

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra informačních technologií**



**Bakalářská práce**

**SEO – optimalizace pro vyhledávače**

**Petra Mašková**

© 2014 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra informačních technologií

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Mašková Petra

Podnikání a administrativa

Název práce

**SEO – optimalizace pro vyhledávače**

Anglický název

**SEO - search engine optimization**

---

### Cíle práce

Cílem práce je přiblížit současné marketingové nástroje a techniky používané na internetu. Práce se bude zaměřovat především na metodu SEO, jejímž úkolem je co nejlepší umístění www stránek ve výsledcích vyhledávání. Součástí práce bude audit zaměřený na konkrétní internetový obchod a návrhy případných změn.

### Metodika

1. Co je SEO.
2. Historie vyhledávacích enginů.
3. On-page a Off page faktory SEO
4. Zakázané techniky optimalizace.
5. Užitečné nástroje vhodné k optimalizačním technikám.
6. Analytická část práce: SEO audit konkrétního e-shopu.
7. Shrnutí poznatků z provedených analýz a vypracování návrhu optimálního řešení.

### Harmonogram zpracování

Studium výchozích doporučených zdrojů v odborné literatuře : 12/2012 až 03/2013

Zpracování charakteristiky sledované organizace, shromažďování podkladových informací: 04/2013 až 07/2013

Zpracování shromážděných podkladových materiálů pro účely vypracování vybraných druhů analýz: 08/2013 až 11/2013

Shrnutí výsledků šetření a vypracování návrhů řešení: 12/13 až 02/2014

**Rozsah textové části**

30 - 40 stran

**Klíčová slova**

internetové vyhledávače, SEO, optimalizace webu, konverze, internetové podnikání, obsah, on-page faktory, off-page faktory, Seznam.cz, Google.cz, Google Analytics, SEO nástroje, HTML, URL, prodej na internetu

**Doporučené zdroje informací**

D.Dover a E.Dafforn, SEO – Optimalizace pro vyhledávače profesionálně. Zoner Press, 2012, s.400, ISBN 978-80-7413-172-1  
J.Linhart, M.Kubíček, 333 tipů a triků pro SEO. Computer Press, 2010, s.264, ISBN 978-80-251-2468-0  
M.Horňáková, Copywriting, Computer Press, 2011, s.245, ISBN 978-80-251-3269-2  
Steven M.Schafer, HTML, XHTML a CSS – Bible pro tvorbu WWW stránek, 2009, s.648, ISBN 978-80-247-2850-6

**Vedoucí práce**

Očenášek Vladimír, Mgr. Ing.

**Termín odevzdání**

březen 2014



**doc. Ing. Zdeněk Havlíček, CSc.**

Vedoucí katedry



**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan fakulty

V Praze dne 19.2.2014

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci SEO – optimalizace pro vyhledávače jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 17.3.2014

---

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Ing. Vladimírovi Očenáškoví za jeho příkladné vedení při tvorbě této bakalářské práce. Dále děkuji společnosti SVP – půjčovna s.r.o., za udělení přístupu do administrace e-shopu Kamna-Grily.cz.

# SEO – Optimalizace pro vyhledávače

---

## SEO – Search Engine Optimization

### Souhrn

Tato práce se zabývá optimalizací webových stránek pro vyhledávače. Zaměřuje se především na nejznámější vyhledávač Google, i když zmínky o českém portálu Seznam.cz zde také nechybí. Na úvod bude vysvětleno, co to vlastně SEO je a k čemu je dobré. Poté v této práci budou postupně rozebrány on-page a off-page faktory optimalizace pro vyhledávače. Jde o ty nejdůležitější SEO techniky, které zabírají hlavní část práce. Dále budou popsány nástroje, které jsou k optimalizaci velmi důležité. Praktická část práce se zabývá SEO auditem internetového obchodu Kamna-Grily.cz.

### Summary

This bachelor thesis deals with an optimization of websites for searching engines. It focuses primarily on the most famous search engine Google, although one of the most famous czech www portals Seznam.cz will not be missed. First of all this thesis explains what SEO actually is. After that, this work will be gradually dismantled on-page and off-page search engine optimization factors. It is the most important SEO technique that occupies the main part of the work. In addition, there will be writing about tools that are practically indispensable for optimization. The practical part deals with SEO audit of online store Kamna-Grily.cz.

**Klíčová slova:** SEO, optimalizace pro vyhledávače, vyhledávání na internetu, e-shop, webové stránky, internet, Google, on-page faktory, off-page faktory, nástroje k optimalizaci.

**Keywords:** SEO, search engine optimization, internet searching, e-shop, websites, the internet, Google, on-page factors, off-page factors, optimization tools.

# Obsah

1. Úvod.....	10
2. Cíl práce a metodika .....	10
3. Teoretická východiska .....	11
3.1. On-page faktory .....	12
3.1.1. Klíčová slova (key words).....	12
3.1.2. Titulek.....	15
3.1.3. Meta description .....	16
3.1.4. Nadpisy stránek .....	17
3.1.5. Obsah stránek .....	17
3.1.6. Interní odkazy .....	19
3.1.7. Anchor texty .....	19
3.1.8. Alternativní popisek .....	20
3.1.9. URL adresa.....	21
3.1.10. Struktura webu.....	22
3.1.11. Kódování .....	22
3.2. Off-page faktory .....	25
3.2.1. Linkbuilding .....	25
3.3. Black Hat SEO techniky .....	28
3.3.1. Nákupy odkazů.....	28
3.3.2. Neviditelná klíčová slova .....	28
3.3.3. Cloaking .....	29
3.3.4. Doorway .....	29
3.4. Nástroje SEO .....	29
3.4.1. Zobrazení zdrojového kódu .....	29
3.4.2. Google Webmasters Tools .....	29

3.4.3. Google Analytics .....	31
3.4.4. Collabim .....	32
3.4.5. mYx .....	32
3.4.6. Copyscape.....	33
4. Analytická část.....	34
4.1. Pohledem zákazníka .....	34
4.1.1. Uživatelský prožitek .....	34
4.1.2. Průchodnost košíkem.....	35
4.2. SEO audit .....	36
4.2.1. Odkazový profil.....	36
4.2.2. Obsah .....	39
4.2.3. Soubor Sitemap .....	45
4.2.4. Kanonizace URL adres .....	45
4.2.5. Chyby v procházení .....	46
5. Zhodnocení výsledků.....	48
6. Závěr .....	49
7. Seznam použitých zdrojů.....	50
8. Přílohy.....	52
8.1. Krátké značky description .....	52
8.2. Duplicitní značky description .....	55
8.3. Chybové hlášky 404.....	56



## Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Plánovač klíčových slov (zdroj: Google Adwords).....	14
Obrázek č. 2 – Návrh klíčových slov (zdroj: Sklik.cz).....	15
Obrázek č. 3 – Google výsledky vyhledávání (zdroj: Google SERP).....	16
Obrázek č. 4 – Anchor text (zdroj: Čočkyshop.cz).....	20
Obrázek č. 5 – Google Analytics (zdroj: Google Analytics).....	32
Obrázek č. 6 – Heat mapa (zdroj: wel.cs.manchester.ac.uk).....	33
Obrázek č. 7 – Nákupní košík KG (zdroj: kamna-grily.cz).....	35
Obrázek č. 8 – Chybová hláška 404 (zdroj: kamna-grily.cz).....	47

## Seznam grafů

Graf č. 1 – Anchor Text Kamna-Grily.cz (zdroj: majesticseo.com).....	37
Graf č. 2 – Anchor text GrilyKrby.cz (zdroj: majesticseo.com).....	37
Graf č. 3 – Poměry zpětných odkazů (zdroj: majesticseo.com).....	39

## Seznam tabulek

Tabulka č. 1 – Externí odkazy (zdroj: majesticseo.com).....	38
Tabulka č. 2 – Texty kategorií (zdroj: sklik.cz).....	42
Tabulka č. 3 – Optimalizace title (zdroj: kamna-grily.cz).....	43
Tabulka č. 4 – Description (zdroj: kamna-grily.cz).....	44
Tabulka č. 5 – Recepty (zdroj: Google Webmasters Tools).....	45
Tabulka č. 6 – Kanonické URL (zdroj: kamna-grily.cz).....	46

# 1. Úvod

Tématem této bakalářské práce je „SEO – Optimalizace pro vyhledávače“. Jde o velmi obsáhlou marketingovou techniku, která je aplikována výlučně na internetu. Jak již samotný název napovídá, tato technika se zaměřuje na ovlivňování výsledků vyhledávání. Požadovaným výsledkem optimalizace je umístění www stránek na co nejvyšších pozicích ve vyhledávání, návštěvnost z tohoto vyhledávání a následná konverze. Konverze je chápána jako změna návštěvníka v zákazníka (návštěvník realizuje objednávku).

Na internetu se setkáváme nejvíce s internetovými obchody (e-shop) nebo internetovými prezentacemi. Internet pokrývá stále více domácností, a proto není divu, že roste i trend nakupování přes internet. I z toho důvodu se praktická část práce zaměřuje právě na SEO audit e-shopu.

## 2. Cíl práce a metodika

Cílem této bakalářské práce je odhalit silné a slabé stránky e-shopu z pohledu optimalizace. První část bakalářské práce se zabývá teoretickým zpracováním přibližující problematiku SEO. Obsahem tohoto výkladu je rozdělení optimalizace na on-page a off-page faktory. On-page faktory jsou metody, které se aplikují přímo na daném webu, a off-page faktory nejsou jeho přímou součástí. Jde například o budování zpětných odkazů. Dále se teoretická část práce zabývá nástroji, které jsou pro optimalizaci nezbytné.

Praktická část práce je zaměřena na zhodnocení konkrétního e-shopu ze dvou pohledů. Nejprve se jedná o pohled samotného návštěvníka webu (potencionálního zákazníka) a zbytek práce je soustředěn především na kontrolu aplikovaných optimalizačních technik. Krok po kroku je internetový obchod prozkoumán a jeho nedostatky popsány. Součástí jsou i doporučení pro nápravu nedostatků.

Závěr bakalářské práce hodnotí celkový stav webu, sumarizuje nejdůležitější nedostatky e-shopu a nabízí řešení pro zlepšení daného webu.

### **3. Teoretická východiska**

#### **SEO**

Jednou z klíčových, avšak stále často podceňovaných, marketingových on-line technik, je SEO. Jde o zkratku pro anglické označení Search Engine Optimization. V českém jazyce přeloženo jako Optimalizace pro vyhledávače.

#### **Obecná definice SEO**

Optimalizace pro vyhledávače je soubor metod, podle kterých se upravují internetové stránky. Přesněji řečeno se upravuje a vytváří jejich obsah tak, aby byl vhodný pro zpracování internetovými vyhledávači (Google, Seznam apod.). Ať už jde o webové prezentace nebo e-shopy, základním cílem je automatizované a co nejvyšší umístění webu ve fulltextovém vyhledávání na konkrétní klíčová slova. Čím výše je ve fulltextu internetový projekt umístěný, tím více je viditelný pro potenciální zákazníky. Ti tak za pomoci klíčového slova naleznou určitou kategorii v e-shopu, produkt nebo atraktivní článek.

Tato kapitola se podrobně zabývá všemi metodami, které jsou k optimalizaci pro vyhledávače využívány. Každá z metod doplňuje metodu další a vzájemné a především správné propojení všech těchto metod podtrhuje kvalitu a úspěšnost webové optimalizace.

