobnější analýza konkurence a také delší aktivní doba na trhu.

Ve třetí fázi bylo použito několik postupů podpůrné propagace. Nejprve došlo k vytvoření k prezentace na sociální síti Facebook. Odkazy ze sociálních sítí jsou kvalitně hodnoceny ze strany vyhledávačů. Navíc se dá snadno využít k rozšíření mezi přátele a jejich přátele. Poté následovala nejdůležitější činnost veškerého zlepšování postavení ve vyhledávači a návštěvnosti - linkbuilding, tvorba zpětných odkazů. Zpětný odkaz je něco jako citace knihy v odborném článku. Značí, že zde uvedené informace jsou kvalitní a dále použitelné. Odkaz na modelovou stránku byl vložen na několik diskuzních fór týkajících se tématu společně s komentářem tak, aby se nejednalo přímo o zakázanou metodu. Reakce byla rychlá a během následujících 3 dnů bylo dosaženo 44 návštěv, možných budoucích zákazníků. Pokud by se jednalo o aktivní vlákna, mohla být návštěvnost vyšší a dlouhodobější.

Poslední část se zabývala metodami placené propagace. Nejprve byla využita možnost reklamních bloků na sociální síti Facebook. Jednodenní reklamní kampaň za cenu 126 Kč měla 5011 zobrazení a 30 prokliků. Nástroj Google Analytics ale naměřil pouze 14 návštěv, což je dáno způsobem započítávání návštěv až na konci stránky. Druhým způsobem bylo využití reklamní kampaně společnosti Google. Ta s denním rozpočtem 100 Kč zobrazovala reklamní blok ve výsledcích vyhledávání. Za tři dny došlo k 12 návštěvám. Reklama na sociálních sítích má obecné cílení, kampaň ve vyhledávači přináší návštěvníky s opravdovým zájmem o nabízené produkty. V ostrém provozu by autor doporučil dražší kampaň na úrovni 500 Kč na den od vyhledávače Google. Jako podporu by využil i dnes velmi oblíbeného srovnávače zboží Heureka.cz.

V porovnání s reklamou je investice do SEO jednorázově dražší, ale má dlouhodobý efekt v podobě kontinuální návštěvnosti po delší časové období. Placená reklama přináší návštěvníky ihned, ale pouze po dobu, po kterou je kampaň financována. Po jejím skončení se návštěvnost vrátí na hodnoty podobné těm, které byly před kampaní.

Z ekonomického hlediska je vhodné a autorem doporučené zvážit investici do profesionální analýzy a návrhu SEO dle aktuálních postupů. Nevhodně aplikované postupy mohou mít negativní dopad na návštěvnost a potenciální zákazníky, kteří využijí služeb konkurence. Naopak při jednorázové investici do modernizace SEO se očekává rychlá návratnost a budoucí progresivní ekonomický vývoj společnosti.

Seznam použitých zdrojů

15 Tips to Speed Up Your Website (2012), [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/15-tips-to-speed-up-your-website> [8 Spr 2015].

Adams, R. (2013a) *SEO black book: learn the secrets to Google search engine optimization*, CreateSpace Independent Publishing Platform, ISBN 978-1-48-266516-1.

Adams, R. (2013b) *SEO white book: the organic guide to Google search engine optimization*, CreateSpace Independent Publishing Platform, ISBN 978-1-48-481508-3.

An update to our search algorithms (2012), [online], dostupné z: <http://insidesearch.blogspot.cz/2012/08/an-update-to-our-search-algorithms.html> [12 Črc 2015].

Another step to reward high-quality sites (2012), [online], dostupné z: <http://insidesearch.blogspot.cz/2012/04/another-step-to-reward-high-quality.html> [12 Črc 2015].

Bahajji, Z. a Illyes, G. (2014) *HTTPS as a ranking signal*, [online], dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2014/08/https-as-ranking-signal.html> [22 Srp 2015].