#### **Historie SEO aneb jak to všechno začalo?**

Bez vyhledávačů by SEO neexistovalo. Proto je nutné vrátit se do roku 1994, kdy první internetové vyhledávače začaly vznikat. V tomto roce se datuje spuštění katalogu Yahoo!, kde však ještě nešlo o optimalizaci jako takovou. Ta se začala utvářet až s příchodem vyhledávače Google, jehož zakladateli byli Larry Page a Sergei Brin. Za stvořením prvního vyhledávacího algoritmu stojí právě jeden z těchto zakladatelů - programátor Larry Page. Algoritmus, který Larry Page vymyslel, nazýváme dodnes PageRankem.

Proč se však vůbec tyto počítačové nadšenci vrhli na sestavování vyhledávacího algoritmu? Velmi hezky to popisuje Danny Dover ve své knize SEO profesionálně:

„Stanfordští studenti Larry Page a Sergej Brin nebyli vůbec spokojeni s tehdejšími možnostmi vyhledávání informací na internetu. Pokusili se s tím tedy něco udělat. S ohledem na dlouhé vysokoškolské studium se rozhodli využít způsob používaný pro uspořádání akademických prací a aplikovat jej na webové stránky. Jedním ze způsobů, jak rychle a poměrně objektivně posoudit kvalitu nějaké akademické práce, je zjistit, kolik jiných akademických prací danou publikaci citovalo. Tuto koncepci bylo snadné replikovat na internet, protože původním účelem internetu bylo sdílení akademických zdrojů napříč různými univerzitami. Jakmile se tyto informace dostaly na internet, citace v nich obsažené měly podobu hypertextových odkazů.” [1, str. 24]

A toto byl základ pro vyhledávání. Čím více odkazů směřovalo na danou internetovou stránku, tím byla populárnější a pro vyhledávač relevantnější. Vyhledávací algoritmy byly však postupem času stále zlepšovány, a proto není možné se při tvorbě www stránek omezovat pouze na hypertextové odkazy<sup>1</sup>.

### **3.1. On-page faktory**

Optimalizace se dělí na on-page a off-page faktory. Oba společně ovlivňují umístění stránek ve výsledcích vyhledávání (SERP). U on-page faktorů má nejvýznamnější úlohu obsah. Čím kvalitnější a užitečnější obsah je na webu publikován, tím lépe. Obecně je však známo, že se do on-page faktorů řadí vše, co je přímo spjato s daným webem. „Optimalizace on-page faktorů ovlivňuje, jak naše stránky webové vyhledávače vidí. Off-page optimalizace ovlivňuje to, co si vyhledávače o stránkách budou myslet.” [2, str. 49)

#### **3.1.1. Klíčová slova (key words)**

Klíčová slova (dále také jen KW) jsou zásadní pro jakýkoliv text na webu a musí být co nejrelevantnější k danému obsahu neboli k zaměření celého webu. Na e-shopu, který prodává grily, bude hlavní klíčové slovo grily. Dále například grily na dřevěné uhlí, plynové grily, elektrické grily, grilování apod. Rozhodně však nestačí „KW házet nesmyslně na stránky jen tak od oka” [3, str. 129]. Správnému výběru klíčových slov musí předcházet kvalitní analýza, která např. určí, zdali jsou daná KW vůbec vyhledávaná.

---

<sup>1</sup> Hypertextový odkaz přesměrovává uživatele na danou www stránku.

Díky tomu jsou e-shop nebo webová prezentace dohledatelné. Internetoví uživatelé zadávají do vyhledávače klíčová slova podle toho, co právě hledají. Pokud web obsahuje v optimální hustotě klíčové slovo, které dal uživatel vyhledat, zobrazí se web ve výsledcích vyhledávání<sup>2</sup>.

### **Hustota klíčových slov**

Michaela Hornáková ve své knize Copywriting uvádí, že obsah každé stránky by měl obsahovat daná klíčová slova v maximálním poměru cca 10% z celého textu. [4, str. 114] V textech je výhodnější používat klíčových slov více. Zastoupení jednotlivého klíčového slova by se mělo pohybovat v rozmezí 2 – 3 %. Je však důležité dbát na smyslnost textu a nevkádat do něj klíčová slova bezhlavě jen proto, aby se v textu vyskytla. Z dlouhodobého hlediska e-shop nelze koncipovat pouze pro vyhledávače. Je velmi důležité zaměřit se i na návštěvníky stránek – web vytvářet pro opravdové lidi.

Často diskutovaným tématem je, na kolik klíčových slov je dobré danou stránku optimalizovat. Stále se lze setkat s názory, že nejvýhodnější je optimalizovat stránku vždy na jedno klíčové slovo. Lepší je však cílit na více klíčových slov, jak uvádí Marek Prokop<sup>3</sup>:

„Soustředíte-li se důsledně na jeden dotaz, snáze se na něj dostanete nahoru a každý přeci ví, že návštěvnost z vyhledávače je tím větší, čím výš se stránka umístí. Ano, jenže to je jenom polovina pravdy. Návštěvnost totiž roste nejen s pozicí, ale i s počtem dotazů, resp. jejich celkovou hledaností.” [5]

Příklad: Dva různí uživatelé internetu vyhledávají stejnou konkrétní informaci. Například levnou dovolenou v Itálii. I přesto, že oba vyhledávají stejnou informaci, každý z uživatelů zadá do vyhledávače jiné KW. Uživatel č. 1 hledá „dovolená Itálie“, uživatel č. 2 vyhledává „prázdniny v Itálii“ apod. Zde je vidět, že pokud by daná www stránka obsahovala KW „dovolená Itálie“, ale již by v textu nebylo uvedeno spojení „prázdniny v Itálii“, uživatel č. 2 by tuto webovou stránku nenalezl, protože by se ve výsledcích vyhledávání vůbec nezobrazila. Z toho důvodu je v textech na každé stránce vhodné používat více klíčových slov.

---

<sup>2</sup> Pozice, kde se web umístil, však záleží na mnoha dalších faktorech, o kterých se práce zmiňuje dále.

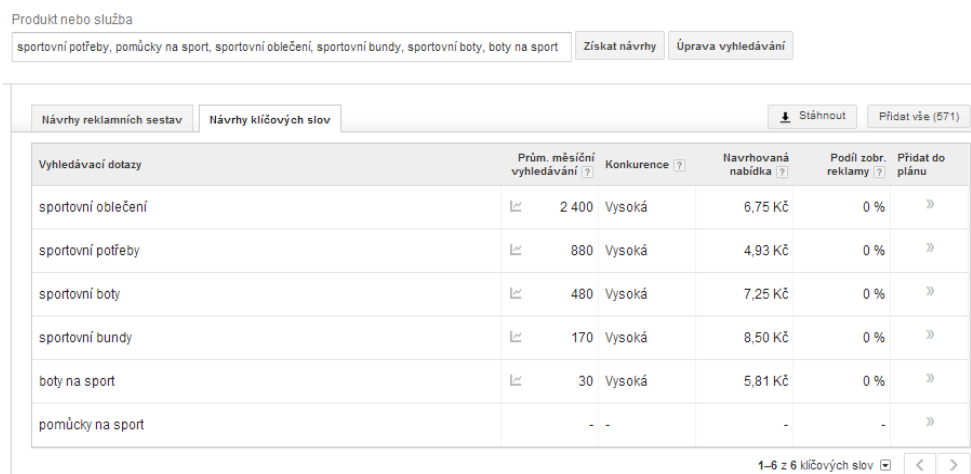
<sup>3</sup> Marek Prokop: specialista na internetové obchodní strategie a marketing. Napomohl vzniku několika známých projektů a firem (Dobrý Web, H1.cz)

## Kde všude KW používat?

- titulek stránky
- text stránky
- nadpis stránky
- meta description
- název alternativního popisku obrázku
- URL adresa

## Nástroje na výběr a analýzu klíčových slov

**Google Adwords** - Google Adwords je placený reklamní systém, který disponuje nástrojem Plánovač klíčových slov. Podmínkou pro jeho využívání je nutnost mít na Google.cz vytvořený vlastní e-mailový účet. Tento nástroj má však více funkcí než jen navrhování klíčových slov. Navrhuje i celé reklamní sestavy a odhaduje jejich výkon a přibližnou částku za proklik<sup>4</sup>.



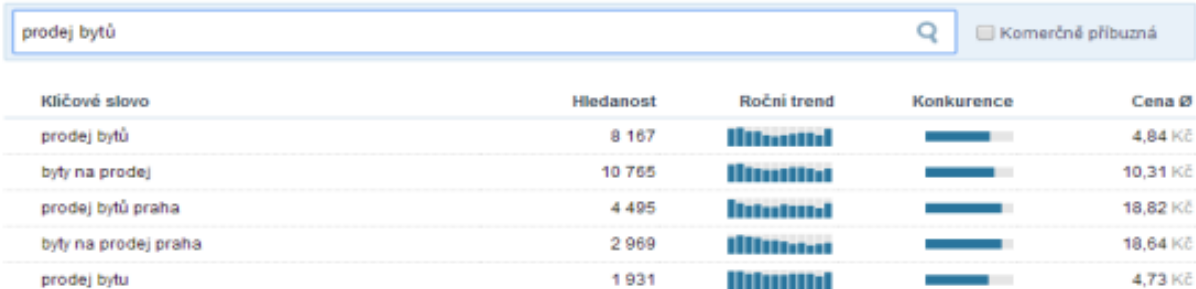
Vyhledávací dotazy	Prům. měsíční vyhledávání ?	Konkurence ?	Navrhovaná nabídka ?	Podíl zobr. reklamy ?	Přidat do plánu
sportovní oblečení	2 400	Vysoká	6,75 Kč	0 %	»
sportovní potřeby	880	Vysoká	4,93 Kč	0 %	»
sportovní boty	480	Vysoká	7,25 Kč	0 %	»
sportovní bundy	170	Vysoká	8,50 Kč	0 %	»
boty na sport	30	Vysoká	5,81 Kč	0 %	»
pomůcky na sport	-	-	-	-	»

Obrázek č. 1 – Plánovač klíčových slov (zdroj: Google Adwords)

**Sklik** - toto je obdobný PPC systém jako Google Adwords, avšak funguje na internetovém portálu a vyhledávači Seznam.cz. Jeho nástroj pro klíčová slova se jmenuje Návrh klíčových slov.

<sup>4</sup> Jedná se o částku za proklik, neboť se za reklamu PPC (pay per click) platí až ve chvíli, kdy na ní uživatel klikl.

## Návrh klíčových slov



Klíčové slovo	Hledanost	Roční trend	Konkurence	Cena
prodej bytů	8 167			4,84 Kč
byty na prodej	10 765			10,31 Kč
prodej bytů praha	4 495			18,82 Kč
byty na prodej praha	2 969			18,64 Kč
prodej bytu	1 931			4,73 Kč

Obrázek č. 2- Návrh klíčových slov (zdroj: Sklik.cz)

**Statistika hledanosti na Seznam.cz** – na Seznamu je k dispozici statistika hledanosti jednotlivých klíčových slov. Ta je výhodná v tom, že nevyžaduje přihlášení k e-mailovému účtu. Stačí do vyhledávače zadat konkrétní klíčové slovo a vyhledat. Pod výsledky vyhledávání, úplně na konci stránky, stačí kliknout na odkaz Statistika hledanosti.

**Našeptávače Seznam a Google** – během psaní slova nebo fráze do vyhledávače se začnou zobrazovat možné návrhy hledání. Toto je pro hledání klíčových slov také nesmírně užitečné, neboť jsou tato našeptávaná slova a fráze určena počtem hledání. To je zárukou skutečné hledanosti těchto klíčových slov, a proto jsou vhodné k použití na webu.

**Google Trends** - na Google můžeme sledovat vyhledávání klíčových slov také podle lokalit nebo období. Určitá klíčová slova (např. grily) budou vyhledávanější v létě než v zimě apod.

### 3.1.2. Titulek

HTML zápis: `<title>titulek stránky</title>`

Titulek by měl shrnovat obsah dané stránky, aby bylo na první pohled patrné, co může jak vyhledávač, tak uživatel na stránce očekávat. Maximálně se doporučuje 70 znaků včetně mezer, jinak se ve výsledcích vyhledávání titulek nezobrazí celý. K efektivní optimalizaci je důležité, aby titulek obsahoval klíčové slovo, neboť mu vyhledávač dává velkou váhu. Pokud je v titulku klíčové slovo, které dal uživatel na Google nebo Seznamu vyhledat, tučně se zvýrazní. Na obrázku č. 3 je vidět hledaná klíčová fráze „česká

zemědělská univerzita”. Na prvním místě se v Google SERP ihned zobrazila stránka czu.cz, která v titulku obsahuje zmiňované KW. Proto ho vidíme tučně.



Obrázek č. 3 – Google výsledky vyhledávání (zdroj: Google SERP)

Titulek se dále zobrazuje na záložkách stránek v prohlížeči a měl by být pro každou www stránku jedinečný. Neměl by se tedy opakovat stejně jako kterýkoliv jiný obsah na webu (o tom více v dalších kapitolách).

### 3.1.3. Meta description

HTML zápis: `<meta name="description" content="popis stránky" />`

Jde o stručný popis stránky, který by měl obsahovat maximálně 156 znaků včetně mezer. I zde je důležité nevynechat klíčové slovo. Především má však description uživatele nalákat, aby vstoupil na danou www stránku. Ve výsledcích vyhledávání se samozřejmě zobrazují i konkurenční stránky, a právě meta description může potenciálního návštěvníka stránek oslovit, a nalákat k prokliku.

Pokud daná webová stránka nemá description vůbec vyplněn (jako v případě ČZU), automaticky si do pole description vyhledávač dosadí náhodné informace z obsahu stránek. Tento případ je vidět na obrázku č. 3, kde description obsahuje nesmyslný shluk informací z webu. To není úplně vhodné, protože tento text nepředá uživateli žádnou informační hodnotu. Z toho důvodu je dobré popisky nezanedbávat.



### **3.1.4. Nadpisy stránek**

Nadpisy jsou děleny do úrovní od jedné do šesti (H1 – H6). Nadpis H1 udává nejvyšší a zároveň nejdůležitější úroveň. Jde tedy například o název konkrétního článku nebo produktu. S dalšími nadpisy se úroveň snižuje, čímž klesá i jejich váha. H2 používáme především jako nejdůležitější podnadpisy stránky, které usnadňují návštěvníkovi webu orientaci v textu.

### **3.1.5. Obsah stránek**

Obsah je král! Tato fráze je v on-line marketingovém světě stále známější. Je naprosto pravdivá a kvalitní e-shop nebo informační web se bez respektování této zásady dnes již neobejde. A protože se tato problematika stává stále obsáhlejší, mluví se dnes již o obsahovém (content) marketingu.

### **Obsahový marketing**

Neboli Content Marketing chápe především jednu věc: prioritou není přivést na web co nejvíce návštěvníků. V Content Marketingu jde o vytváření obsahu, který budí důvěru u zákazníků, přesvědčuje je o kvalitě firmy, služeb či produktů. V ideálním případě tento obsah tedy není nijak vtíravý a zákazníkům nic nevnucuje. Obsah má poradit, informovat a zkrátka dát najevo, že právě my jsme odborníci na slovo vzatí. Jakmile si k danému webu návštěvník vybuduje důvěru, s velkou pravděpodobností začne firmě po čase přinášet zisk.

#### ***Formy obsahu***

Články – Právě články pomáhají budovat kvalitní internetový obsah. Mohou být prakticky na jakékoliv téma, jen je potřeba publikovat obsah relevantní k zaměření daného webu. Na webu o automobilech nebude návštěvník hledat článek o dětských plínkách. Pokud jde o optimalizaci e-shopu - do článků se bude hodit například rozšířený popis o produktu, jeho historii, funkčnosti apod. V tomto případě jde o určité rady a tipy k nabízeným produktům.

Vhodné téma a nadpis by pak mohl znít takto: „Jak neprohloupit při koupi ojetého automobilu“.

Novinky – Pravidelné a časté publikování, byť jen krátkých novinek, opět pomáhá ke zvětšování obsahu na webu. Navíc se k návštěvníkům stránek dostávají ty nejčerstvější informace a je vidět, že se o stránky někdo pravidelně stará. I z toho důvodu by novinky měly být vidět ihned na úvodní stránce webu neboli homepage. Ani text novinek však nesmí být ochuzen o optimalizaci a především kvalitu.

Recenze – Recenze nebo nejrůznější testy, které hodnotí dané produkty, jsou také skvělou formou internetového obsahu. Na e-shopu tato hodnocení navíc vzbudí dojem, že prodejci svému sortimentu opravdu rozumějí.

### **Tipy pro kvalitní obsah**

Aktuálnost – Obecně platí, že uživatel internetu hledá vždy co nejaktuálnější informace. Vkládat na web staré zprávy postrádá smysl, neboť čtenáři přinesou minimální užitek a on poté bude hledat na jiných webech. Proto je důležité na webu hlídat platnost všech údajů a ty pravidelně aktualizovat.

Srozumitelnost – Při psaní textu je vždy dobré si dopředu ujasnit, jak budou článek, popis, recenze apod. koncipované. Jinak stránka snadno ztratí návštěvníkovu pozornost.

Přehlednost – Tučně zvýrazněná klíčová slova, nadpisy a smysluplně oddělené odstavce usnadní čtenářovu orientaci.

Unikátnost – Tato zásada je důležitá obzvláště pro vyhledávače. Nemít na webu duplicitní obsah by měl mít na paměti každý majitel www stránek, který se chce ve svém podnikání neustále posouvat kupředu.

Danny Dover ve své knize SEO optimalizace pro vyhledávače profesionálně uvádí dva základní **SEO přístupy k dobrému obsahu**:

⇒ Dobrý obsah uspokojí poptávku

„Stejně jako světové trhy i informace jsou ovlivňovány nabídkou a poptávkou. Nejlepší obsah je takový, který nejlépe plní úlohu uspokojování největší poptávky.” [1, str. 57]

⇒ Dobrý obsah je odkazovatelný

„Pokud není obsah odkazovatelný, z hlediska SEO neexistuje žádný rozdíl mezi nejlepším a nejhorším obsahem na internetu. Pokud se lidé nemohou odkazovat na nějaký obsah, vyhledávací enginy mu s největší pravděpodobností nepřidělí zajímavý rank<sup>3</sup>, takže tento obsah nebude přivádět lidi na daný web.“ [1, str. 57]

### **Duplicitní obsah**

Duplicitní obsah je text, který se shoduje s textem na jiných URL adresách. Nepřináší webu žádný užitek, protože vyhledávací roboti sami rozhodnou, kterou stránku budou považovat za hlavní (kterou stránku zaindexují) a kterou budou ignorovat. Ignorovaná stránka se vůbec nezobrazí ve výsledcích vyhledávání. Proto je důležité se tomuto obsahu vyvarovat.

#### **3.1.6. Interní odkazy**

HTML zápis: `<a href="http://www.example.com/">název odkazu</a>`

Interní odkaz je takový odkaz, který směřuje na jinou stránku stejného webu. Např. plynový gril Spirit E-320 ve svém popisu obsahuje informaci, že propan-butanová lahev není součástí dodávky a je třeba si ji objednat zvlášť. Ze slova „propan-butanová lahev“ povedeme hypertextový odkaz na příslušnou PB lahev.

Interní odkazy jsou užitečné pro zákazníky a usnadňují jim procházení stránek. V neposlední řadě však také plní důležitou funkci pro vyhledávací enginy. Interní odkazy přerozdělují ranky jednotlivých stránek. Čím vyšší rank daná stránka má, tím jí vyhledávač považuje za důležitější.

Do interních odkazů se počítá i hlavní menu webových stránek, které je umístěno na homepage nebo zůstává zachováno na každé stránce.

#### **3.1.7. Anchor texty**

Anchor texty jsou velice důležitou součástí odkazů. Ať interních nebo externích (o externích se zmiňuje kapitola 3.2. Off-page faktory). Jde o viditelnou část hypertextového odkazu – tedy o název odkazu, který by měl jak návštěvníkovi stránek, tak vyhledávacímu

enginu napovědět, kam odkaz směřuje a co se na dané odkazované stránce bude nalézat. Ještě lépe by měl anchor text obsahovat klíčové slovo.

`<a href="http://www.example.com/">název odkazu (anchor text)</a>`

Často používané „více zde” nebo „klikněte zde” nenapoví nikomu nic. Správné použití anchor textu zobrazuje obrázek č. 4.

### Astigmatismus

*Nejen dalekozrakost nebo krátkozrakost potřebují korekci. Existují také další běžné oční vady, o kterých mnoho lidí zatím neslyšelo, ale jsou tu a mohou nám život ztříčkovat. Přitom je jejich korekce poměrně snadná. Postačí speciální dioptrické brýle nebo [torické čočky](#). Mluvíme zde o astigmatismu.*

#### Něco o našem oku

Rohovka lidského oka je v normálním stavu rovnoměrně zakulacená. Paprsky světla přes ni procházejí a spojují se na sítnici v jednom bodu. A díky tomuto vidíme ostře.

Pokud je však rohovka nepravidelná (má mírně elipsovité tvar), paprsky světla se protnou a spojí se do dvou ohnisek na sítnici. Právě to způsobuje **neostré až dvojité vidění**, které již svou korekci potřebuje - astigmatismus.

#### Příznaky astigmatismu

Tato [zraková vada](#) se často vyskytuje právě spolu s krátkozrakostí nebo dalekozrakostí. **Jde o nepravidelné zakřivení rohovky**, které způsobuje, že se paprsky světla neslučují do jednoho ohniska na sítnici, ale do dvou. Kvůli tomu můžete pociťovat rozostřené vidění, jež připomíná pohled do zvlíněného zrcadla.



Ostré vidění



Astigmatismus

Obrázek č. 4 – Anchor text (zdroj: Čočkyshop.cz)

### 3.1.8. Alternativní popisek

HTML zápis: ``

Alternativní popisky jsou důležité hned z několika důvodů. Někteří uživatelé internetu mohou mít zobrazování obrázků vypnuté. Nesmíme však zapomínat ani na nevidomé, kteří si stránky nechávají od počítače předčítat. A díky alternativním popiskům se mohou tito uživatelé dozvědět, co se na obrázku nachází.