Battele, J. (2005) *GOOGLE UPDATE "BOURBON"*, [online], dostupné z: http://battellemedia.com/archives/2005/06/google_update_bourbon.php [12 Črc 2015].

Being bad to your customers is bad for business (2010), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2010/12/being-bad-to-your-customers-is-bad-for.html> [12 Črc 2015].

Beyond Instant results: Instant Previews (2010), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2010/11/beyond-instant-results-instant-previews.html> [12 Črc 2015].

Butters, K. (2014) *How One Guest Post Link Can Get You a Penalty*, [online], dostupné z: <http://www.markitwrite.com/one-bad-link-can-get-penalty/> [22 Srp 2015].

Cloaking (n. d.), [online], dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/66355?hl=en> [22 Srp 2015].

Cutts, M. (2005) *What's an update?*, [online], dostupné z: <https://www.mattcutts.com/blog/whats-an-update/> [12 Črc 2015].

Čápka, D. (2014a) *SEO - Další algoritmy Google a linkbuilding*, [online], dostupné z: <http://www.itnetwork.cz/html-css/seo/seo-optimalizace-webu-pro-vyhledavace-google-algoritmy/> [9 Srp 2015].

Čápka, D. (2014b) *SEO - Princip internetových vyhledávačů a Google PageRank*, [online], dostupné z: <http://www.itnetwork.cz/html-css/seo/seo-optimalizace-webu-pro-vyhledavace-google-pagerank> [9 Srp 2015].

Dawson, K. (2014) *Local Search Results Affected as Google Pigeon Update Hits*, [online], dostupné z: <http://www.fatmedia.co.uk/blog/local-search-results-affected-as-google-pigeon-update-hits-uk/> [12 Črc 2015].

Diagram znalostí (n. d.), [online], dostupné z: <https://www.google.com/intl/cs/insidesearch/features/search/knowledge.html> [18 Črc 2015].

Doorway page (n. d.), [online], dostupné z: <http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/doorway-page/> [22 Srp 2015].

Dover, D. a Dafforn, E. (2012) *SEO optimalizace pro vyhledávače profesionálně*, Brno, Zoner Press, ISBN 978-80-7413-172-1.

Far, P. (2012) *Recommendations for building smartphone-optimized websites*, [online], dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.ca/2012/06/recommendations-for-building-smartphone.html> [19 Črc 2015].

Fishkin, R. (2005) *Todd, Greg & Matt Cutts on WebMasterRadio*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/todd-greg-matt-cutts-on-webmasterradio> [12 Črc 2015].

Fishkin, R. (2009) *Canonical URL Tag - The Most Important Advancement in SEO Practices Since Sitemaps*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/canonical-url-tag-the-most-important-advancement-in-seo-practices-since-sitemaps> [12 Črc 2015].

Fishkin, R. (2011) *Google's Farmer/Panda Update: Analysis of Winners vs. Losers*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/googles-farmer-update-analysis-of-winners-vs-losers> [12 Črc 2015].

Friendly URL (2011), [online], dostupné z: http://techterms.com/definition/friendly_url [21 Črv 2015].

Gajdica, L. (2015) *Co je to SEO? Definice slova SEO pro naprosté laiky*, [online], dostupné z: <http://www.meverest.cz/co-je-seo/> [8 Lis 2015].

Giving you fresher, more recent search results (2011), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2011/11/giving-you-fresher-more-recent-search.html> [12 Črc 2015].

Google Algorithm Change History - Moz (2015), [online], dostupné z: <https://moz.com/google-algorithm-change#2015> [11 Črc 2015].

Google Confirms "Mayday" Update Impacts Long Tail Traffic (2010), [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/google-confirms-mayday-update-impacts-long-tail-traffic-43054> [11 Črc 2015].

Google Launches The Google Toolbar (2000), [online], dostupné z: <http://googlepress.blogspot.cz/2000/12/google-launches-google-toolbar.html> [11 Črc 2015].

Google Merges Local and Maps Products (2005), [online], dostupné z: http://googlepress.blogspot.cz/2005/10/google-merges-local-and-maps-products_06.html [11 Črc 2015].