Alternativní popisky (zkráceně alty) mají důležitý význam i pro vyhledávače:

- Vyhledávací enginy nedokáží rozpoznat, co na daném obrázku je. Alty jim o tom napoví.
- Spoustu návštěvníků lze získat také tím, že najdou obrázek ve vyhledávání obrázků na Google, Bing apod. Tam se zobrazí právě díky alternativním popiskům.
- Tím, že vyhledávač díky altům dokáže číst i obrázky, se stránka stává relevantnější.
- Alternativními popisky opět nabývá obsah. Je do nich proto vhodné umístit klíčové slovo.

### 3.1.9. URL adresa

„URL adresa stránky je důležitá jak pro roboty (crawlers) vyhledávacích enginů, tak i lidi. URL adresy by měly být pokud možno co nejkratší (pro snadné zapamatování a odkazování) a přesně popisovat obsah dané stránky.“ [1, str. 142]

Jednotlivá slova v URL oddělujeme pomlčkou a používáme taková KW, která jsou relevantní k obsahu stránky. Nejčastěji jde o H1 nadpis stránky, produktu nebo služby. Proto i právě sem patří klíčová slova. Obecně platí, že čím blíže je klíčové slovo názvu domény, tím má pro vyhledávací roboty větší význam (stejně tak je tomu u titulku – klíčové slovo má větší význam, je-li ihned na jeho začátku).

URL adresa [www.example.com/nazev-stranky/](http://www.example.com/nazev-stranky/) by měla být efektivnější než [www.example.com/kategorie/nazev-stranky/](http://www.example.com/kategorie/nazev-stranky/). I když delší URL, které zahrnují informace o kategoriích a podkategoriích, více vypovídají o tom, co stránka skutečně obsahuje, je na zvážení každého webmastera, kterou variantu zvolí.

Proč zvolit kratší verzi URL? Pokud nějaký web používá URL adresy, které kopírují hierarchii stránek, tedy všechny kategorie i podkategorie, je téměř nemožné tyto kategorie přejmenovat, přesunout apod. Tato změna by se musela promítnout i do URL adresy což by znamenalo zrušení původní URL. Původní URL adresa, která se již zobrazovala na určitých pozicích ve výsledcích vyhledávání, vedly na ní zpětné odkazy a na internetu měla tedy nějakou hodnotu, by přestala existovat. I když má nová stránka stejný obsah, z pohledu robotů vyhledávacích enginů jde o naprosto novou stránku, která nedisponuje žádným rankem, protože nemá žádnou historii ani zpětné odkazy.

Stará stránka není z vyhledávání odstraněna ihned. Enginy ji před úplným vymazáním projedou několikrát, dokud se neujistí, že již opravdu neexistuje. Teprve potom ji ze svého indexu odstraní.

Jestliže je změna adresy nevyhnutelná, škodám alespoň částečně zamezíme přesměrováním 301<sup>5</sup>.

### **3.1.10. Struktura webu**

Do struktury webu řadíme kategorie stránek v menu a jejich umístění. Čím lépe je struktura webu vytvořena, tím je jeho celková použitelnost lepší. Při navrhování struktury bychom samozřejmě na SEO zapomínat neměli, je však třeba si opět uvědomit, že stránky vytváříme především pro reálné uživatele. Nikoli pouze pro vyhledávací enginy.

„To, jakým způsobem se podaří strukturu webu navrhnout, do značné míry závisí na kvalitě zpracované analýzy klíčových slov. Na výsledné struktuře se také dobře pozná, jak moc bylo nad obsahem webové stránky přemýšleno. Pokud je znám účel všech podstránek webu, neměl by být problém navrhnout celkovou strukturu webu.“ [6]

Pro správnou webovou strukturu je zásadní několik faktorů:

- přehledná navigace mezi kategoriemi a podkategoriemi
- jednoduchost procházení webu
- kvalitní informační architektura webu

Uživatel by měl vždy vědět, jaké informace na stránkách může očekávat, a měl by se k nim také velice snadno dostat. Do struktury webu řadíme například i průchodnost nákupního košíku na webu. Tomu se tato bakalářská práce věnuje v praktické části.

### **3.1.11. Kódování**

Kódování každé www stránky je uvedeno v hlavičce http.

#### **HTML (Hypertext Markup Language)**

Webové dokumenty se vytvářejí několika různými technikami. Jednou takovou technologií je hypertextový značkovací jazyk (HTML). HTML sděluje webovému

---

<sup>5</sup> Přesměrování 301 je oproti přesměrování 302 permanentní. 301 předává odkazu veškerou hodnotu.

prohlížeči (Google Chrome, Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Mac Safari apod.), jak má text a další objekty ve webovém dokumentu vypadat. To, zda má být text malý, velký, tučný, podtržený, zarovnaný vpravo nebo vlevo, závisí do velké míry na HTML kódu obsaženém ve webové stránce. [4, str. 36]

HTML jazykem je popsána celá struktura stránek v systému World Wide Web (WWW). Nejčastěji se používají prvky jako tabulky, odstavce a seznamy.

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC „-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN“
„http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd“>
<html lang=“cs“><head>

<div class=“titlePublish“>
  <h1>Držák Tuck-Away</h1><span id=“title_publish_textbody“></span></div>
<div class=“article_body freetext“><div style=“text-align: justify;“><span style=“font-size: small;“>Tento speciální
držák poklopu najdete pouze u Weber <a href=“/grily-na-drevene-uhli/c-1124/“>grilů na dřevěné uhlí</a>. <strong>
Díky němu se nemusíte zbytečně rozmýšlet, kam odložit poklop od Vašeho grilu</strong>. Velmi snadno ho totiž do
držáku Tuck-Away zavěsíte a můžete se opět vrátit ke grilování. Navíc poklop zůstane v takové poloze, že se z něj stane
skvělá zábrana proti větru.
</span></div>
<div style=“text-align: center;“><img src=“/Files/weber-drzak-tuck-away.JPG“ alt=“weber držák na poklop“
width=“293“ height=“295“></div><br>
<div style=“text-align: justify;“><span style=“font-size: small;“><br>
</span><a href=“/grily-weber/t-352/“>Zpět na slovník pojmů</a></div></div>
<br class=“clear“ >
</div>
</body>
</html>
</head>
```

(zdroj: kamna-grily.cz)

Poslední verzi HTML vydalo konsorcium W3C v roce 1999. Jednalo se o HTML 4.01. Protože však jazyk HTML udává pouze vzhled stránky, který je ještě velmi omezen, konsorcium založilo novou skupinu, která začala pracovat na dalších vylepšených jazycích.

#### *Standardy HTML podle Stevena M. Schafera:*

- každá značka musí být ukončena odpovídající ukončovací značkou nebo lomítkem na konci značky,

- vlastnost každé značky musí být uzavřena v uvozovkách,
- vlastnost každé značky musí mít nějakou hodnotu. [4, str. 27]

## **XML**

Výhodou XML je používání vlastních tagů, které přesněji označují význam prezentovaných informací. To je velice důležité pro vyhledávání na internetu. Čím přesnější informace jsou vyhledávačům poskytnuty, tím jsou stránky lépe dohledatelné. [7]

Jde o doplňující metadata:

```
<product>
  <name>Horkovzdušná trouba Whirpool</name>
  <description>Nerezová vestavěná trouba za vynikající cenu.</description>
  <price_vat>18258</price_vat>
</product>
```

Zobrazování XML dokumentu se formátuje pomocí HTML tagů (zastaralý způsob) nebo lépe kaskádových stylů (CSS).

## **XHTML**

XHTML měl být původně nástupcem HTML.

„Stránky XHTML musí splňovat mnohem přísnější syntaktická pravidla než dnešní HTML stránky. Dnešní prohlížeče se dokáží vypořádat s mnoha chybami ve stránkách, jako jsou překřížené elementy, špatně spárované tagy apod. XHTML však vyžaduje, aby všechny stránky byly XML-dokumenty, a musí proto dodržovat správnou strukturu.“ [7]

## **CSS**

CSS formátuje obsah HTML, XML a XHTML dokumentů. Používání CSS stylů je novější způsob využívající tagu <style> a obecný atribut “style” s určitou přiřazenou vlastností. [8]

Oproti formátování pouze HTML tagy se s CSS styly naskýtá mnohem více možností, jak dokument bude vypadat. Nespornou výhodou je také to, že u HTML



formátování se každý element musel měnit zvlášť. S tímto novějším CSS formátováním je například změna písma na libovolném množství stránek hračkou. [9]

## **3.2. Off-page faktory**

Optimalizační off-page faktory nejsou přímou součástí webu. Jsou hůře ovlivnitelné, avšak jsou určujícím kritériem pro „sílu“ stránek. Ta je určena především rankem získaným ze zpětných odkazů.

### **3.2.1. Linkbuilding**

Linkbuilding je jednou z nejdůležitějších off-page technik. První vyhledávače pracovaly pouze na bázi zpětných odkazů. I přesto, že v současnosti vyhledávací enginy weby neposuzují pouze podle odkazů, linkbuilding nelze zanedbávat a je potřeba ho stále brát jako velmi účinnou SEO metodu. I zde se však najdou ti (ať už majitelé webů nebo najatí specialisté), kteří si svou práci chtějí usnadnit a volí pro budování zpětných odkazů méně vhodné praktiky.

Postupem času některé zpětné odkazy přestaly přinášet jakýkoliv užitek nebo za ně webové stránky byly od vyhledávacích robotů penalizovány. Nejčastěji se jedná o snadno umístitelné odkazy, jako jsou odkazové lišty či nejrůznější internetové katalogy. Dříve tyto odkazy možná fungovaly, ale jak se vyhledávací algoritmus neustále zlepšuje, jsou na SEO specialisty a majitele webů kladeny stále větší nároky. Kvalitní odkazový profil je tedy jedna z nejdůležitějších SEO součástí.

#### **Jak to nedělat**

Jakým zpětným odkazům nevěnovat pozornost a vyvarovat se tak penalizaci<sup>6</sup>?

- Site-wide odkazy, které se současně zobrazuje na tisíci dalších podstránkách. To může vypadat na první pohled jako výhodný odkaz. Jenomže vyhledávač si stránku rozdělí na jednotlivé bloky. Opakující se bloky na více podstránkách webu (typicky menu, navigace, hlavička, patička, boční bloky s opakujícími se informacemi), označí v porovnání s unikátním a neopakujícím se obsahem za méně podstatné. [2, str. 15]

---

<sup>6</sup> Za nekalé SEO praktiky vyhledávač penalizuje například ztrátou pozice dané stránky v SERP.

- Desetitisíce zpětných odkazů v řádech několika dní. Rychlý nárůst odkazů se obecně považuje za negativní faktor.
- Odkazy z netematických webů a linkfarem<sup>1</sup>.
- Výměna odkazů. Vyhledávací engin ji již dokáže snadno rozpoznat.

Jaký anchor text používat u zpětných odkazů? Nejběžnější text odkazů je název dané domény nebo značky. To sice posiluje brand a tedy lepší rank domény, ale jen málokdy jsou tato klíčová slova konvertující<sup>7</sup>. [1, str. 263]. Proto je velice důležité se při linkbuildingu zaměřit právě i na anchor texty, které pomohou získat lepší pozici na konvertující KW. V minulosti měly anchor texty pro roboty vyhledávacích enginů mnohem větší význam.

### **Tipy pro kvalitní linkbuilding**

Jak vypadá ideální odkazový profil? V dokonalém světě by na daný web odkazovali sami uživatelé internetu. To však v současnosti nestačí a linkbuilding potřebují i ti největší internetoví magnáti<sup>8</sup>.

Dobrý linkbuilder odvede svou práci, která se projeví na obchodních výsledcích webu. Bude vám také zasílat další tipy pro obsahový marketing, zvýšení návštěvnosti a jiná vylepšení. [10]

### ***Registrace do katalogů***

Internetový katalog je seznam odkazů na nejrůznější webové stránky, které jsou zařazeny do kategorií. [11] Katalogů je v dnešní době opravdu spousta a je pravda, že tyto odkazy ztrácí svou účinnost. Registrace v kvalitnějších katalogích se však stále vyplatí. Kvalitní katalogy jsou například Firmy.cz nebo Google Places.

### ***Sociální síť***

Sociální síť jsou pro Google vyhledávač důležité. A přestože odkazy z nich vedené disponují atributem nofollow<sup>9</sup>, jsou stále nedílnou součástí odkazového profilu. Vytvoření firemních profilů na Facebooku, Twitteru a Google+ je tedy nezbytné.

---

<sup>7</sup> Konvertující klíčová slova dovedou k cílené akci (nákup, registrace apod.)

<sup>8</sup> Apple, CocaCola aj.

## ***PR články***

PR<sup>10</sup> články mohou být užitečné, a naopak nemusí. Dobrý odkaz je umístěn na příbuzně tematickém webu a je obklopen relevantním textem. Tedy PR článkem o firmě, produktech či službách. Dále však musí být unikátní. Jestliže se PR článek opakuje na desítkách různých webů, které s daným webem nemají absolutně žádnou souvislost, nepřinese žádné ranky. Právě díky neustálému zlepšování Google algoritmu je stále těžší dostat z PR článku nějaký rank. [12]

## ***Blogy***

Úplně nejlepší variantou je vytvoření vlastního blogu. Pravda, jde o značně náročnou techniku, ale linkbuilding je sám o sobě náročný. S tím je zkrátka se třeba smířit. Na blogu by měly být publikovány články, novinky či zajímavosti především pravidelně. Blog by měl také opět samozřejmě souviset s tématem, kterému se věnuje i daný web.

Texty je možné vytvářet také na známých portálech, které mají pro vyhledávací roboty již větší význam a navíc mají zaběhlou určitou míru návštěvnosti.

## ***Guestblogging***

Při hostujícím blogování jde o nabídnutí článku jinému blogerovi nebo blogu. Je zde také možnost nechat vytváření obsahu přímo na blogerovi. Ideální je spolupracovat s nějakým vlivným blogerem. To může být často i dlouhodobější, pokud bude finanční stránka a výsledky oběma stranám vyhovovat. [18]

## ***Inzertní weby***

Výhodné je využít inzerce na nejrůznějších inzertních portálech. Nejlépe tematicky příbuzných, ale ani to vždy nelze. Inzerát na produkt či službu samozřejmě bude obsahovat odkaz, což znamená další užitečný link.

Příklady aukčních nebo inzertních portálů:

- [Aukro.cz](http://Aukro.cz)
- [Hyperinzerce.cz](http://Hyperinzerce.cz)

---

<sup>9</sup> Pokud je odkaz označen atributem nofollow, vyhledávač tento konkrétní odkaz nebude sledovat. Nebude mu tedy předávat žádnou hodnotu.

<sup>10</sup> Public Relations

- Sbazar.cz
- Bazos.cz
- Nejremeslnici.cz apod.

### ***Komentáře***

Komentáře pod články nebo v nejrůznějších poradnách jsou také vhodnou variantou odkazování. Pouze však v tom případě, že bude odkaz užitečný pro dané téma. Na zbytečné a nerelevantní vkládání odkazů pozor, považují se za SPAM<sup>11</sup>.

### ***Microsites***

Mikrostránka, někdy také označována jako satelitní web, se nejčastěji vytváří pro podporu konkrétního produktu. Microsite by neměla být umístěna na stejném hostingu jako původní web [2, str. 48] a název její domény by měl kopírovat název propagovaného produktu. Díky tomu, že se tento mini web zaměřuje pouze na jednu konkrétní věc, se snáze optimalizuje a ve výsledcích vyhledávání může být velmi úspěšný.

## **3.3. Black Hat SEO techniky**

Black Hat SEO jsou neetické techniky optimalizace pro vyhledávače. Tyto metody porušují pravidla vyhledávačů a jsou penalizovány.

### **3.3.1. Nákupy odkazů**

Jde např. o již zmiňované odkazy na linkfarmách, což jsou patičkové farmy plné desítek externích odkazů. Za linkfarmu lze považovat zápatí o více jak 20 nerelevantních externích odkazů. [13]

### **3.3.2. Neviditelná klíčová slova**

Skrytý text na webu je ukryt pro oči návštěvníků, ne však pro roboty vyhledávačů. Nejčastěji jde např. o rozsáhlý výčet klíčových slov či jiná nesmyslná spojení, díky kterým byla daná webová stránka na lepších pozicích v SERP.

Metody skrývání klíčových slov:

- Zabarvení textu stejnou barvou jako pozadí stránky.

---

<sup>11</sup> Nevýžádané reklamní sdělení.

- Skrytí textu pomocí CSS.
- Umístění textu za obrázkem.
- Nulová velikost textu.

### **3.3.3. Cloaking**

„Cloaking (z angl. slovesa cloak – zahalit, přikrýt) je technika, při které webový server pracuje se dvěma verzemi internetové stránky. Jedna je určená pro běžného uživatele, druhá pro internetový vyhledávač nebo antivirový detektor.” [14]

### **3.3.4. Doorway**

Doorway Black Hat metoda někdy nazývaná gateway, je založena na zaplnění stránky shlukem slov, nadpisů a odkazů. Z toho je ihned patrné, že pro uživatele internetu má taková stránka naprosto nulový význam. K čemu tato technika tedy vůbec slouží? Je určena především vyhledávačům a snaží se zlepšit pozice odkazovaných stránek.