Google Sends Out New Batch Of Unnatural Link Notifications (2012), [online], dostupné z: <https://www.seroundtable.com/google-links-warnings-15461.html> [12 Črc 2015].

Hickman, G. (2015) *Google Will Punish You If You Don't Have A Mobile-Friendly Website*, [online], dostupné z: <http://mobilemarketingengine.com/google-demotion-with-no-mobile-website/> [1 Srp 2015].

Hilltop algorithm (n. d.), [online], dostupné z: <http://pagerank.suchmaschinen-doktor.de/hilltop.html> [11 Črc 2015].

Hnátek, M. (2014) *Sociální sítě neovlivňují SEO? Blbost!*, [online], dostupné z: <http://blog.marekhnaetek.cz/socialni-site-seo/> [9 Srp 2015].

How To Beat Google's 'Brandy' Update (2004), [online], dostupné z: <http://www.sitepoint.com/brandy-google-update/> [11 Črc 2015].

Image publishing guidelines (n. d.), [online], dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/114016?vid=0-635776459678902844-274472806&hl=en> [23 Srp 2015].

Introducing Google Places (2010), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2010/04/introducing-google-places.html> [11 Črc 2015].

Introducing the Google+ project: Real-life sharing, rethought for the web (2011), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2011/06/introducing-google-project-real-life.html> [12 Črc 2015].

Irrelevant keywords (n. d.), [online], dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/66358?hl=en> [22 Srp 2015].

Janovský, D. (2005) *Záhadný Google Toolbar PageRank*, [online], dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/zahadny-google-toolbar-pagerank/> [04 Črc 2015].

Janovský, D. (2015a) *Google PageRank*, [online], dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/seo/pagerank.html> [04 Črc 2015].

Janovský, D. (2015b) *O co jde v SEO -- návštěvnost, pozice*, [online], dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/seo/smysl-seo.html> [08 Lis 2015].

Kamvar, S. (2005) *Search gets personal*, [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2005/06/search-gets-personal.html> [12 Črc 2015].

Kato, Y. (2013) *Changes in rankings of smartphone search results*, [online], dostupné z: http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2013/06/changes-in-rankings-of-smartphone_11.html [19 Črc 2015].

Krsová, L. (2014) <http://www.lenikrsova.cz/2014/11/23/svinstvo-jmenem-scraping-nejen-na-facebooku/>, [online], dostupné z: <http://www.lenikrsova.cz/2014/11/23/svinstvo-jmenem-scraping-nejen-na-facebooku/> [22 Srp 2015].

Kubíček, M. (2010) *Velký průvodce SEO*, Brno, Computer Press, ISBN 978-80-251-2195-5.

Kubíček, M. a Linhart, J. (2010) *333 tipů a triků pro SEO*, Brno, Computer Press, ISBN 978-80-251-2468-0.

Kvapil, L. (2014) *Meta keywords*, [online], dostupné z: <http://seowebmaster.cz/meta-keywords> [22 Srp 2015].

Link schemes (n. d.), [online], dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/66356?hl=en&rd=1> [22 Srp 2015].

Makino, T., Jung, C. a Phan, D. (2015) *Finding more mobile-friendly search results*, [online], dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2015/02/finding-more-mobile-friendly-search.html> [22 Srp 2015].

Maňásek, J. (n. d.) *Proč je stále důležitější mít responzivní web?*, [online], dostupné z: <http://weboo.eu/blog/tvorba-www/proc-je-stale-dulezitejsi-mit-responzivni-web> [12 Črc 2015].

Mehta, P. (2015) *PageRank Algorithm: What It Is, Do's & Don'ts*, [online], dostupné z: <http://punch2crunch.com/pagerank-algorithm/> [04 Črc 2015].

Meyers, P. (2012) *Google's EMD Algo Update - Early Data*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/googles-emd-algo-update-early-data> [12 Črc 2015].

Meyers, P. (2014) *Panda 4.0, Payday Loan 2.0 & eBay's Very Bad Day*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/panda-4-payday-loan-2-and-ebays-very-bad-day> [12 Črc 2015].

Minify Resources (2015), [online], dostupné z: <https://developers.google.com/speed/docs/insights/MinifyResources> [8 Srp 2015].

- Mobile Neared 40% of Organic Search Traffic in Q3* (2014), [online], dostupné z: <http://www.marketingcharts.com/online/mobile-neared-40-of-us-organic-search-traffic-in-q3-47320/> [19 Črc 2015].
- Namase, R. (2015) *S Is an Exact Match Domain Name a Good Idea?*, [online], dostupné z: <http://www.techlila.com/exact-match-domain-name/> [2 Srp 2015].
- Nayak, P. (2013) *In-depth articles in search results*, [online], dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2013/08/in-depth-articles-in-search-results.html> [12 Črc 2015].
- Němec, R. (2012) *Jak poznat, že je váš web penalizován – I. díl*, [online], dostupné z: <http://robertnemec.com/jak-poznat-penalizaci-i/> [9 Srp 2015].
- Novotný, O. (2014) *Vše, co jste kdy potřebovali vědět o penalizacích*, [online], dostupné z: <http://blog.h1.cz/aktualne/vse-co-jste-kdy-potrebovali-vedet-o-penalizacich/> [9 Srp 2015].
- Ohye, M. (2015) *FAQs about the April 21st mobile-friendly update*, [online], dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2015/04/faqs-april-21st-mobile-friendly.html> [19 Črc 2015].
- Our new search index: Caffeine* (2010), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2010/06/our-new-search-index-caffeine.html> [11 Črc 2015].
- Page Speed* (n. d.), [online], dostupné z: <https://moz.com/learn/seo/page-speed> [8 Srp 2015].
- Patrick, C. (2012) *Expires Headers for SEO: Why You Should Think Twice Before Using Them*, [online], dostupné z: <https://moz.com/ugc/expires-headers-for-seo-why-you-should-think-twice-before-using-them> [8 Srp 2015].
- Proč je responzivní design stále důležitější* (2015), [online], dostupné z: <http://webcentral.cz/proc-je-responzivni-design-stale-dulezitejsi/> [19 Črc 2015].
- Procházení a indexování* (n. d.), [online], dostupné z: <https://www.google.com/intl/cs/insidesearch/howsearchworks/crawling-indexing.html> [18 Črc 2015].
- Rampton, J. (2015) *25 Black Hat Techniques That Are Killing Your SEO*, [online], dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/johnrampton/2015/07/29/25-black-hat-techniques-that-are-killing-your-seo/2/> [22 Srp 2015].
- Search, plus Your World* (2012), [online], dostupné z: <https://googleblog.blogspot.cz/2012/01/search-plus-your-world.html> [12 Črc 2015].
- SEO - Optimalizace pro vyhledávače* (n. d.), [online], dostupné z: <http://www.tvorba-webu.cz/seo/> [31 Říj 2015].

Sexton, P. (n. d.) *If Modified Since header*, [online], dostupné z: <https://varvy.com/ifmodified.html> [23 Srp 2015].

Shepard, C. (2014) *The Rules of Link Building - Whiteboard Friday*, [online], dostupné z: <https://moz.com/blog/the-rules-of-link-building-whiteboard-friday> [22 Srp 2015].

Schwartz, B. (2013) *Penguin 4, With Penguin 2.0 Generation Spam-Fighting, Is Now Live*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/penguin-4-with-penguin-2-0-generation-spam-fighting-is-now-live-160544> [12 Črc 2015].

Schwartz, B. (2014a) *Official: Google Payday Loan Algorithm 2.0 Launched: Targets "Very Spammy Queries"*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/official-google-payday-loan-algorithm-2-0-launched-targets-spammy-queries-192027> [12 Črc 2015].

Schwartz, B. (2014b) *Google "Pigeon" Updates Local Search Algorithm With Stronger Ties To Web Search Signal*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/google-makes-significant-changes-local-search-ranking-algorithm-197778> [12 Črc 2015].