## **3.4. Nástroje SEO**

### **3.4.1. Zobrazení zdrojového kódu**

Zobrazení zdrojového kódu www stránek je poměrně jednoduchou záležitostí. Může se tedy zdát, že nejde o žádný SEO nástroj, avšak opak je pravdou. Zdrojový kód ukazuje, jak danou stránku vidí vyhledávací engine. To je velice důležité, neboť podle zdrojového kódu lze snadno zjistit, zdali jsou správně vyplněna všechna meta data, jestli se na webu nepoužívá příliš flash<sup>12</sup> animací, jaká je podoba souboru robots.txt nebo nejsou-li nevhodně použity javascriptové odkazy.

### **3.4.2. Google Webmasters Tools**

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

Díky tomuto nástroji (který je opět zdarma k dispozici od Google) je možné odhalit potencionální problémy webu. „Pokud jde o znalost, jak by webové stránky měly fungovat podle firemních cílů, jsou nástroje pro webmastery pokladem.” [15]

---

<sup>12</sup> Flash animace používající JavaScript jsou hůře přístupné pro roboty vyhledávacích engineů. Je lepší se jim vyvarovat.

## Některé funkce Google Webmasters Tools:

- *Zjištění chyb v procházení*

Googlebot procházející www stránky často může narazit na nějaký závažný problém, který mu neumožní na danou stránku dále pokračovat. Jde například o nesprávné zobrazení stránek či chyby s kódem 404. U chybových hlášek 404 je dobré zkontrolovat, zda byla daná stránka odstraněna úmyslně (v tom případě bude za několik týdnů z indexu odstraněna a vše je v pořádku) nebo jde o stránku, která by měla správně fungovat. Díky této funkci jsou všechny potíže snadno zjistitelné a je možné ihned začít pracovat na nápravě.

- *Sitemaps*

Tato sekce zobrazuje všechny soubory Sitemap, které byly do Google Webmasters Tools nahrány. Ihned je také vidět, kdy byla vyhledávačem Sitemapa naposledy stažena, kolik URL soubor sitemap obsahuje a kolik je skutečně indexováno stránek. Nahrání vlastní sitemapy internetovému vyhledávači usnadní indexaci všech www stránek na webu. Díky tomuto souboru se vyhledávač na stránkách lépe vyzná. I z toho důvodu se již žádný větší e-shop nebo internetová prezentace bez sitemapy téměř neobejdou.

- *Robots.txt*

V tomto nástroji lze snadno vygenerovat vlastní soubor robots.txt. Jde o soubor, který vyhledávači sdělí, které stránky má z indexu vyřadit.

- *Návštěvnost z vyhledávání*

Obsahuje vyhledávací dotazy, které uživatelé internetu zobrazili a přes které přišli na naše stránky. Návštěvnost z vyhledávání také ukazuje pozici v Google SERP.

- *Počet indexovaných URL*

- *Seznam zpětných odkazů vedoucích na web*

Také vynikající funkce vhodná ke kontrole zpětných odkazů a jejich anchor textů.

- *Interní odkazy*

- *Statistiky procházení*

Tato sekce zahrnuje informace o počtu procházených stránek za den, rychlost stažení stránek a počet stažených kilobajtů za den.

- *HTML návrhy*

Zde jsou uvedeny případné www stránky, u kterých Google doporučuje zlepšit metadata.

– *Bezpečností problémy*

Informuje o napadení webu malwarem apod.

### **3.4.3. Google Analytics**

<http://www.google.com/analytics/>

Nepostradatelný marketingový nástroj, který analyzuje chování návštěvníků webu, měří výkonnost a průchodnost webu a nespočet dalších detailních, velmi důležitých metrik. Jde o velice rozsáhlý program, který Google poskytuje zdarma.

Prostřednictvím Google Analytics se dá zjistit opravdu mnoho informací o webu:

- Počet návštěvníků webu za určité časové období.
- Odkud návštěvníci přišli.
- Kolik stránek procházeli a tedy co na webu dělali.
- Kolik jich dokončilo a kolik nedokončilo objednávku.
- Která stránka byla pro návštěvníka vstupní a která výstupní.
- Přes které vyhledávací dotazy (KW) návštěvníci na web přišli (v současnosti však Google Analytics tyto informace přestává zveřejňovat).
- Které stránky na webu jsou nejvíce konvertující.

Analýza se však nemusí týkat vždy přímo našeho samotného webu. Díky Google Analytics je snadno zjistitelné, kolik lidí kliklo na odkaz v PR článku apod. Za URL adresu takovýchto odkazů stačí pouze vložit speciální měřicí kód, který lze napsat ručně nebo se nechá vytvořit v Google nápovědě:

<https://support.google.com/analytics/answer/1033867?hl=cs&rd=1>.

Díky měřicímu kódu lze například i měřit, které on-line reklamy jsou nejúčinnější a lze je od sebe snadno odlišit.

	Akvizice			Chování			Konverze		
	Návštěvy ↓	Procento nových návštěv ↓	Nové návštěvy ↓	Míra okamžité... opuštění ↓	Počet stránek na návštěvu ↓	Prům. doba trvání návštěvy ↓	Transakce ↓	Tržby ↓	Konverzní poměr elektronického obchodu ↓
	2 856	80,78 %	2 307	61,59 %	2,07	00:01:23	8	13 931,00 Kč	0,28 %
Organic Search	2 264			62,81 %			2		
Referral	329			57,14 %			4		
Direct	192			59,90 %			2		
(Other)	57			43,86 %			0		
Social	11			63,64 %			0		
Email	2			100,00 %			0		
Display	1			0,00 %			0		

Obrázek č. 5 – Google Analytics (zdroj: Google Analytics)

#### 3.4.4. Collabim

<http://www.collabim.cz/>

Collabim je velice užitečný nástroj pro sledování pozic ve vyhledávacích na daná klíčová slova. Díky tomu pomáhá odhalit i spoustu nových klíčových slov, na která se dá web ještě optimalizovat. Navíc lze pozice porovnat i s konkurencí.

Neméně užitečnou funkcí, kterou Collabim disponuje, je vyhledávání tematicky příbuzných webů pro linkbuilding.

#### 3.4.5. mYx

<http://www.myx.cz/>

Struktura a funkčnost webu je nedílnou součástí optimalizace. Tento nástroj se zaměřuje především na to, jakým způsobem využívají web jeho návštěvníci. mYx je vlastně heat mapa, která zobrazuje nejklikanější části stránek. Lze tak snáze optimalizovat ty části webu, které jsou důležité.





Obrázek č. 6 – Heat mapa (zdroj: wel.cs.manchester.ac.uk)

### 3.4.6. Copyscape

<http://www.copyscape.com/>

Jde o vynikající pomůcku určenou ke kontrole duplicitního obsahu na jiných webech. Často se lze setkat například se zkopírovanými popisky produktů. Toto je dobré si ohlídat, neboť pokud si již někdo dá tu práci s originálními texty a popisky, nikdo nemá právo je kopírovat na svůj web.

## 4. Analytická část

SEO audit by měl odhalit chyby a nedostatky webu. Také by však měl poradit, jak zvýšit pozice ve vyhledávání, návštěvnost a samozřejmě konverze. Tato část bakalářské práce analyzuje internetový obchod Kamna-Grily.cz, který se zaměřuje na prodej značkových grilů Weber a krbových kamen Morso. Na svých internetových stránkách tento obchod prezentuje i mnoho dalších produktů, ale primárním zaměřením jsou právě grily Weber. Pro zajištění provozu jsou vyčleněni 3 pracovníci. Náplní práce jednoho z nich (správce webu) je i optimalizace, na kterou má vyčleněno 8 hodin týdně.

### 4.1. Pohledem zákazníka

V první fázi webové analýzy je nejdůležitější na chvíli zapomenout na roli autora bakalářské práce. Přepnout na druhou část mozku a e-shop si prohlédnout z pohledu potenciálního zákazníka, který daný internetový obchod prohlíží. Z uživatelského hlediska je nesmírně důležité, aby se mohl návštěvník po webu snadno pohybovat.

#### 4.1.1. Uživatelský prožitek

Přehlednost stránek a jejich rychlé a snadné pochopení uživatelem je zásadní. Sebelepší rank je k ničemu, pokud má www stránka špatný design a informační hierarchii.

Web Kamna-Grily.cz má na první pohled trochu nepřehledné levé menu s kategoriemi. Je tedy dobré se zamyslet nad jejich přehlednějším rozdělením. Celkově lepšímu dojmu by také pomohlo lepší grafické rozlišení kategorií v tomto levém sloupci.

Chytře je naopak vymyšlena navigace pomocí obrázků, která se vyskytuje jak na homepage, tak v ostatních podkategoriích webu.

Uživatelský prožitek zlepšuje i rychlost stránek. Pouze málo webů se na tento problém důkladně zaměřuje i přesto jsou rychlé stránky zkrátka více „sexy“ a internetového uživatele vždy rychlý web minimálně potěší. Internetový obchod Kamna-Grily.cz by měl zrychlit své načítání především úpravou obrázků. Většina img souborů je na web vložena ve formátu .png. Tyto obrázky jsou vhodné k bezztrátové kompresi, například pomocí on-line nástroje tinypng.com.

#### 4.1.2. Průchodnost košíkem

Průchodnost košíku se u průměrných e-shopů pohybuje v rozmezí 40 – 45 %. Obchod Kamna-Grily.cz je přímo na 40 % hranici. Nejlepší e-shopy dosahují průchodností až 70 %. [16]. Již z pohledu na obrázek č. 7 je patrné, že je v košíku Kamna-Grily.cz co zlepšovat.

The screenshot shows a shopping cart interface. At the top, there are three tabs: 'Nákupní košík' (active), 'Doručení a platba', and 'Adresy'. Below the tabs is a table of items:

VAŠE OBJEDNÁVKA		Množství	Cena/š s DPH	Celkem s DPH
Kód	Název položky			
000212	Krytka kolečka Premium	1 ks	229,00 Kč	229,00 Kč
00025	Sada náčiní Weber Style - červená	1 ks	1 049,00 Kč	1 049,00 Kč

Below the items table, there is a summary bar: 'vyprázdnit košík' and 'Celková cena s DPH: 1 278 Kč'. A table below that shows tax details:

Daňová sazba	Bez daně	Daň	Celkem
21.0%	1 056,20 Kč	221,80 Kč	1 278,00 Kč

At the bottom, there is a 'KUPÓN:' field with an 'Uplatnit kupón' button. Below that are two buttons: 'Pokračovat v nákupu' and 'DOPRAVA A PLATBA'.

Obrázek č. 7 – Nákupní košík KG (zdroj: kamna-grily.cz)

#### Doporučení pro zlepšení:

- přidání náhledových obrázků k produktům
- více platebních metod
- větší výběr dopravců (v současnosti pouze Česká pošta s.p.)
- logičtější uspořádání platebních metod (na první místo platba hotově)