Sirohi, G. (2014) *Google Slow Sites Penalty- Google Hates & Penalize Slow Websites*, [online], dostupné z: <http://www.seosolutionsindia.com/blog/2014/08/18/google-slow-sites-penalty-google-hates-penalize-slow-websites/> [8 Srp 2015].

Sterling, G. (2015) *Report: Mobile Search Queries 29 Percent Of Total But Growth Modest*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/report-mobile-search-queries-29-percent-of-total-but-growth-modest-217501> [19 Črc 2015].

Sullivan, D. (2005a) *Google, Yahoo, MSN Unite On Support For Nofollow Attribute For Links*, [online], dostupné z: <http://searchenginewatch.com/sew/news/2062985/google-yahoo-msn-unite-on-support-for-nofollow-attribute-for-links> [11 Črc 2015].

Sullivan, D. (2005b) *New "Google Sitemaps" Web Page Feed Program*, [online], dostupné z: <http://searchenginewatch.com/sew/news/2061916/new-google-sitemaps-web-page-feed-program> [11 Črc 2015].

Sullivan, D. (2005c) *Google's Feb. 2005 Update*, [online], dostupné z: <http://searchenginewatch.com/sew/news/2047678/googles-feb-2005-update#> [11 Črc 2015].

Sullivan, D. (2007) *Google Launches "Universal Search" & Blended Results*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/google-20-google-universal-search-11232> [12 Črc 2015].

Sullivan, D. (2008) *Google.com Finally Gets Google Suggest Feature*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/googlecom-finally-gets-google-suggest-feature-14626> [12 Črc 2015].

Sullivan, D. (2009) *Google Launches Real Time Search Results*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/google-launches-real-time-search-31355> [12 Črc 2015].

Sullivan, D. (2013) *FAQ: All About The New Google "Hummingbird" Algorithm*, [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/google-hummingbird-172816> [12 Črc 2015].

Šimko, M. (2015) *SEO mýtus #10: Čím více zpětných odkazů na web vede, tím lepší je jeho hodnocení*, [online], dostupné z: <http://blog.martinsimko.cz/category/seo/seo-myty/> [1 Srp 2015].

The Definitive Guide to Google's New Mobile SEO Rules (2013), [online], dostupné z: <https://moz.com/ugc/the-definitive-guide-to-googles-new-mobile-seo-rules> [12 Črc 2015].

The latest on update Austin (2004), [online], dostupné z: <http://www.searchenginejournal.com/the-latest-on-update-austin-googles-january-update/237/> [11 Črc 2015].

Tober, M. (2014) *Google Pirate Update Analysis and Loser List*, [online], dostupné z: <http://blog.searchmetrics.com/us/2014/10/26/google-pirate-update-analysis-and-loser-list/> [12 Črc 2015].

Ungr, M. (2013) *Sociální signály v SEO: Jak Seznam a Google indexují sociální sítě?*, [online], dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/socialni-signaly-v-seo-jak-seznam-a-google-indexuji-socialni-site/> [9 Srp 2015].

Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy (n. d.), [online], dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/help/dndr/udrp-en> [22 Srp 2015].

Wall, A. (2009) *Big Brands? Google Brand Promotion: New Search Engine Rankings Place Heavy Emphasis on Branding*, [online], dostupné z: <http://www.seobook.com/google-branding> [12 Črc 2015].

Webmaster Guidelines (n. d.), [online], dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=en> [23 Srp 2015].

What Is The Google Dance? (2005), [online], dostupné z: http://www.submittoday.com/google_dance.htm [11 Črc 2015].

What Is The Google Dance? (n. d.), [online], dostupné z: <http://metamend.com/archive/education/google-dance/> [11 Črc 2015].

What Social Signals Do Google & Bing Really Count? (2010), [online], dostupné z: <http://searchengineland.com/what-social-signals-do-google-bing-really-count-55389> [12 Črc 2015].