- A/B testování

## 4.2. SEO audit

### 4.2.1. Odkazový profil

K analýze odkazového profilu lze využít hned několik nástrojů. Prvním z nich je nástroj Open Site Explorer, který vyvinula americká společnost Moz (dříve seoMoz). Kvalitní odkazový profil se vyznačuje co nejrelevantnějšími webovými stránkami. „Nekvalitní odkazový profil poznáme podle počtu odkazů směřujících na danou stránku. Jestliže tyto odkazy převyšují samotný počet odkazujících webů, je jasné, že to není zrovna kvalitní způsob budování zpětných odkazů.” [17]

S pomocí nástroje Open Site Explorer byla zkontrolována podoba anchor textů. Nejzápadnější je informace o chybějícím anchor textu u 1047 externích odkazů. Jde o obrázky – tedy placené bannery. Vždy je lepší mít odkazy v textové podobě, a pokud musí být nutně v bannerech, je vhodnější jim přiřadit atribut nofollow.

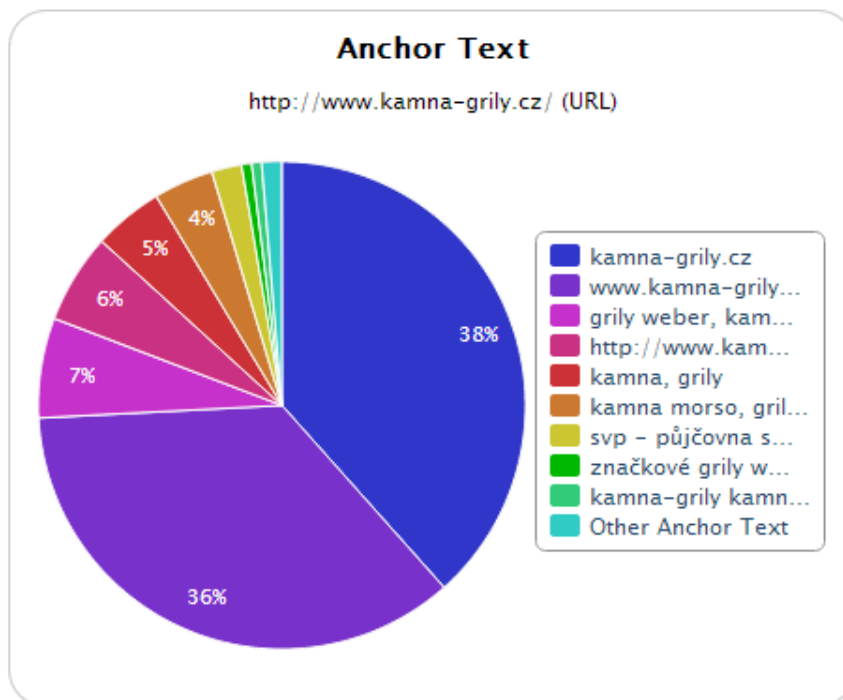
Nofollow – odkazy s atributem rel="nofollow" nejsou vyhledávači sledovány. Nepřidávají stránce žádnou hodnotu, tedy PageRank (Google) nebo S-rank (Seznam).

Podle analýzy odkazů doména Kamna-Grily.cz atribut nofollow nepoužívá v žádném odkazu, přitom je na první pohled patrné, že je mnoho odkazů placených. Tyto odkazy nepředstavují prozatím žádný problém, web Kamna-Grily.cz je v pořádku indexován, avšak potíže může nastat v budoucnu, kdy budou vyhledávací algoritmy ještě dokonalejší než nyní. Mnoho marketérů se stále domnívá, že je to pouze vzdálená hudba budoucnosti, jsou tu však i takoví, kteří věří, že tato budoucnost není až zas tak daleko. Rychlost vývoje vyhledávacích enginů tomu ostatně nasvědčuje. Web Kamna-Grily.cz by měl nedůvěryhodné a placené odkazy upravit na nofollow, aby nebyl v budoucnu penalizován. Samozřejmě nesmí jít o rozsáhlou úpravu v jednom okamžiku, aby nedošlo k masivnímu úbytku odkazů. Vše musí jít co nejpřirozeněji a tedy rovnoměrně.

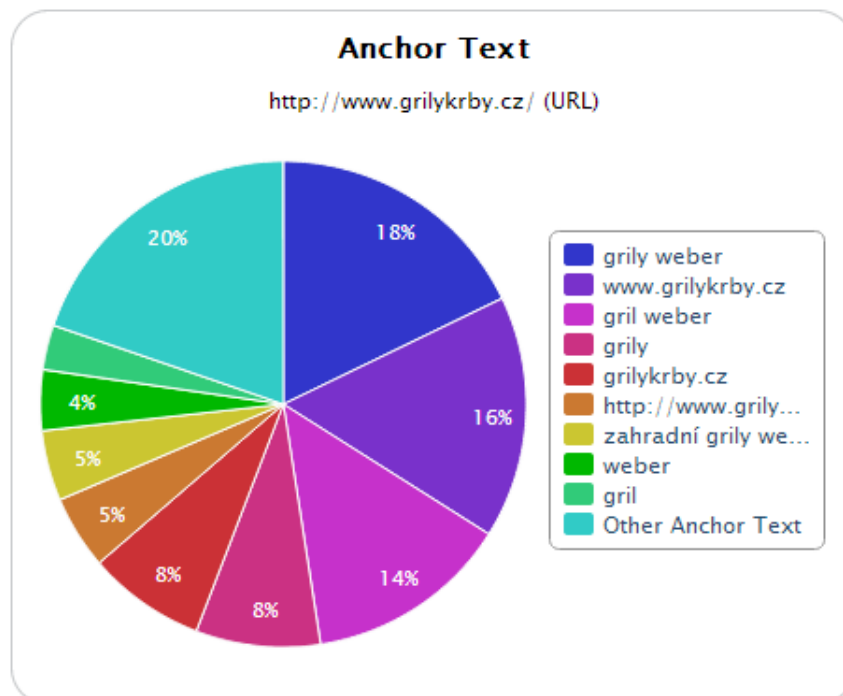
Když byl odkazový profil prozkoumán, je vhodné ho s něčím porovnat. Nejlépe s konkurencí (tedy příbuzným webem), který je ve výsledcích vyhledávání o dost úspěšnější než web Kamna-Grily.cz.

Pro naše účely jsme vybrali internetový e-shop grilykrby.cz. S pomocí nástroje Open Site Explorer a MajesticSEO si na první pohled můžeme všimnout několika rozdílů.

*Anchor text*



Graf č. 1 – Anchor Text Kamna-Grily.cz (zdroj: majesticseo.com)



Graf č. 2 – Anchor text GrilyKrby.cz (zdroj: majesticseo.com)

Z grafů č. 1 a č. 2 je vidět hned několik zásadních rozdílů. Většina anchor textů u webu Kamna-Grily.cz je zaměřena na doménu. To může znamenat dvě věci:

- 1) zaměření na brand
- 2) u většiny odkazů anchor text úplně chybí

Podporování značky shopu je jistě velmi důležité, ale v tomto případě nám jde o dohledatelnost našich produktů, služeb či jiného webového obsahu. Při kontrole backlinks je patrné, že je problém právě v chybějícím anchor textu. O důležitosti anchor textů se zmiňuje kapitola 3.1.7.

Web grilykrby.cz má své anchor texty rozloženy lépe. Konkrétně klíčové slovo „grily Weber“ zastupuje celých 18 %. Web kamna-grily.cz klíčové slovo grily Weber použil pouze v 7 % a navíc ještě nešťastně v kombinaci se slovem kamna Morso – tedy „grily Weber, kamna Morso“.

Tato malá analýza již naznačuje, proč web grilykrby.cz zaujímá na KW „grily Weber“ na Google první pozici. Analyzovaný web Kamna-Grily.cz je až na 11. místě, což je až druhá strana vyhledávání.

### Počet zpětných odkazů

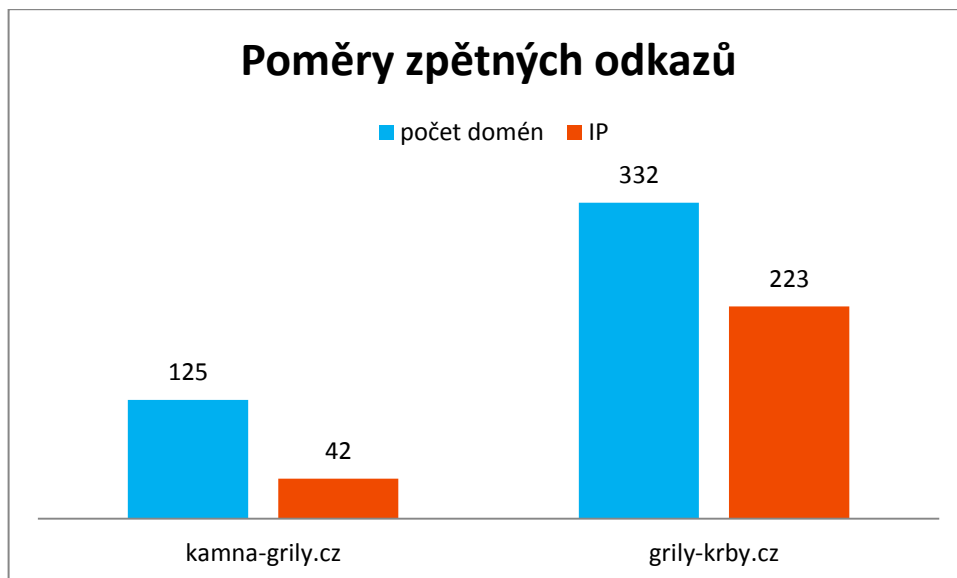
Kvalitu odkazového profilu posuzujeme také podle poměru počet odkazů vs. počet domén.

<b>Kamna-Grily.cz:</b>	
Počet externích odkazů:	10 761
Počet externích domén:	125
Počet IP adres:	42

Tabulka č. 1 – Externí odkazy (zdroj: majesticseo.com)

Odkazy by měly vést z co možná nejvíce domén a IP adres. Z toho, že má web Kamna-Grily.cz pouze 125 domén, které navíc sídlí pouze na 42 unikátních IP adresách, je zřejmé, že většina externích odkazů je v patičkách a hlavičkách webů jako site-wide odkaz.

Pro lepší představu jsou výsledky opět porovnány s webem grilykrby.cz. Na tento web vede sice méně externích odkazů, celkem 85 760, zato jsou tyto odkazy z téměř 3x více domén. Srovnání je uvedeno v grafu č. 3:



Graf č. 3 – Poměry zpětných odkazů (zdroj: majesticseo.com)

#### 4.2.2. Obsah

Tato kapitola je věnována samotné úrovni optimalizace stránek. Analýza obsahových faktorů se zaměřuje nejenom směrem k lidem, ale také k vyhledávacím enginům. I přesto je důležité mít stále na paměti, že se obsah vytváří především pro uživatele.

#### Zahrnutí klíčových slov

Každá stránka by měla být optimalizovaná na určitá vyhledávaná klíčová slova. Jestliže texty na web píše externista, měl by být o zahrnutí klíčových slov dostatečně informován. Nejlépe zprávou o analýze klíčových slov.

Krátká kontrola důležitých klíčových slov v nástroji Návrh klíčových slov v PPC systému Sklik:

<b>Klíčové slovo</b>	<b>Hledanost</b>
gril weber	3 898
weber gril	2 225
grily weber	1 084
grily weber akce	378
plynový gril weber	243
zahradní grily weber	217
weber grily	182
plynové grily weber	161
elektrické grily weber	119
zahradní gril weber	116
elektrický gril weber	116
gril weber one touch	86
gril weber weber	34
gril weber q 140	29
gril weber 47	26
gril weber q 300	25
grily weber praha	22



V seznamu klíčových slov pokračují další long tail fráze na konkrétní označení grilů apod.

Long Tail KW – (v překladu dlouhý ocas) jsou klíčová slova, která jsou co nejvíce zkonkretizovaná. Sice nejsou vyhledávaná v takové míře, ale zato mají mnohem větší konverzní poměr než obecná klíčová slova. Internetový uživatel, který hledá takto konkrétní produkt, o něm již něco ví a s velkou pravděpodobností ho chce již zakoupit.

Typické long tail klíčové slovo: plynový gril Weber Spirit E-320

Oproti tomu obecné klíčové slovo „grily Weber“ hledá uživatel, který se teprve o koupi rozhoduje a hledá co nejlepší dostupné informace. Konverzní poměr na tomto klíčovém slovu značně klesá.

Ideální je kombinovat obě varianty a necílit pouze na nejkonkurenčnější klíčová slova, ale i na ty long tailové, které v konečném výsledku přinášejí vyšší finanční užitek. Toto je doporučení pro web Kamna-Grily.cz.

Vzhledem k obsáhlému obsahu v kategoriích a podkategoriích (každá stránka obsahuje výčet produktů), je hustota optimalizovaného klíčového slova vždy zředěna. V těchto případech je optimalizace o něco obtížnější. Kdybychom totiž přidávali další klíčová slova, text by byl sice účinnější pro vyhledávače, nikoliv pro opravdové zákazníky. Uživatelská přívětivost takového textu by byla minimální.

Na webu Kamna-Grily.cz je správně ke kategoriím doplněn text užitečný pro zákazníky, který je zároveň optimalizovaný na relevantní klíčová slova. V určitých kategoriích však chybí.

Chybějící optimalizovaný text kategorie:

URL s absencí optimaliz. textu	Navrhovaná KW	Hledanost
/master-touch-gbs/c-1191/	master touch gbs	39
	weber master touch gbs	49
	gril weber master touch gbs	10
	gril na dřevěné uhlí master touch	5
/performer/c-1129/	weber gril performer	10

/lotusgrill/c-1199/	lotusgrill	40
	gril lotusgrill	6
	zahradní gril lotusgrill	5
/krbova-kamna/c-1221/	krbová kamna	26 091
	krbová kamna s výměníkem	16 373
	krbová kamna akce	5 556
	krbová kamna prodej	2 336
	litinová krbová kamna	2 231
	kachlová krbová kamna	1 366
	krbové kamna	1 313
/kuchynske-doplňky/c-1207/	kuchyňské doplňky	767
	doplňky do kuchyně	787
	doplňky do kuchyní	157
	doplňky kuchyňské	42
	luxusní kuchyňky do kuchyně	10

Tabulka č. 2 – Texty kategorií (zdroj: sklik.cz)

## **Title**

Značka title je nejdůležitější prvek optimalizace každé www stránky. Většina stránek webu Kamna-Grily.cz nemá title optimalizovaný.

### ***Správný postup pro tvorbu title:***

Primární klíčové slovo – sekundární klíčové slovo | Značka nebo doména

Kamna-Grily.cz je web provozovaný na systému FastCentrik od společnosti NetDirect. Největší problém tohoto systému je nemožnost vlastního plnění titulků a description u produktů. Zde tedy bohužel podobu title nelze optimalizovat, což má za následek např. mnoho duplicitních titulků, jak ukazuje nástroj Google Webmasters Tools. Stojí proto na zvážení klienta, zdali nezměnit systém na některý vhodnější. Vybudování nového webu však stojí nemalé peníze a čas. Navíc pokud nebudou zachovány všechny URL adresy, dosavadní pozice v SERP budou ztraceny. A to je noční můra každého provozovatele webu.

Na všech www stránkách má web Kamna-Grily.cz správně automaticky nastavenou značku, která je zároveň i doménou:

Primární klíčové slovo | **Kamna-Grily.cz**

Systém FastCentrik si titulek bere automaticky z nadpisu H1 a díky tomu je v titulku prakticky vždy obsaženo klíčové slovo. Analýza titulků obsahových stránek webu však prokázala, že titulek ve většině případů není doplněn o sekundární klíčové slovo. Jde o text, který by celý titulek rozšířil a zvýšil jeho proklikovost.

Obsahové stránky vhodné na lepší optimalizaci title:

<b>URL</b>	/plynove-grily-weber/c-1136/
<b>Současný title</b>	Plynové grily Weber   Kamna-Grily.cz
<b>Navrhovaný title</b>	Plynové grily Weber se zárukou 25 let   Kamna-Grily.cz
<b>URL</b>	/clanky/t-301/
<b>Současný title</b>	Články   Kamna-Grily.cz
<b>Navrhovaný title</b>	Rady a tipy – grilování, topení v kamnech   Kamna-Grily.cz
<b>URL</b>	/grily-na-drevene-uhli/c-1124/
<b>Současný title</b>	Weber grily na dřevěné uhlí   KG
<b>Navrhovaný title</b>	Weber grily na dřevěné uhlí – doprava zdarma   Kamna-Grily.cz
<b>URL</b>	/master-touch-gbs/c-1191/
<b>Současný title</b>	Master-Touch GBS   Kamna-Grily.cz
<b>Navrhovaný title</b>	Gril Master-Touch GBS – doporučuje Z. Pohlreich   Kamna-Grily.cz
<b>URL</b>	/krbova-kamna/c-1221/
<b>Současný title</b>	Krbová kamna   Kamna-Grily.cz
<b>Navrhovaný title</b>	Krbová kamna – kvalita s maximální výhřevností   Kamna-Grily.cz

Tabulka č. 3 – Optimalizace title (zdroj: kamna-grily.cz)

Audit webu má poukázat na jeho nedostatky, z toho důvodu je zde uvedeno jen několik příkladů, jak by mohly titulky vypadat.

## Description

Jak bylo již zmíněno, systém FastCentrik neumožňuje optimalizaci titulků a tedy ani description u produktových karet. Vyhledávače tyto popisky řeší po svém a do tagu description dosadí úryvky textu, které se na dané stránce nachází.

Na description by měl být brán velký zřetel alespoň tam, kde to jde. Tedy kategorie, podkategorie produktů, články a recepty.

Na nedostatečné nebo žádné popisky upozorňuje nástroj Google Webmasters Tools:

Titulek	URL
Krbová kamna   Kamna-Grily.cz	/krbova-kamna/c-1208/
Krbová kamna   Kamna-Grily.cz	/krbova-kamna/c-1218/
Krbová kamna   Kamna-Grily.cz	/krbova-kamna/c-1221/

Tabulka č. 4 - Description (zdroj: kamna-grily.cz)

Tyto tři rozdílné stránky (kategorie produktů) mají naprosto nevhodně vyplněný titulek. Description neobsahují vůbec. Na první pohled není jasné ani z URL adresy, o jaká kamna jde. Titulek a description by měly návštěvníkovi a vyhledávacímu enginu napovědět, co na dané stránce nalezne.

S takto duplicitními titulky a kategoriemi se e-shop potýká na více místech. Je důležité tyto kategorie řádně odlišit jak v tagu title a description, tak v URL adrese a samotném obsahu stránky.

Description není řádně vyplněn ani u receptů, což opět může způsobovat nižší proklikovost vyhledávání.

URL
/stika-na-kminu/t-346/
/vegetarianske-pokrmy/t-308/
/veprove-maso/t-307/

/kureci-rolada-s-cuketovym-salatem/t-435/
/kureci-tapas/t-395/
/steak-z-lososa-s-nektarinkovou-salsou/t-434/

Tabulka č. 5 – Recepty (zdroj: Google Webmasters Tools)

Kompletní seznam krátkých či duplicitních descriptions se nachází v příloze č. 1.

### **Alt atribut u obrázků**

Další fází je kontrola altů u obrázků. K tomuto účelu byl použit nástroj Web Developer, který umožňuje snadné zobrazení atributu alt u každého obrázku. Při náhodné kontrole několika nejdůležitějších stránek bylo zjištěno, že mnoho obrázků není důsledně popsáno.

Vhodné je začít od hlavní strany (homepage), kde nejsou altem popsány například obrázky, které slouží jako navigace do důležitých kategorií webu.

### **4.2.3. Soubor Sitemap**

Web Kamna-Grily.cz obsahuje soubor Sitemap, který neobsahuje žádné chyby a tím pomáhá vyhledávacím enginům s indexací.

Odesláno www stránek: 782

Indexované stránky: 769

Vše je v pořádku.

### **4.2.4. Kanonizace URL adres**

Většina internetových obchodů má problémy s kanonizací. Jde o duplicitní HTML obsah, který však není vytvořen záměrně. Jedná se především o stránky s produkty, kde můžeme nastavit nejrůznější filtry řazení či stránkování.

Grily tedy můžeme seřadit podle ceny, názvu kódu apod. Každá tato operace má jinou URL adresu, obsah je ale stejný.

<b>Kanonické URL webu Kamna-Grily.cz (kategorie grily na dřevěné uhlí)</b>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/">http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=category">http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=category</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=price">http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=price</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=640">http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/?pn=640</a>

Tabulka č. 6 – Kanonické URL (zdroj: kamna-grily.cz)

V této chvíli je vhodné zvolit nejpoužívanější URL adresu (tedy tu, na kterou je nejčastěji odkazováno) a nastavit ji jako kanonickou (preferovanou). Jinak si ji Google vyhledávač z těchto duplicitních stránek sám vybere.

#### **Nastavení kanonické adresy**

- **HTML atribut rel="canonical"**

Ke všem nepreferovaným HTML stránkám (nekanonickým) přidat atribut rel="canonical" do sekce <head>.

**Např.:** <link href=" <http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli/c-1124/>" rel="canonical">

- **Přesměrování 301**

U veškerých nenakonických stránek použít přesměrování 301 na preferovanou URL adresu.

Toto jsou dva nejefektivnější způsoby, jak vyhledávači sdělit preferované adresy.

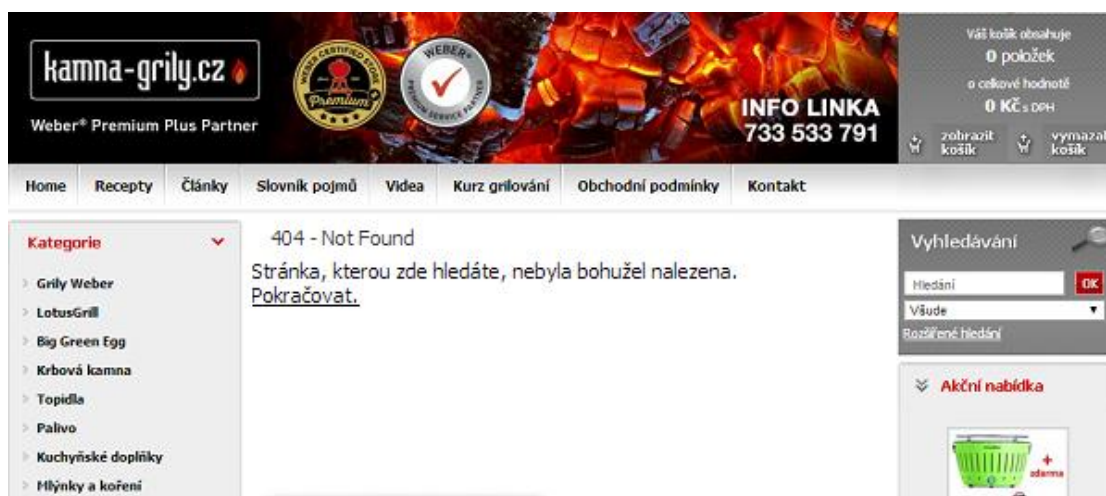
#### **4.2.5. Chyby v procházení**

Google Webmasters Tools nenašel závažné problémy s procházením. 73 stránek však obsahuje chybovou hlášku 404 File Not Found. Mnoho těchto chybových hlášek je způsobeno tím, že byla určitá stránka z webu odstraněna, avšak na jiné URL adrese na ni zůstal zapomenutý odkaz. Odstraněním těchto chybných interních odkazů se napraví většina chyb.

Kompletní seznam chybových stránek: příloha č. 2.

## 404 error

Podoba chybových stránek by neměla být podceňována. Z uživatelského hlediska je takováto stránka bezcenná. E-shop však chce zákazníkovi pozornost udržovat co nejdéle, proto je vhodné na stránku 404 přidat návrhy produktů či obsahu. Obchod Kamna-Grily.cz má tuto chybovou hlášku celkem dobře vyřešenou. Na obrázku č. 8 můžeme vidět, že hlavička, levý panel s kategoriemi a pravý panel s vyhledáváním zůstávají viditelné. Jde to však ještě vylepšit nějakým užitečným textem, nabídkou a obrázkem.



Obrázek č. 8 – Chybová hláška 404 (zdroj: kamna-grily.cz)

## 5. Zhodnocení výsledků

Audit internetového obchodu Kamna-Grily.cz prokázal, že webu není věnována dostatečná pozornost. Správce webu se optimalizací zabývá zhruba 8 hodin týdně, což není adekvátní rozsáhlému produktovému portfoliu, které tento e-shop nabízí.

Optimalizační nedostatky byly zjištěny téměř ve všech oblastech, kterými se audit zabýval, přičemž některá doporučení jsou již uvedena v samotné analytické části této práce.

Z pohledu zákazníka je tento elektronický obchod trochu nepřehledný. Měl by lépe graficky odlišit uživatelské prvky, jako jsou kategorie v levém hlavním menu a vylepšit roztřídění těchto kapitol. Uživatelskou přívětivost zlepší rychlejší načítání webu, což znamená komprese většiny obrázků.

V porovnání s konkurencí není odkazový profil webu Kamna-Grily.cz dostatečně propracovaný. Budování kvalitního odkazového profilu vyžaduje tvorbu strategického plánu, podle kterého se bude linkbuilding řídit. V současnosti nejsou odkazy budovány systematicky.

Obsahovou analýzou bylo zjištěno, že některé produkty e-shopu zcela postrádají svou charakteristiku. Mnoho ostatních produktů má sice své vlastnosti popsány, ale ty by mohly být zpřehledněny. Často jde pouze o lité text, ve kterém se může zákazník hůře vyznat. Z obsahového hlediska je nutné vylepšit většinu titulků a popisků (meta data) u článků, kategorií i produktů. Titulky, stejně jako descriptions musí být tvořeny lákavějším způsobem. Nesmí v nich chybět klíčová slova.

Další optimalizační vylepšení se týkají kanonizace URL adres. Zde je nutné pečlivě projít všechny kategorie webu a zvolit preferovanou adresu pro vyhledávací enginy.

Posledním nutným krokem k lepší optimalizaci webu je odstranění chyb v procházení. Nejčastějším chybovou hláškou je zde chyba 404 Not Found, tyto problémy jsou většinou snadno odstranitelné, neboť jde především o chybně vyplněnou URL adresu v interních odkazech.



## 6. Závěr

Web Kamna-Grily.cz se pohybuje ve velmi konkurenčním prostředí. I proto by se měl více zaměřit na detaily, které jsou v optimalizaci pro vyhledávače velice důležité. Bohužel je tento internetový obchod v mnoha optimalizačních technikách zbrzděn systémem FastCentrik, na kterém je e-shop postaven.

Nedostatky jsou však i v optimalizaci, která již ovlivnit jde. Některé produkty stále neobsahují svůj unikátní popis, což snižuje jejich umístění v SERP, a web díky tomu může navodit dojem, že ještě není dokončený. Celý web navíc absolutně postrádá používání nadpisů H2 – H6, což je škoda, neboť právě zde je prostor pro umístění dalších relevantních klíčových slov. Mnoho nedostatků pak tkví v nedbalém vyplňování titulků, které mají vliv na návštěvnost webu.

Oproti své konkurenci má tento e-shop stále málo zpětných odkazů, které navíc nejsou dostatečně kvalitní. Vyšší pozice ve vyhledávačích jsou tedy podmíněny zapracováním na kvalitním a obsáhlém odkazovém profilu.

Závažnější problémy nebyly na webu nalezeny, a proto se v něm stále skrývá potenciál být kvalitním webem, který se vyrovná své konkurenci. Při rozšíření pracovních kapacit, lze nedostatky e-shopu napravit. Ideálním řešením je optimalizaci pro vyhledávače svěřit do rukou odbornému pracovníkovi, který bude mít na tuto činnost dostatek času. Jeho pracovní náplní bude odstranění všech nedostatků, sledování nejnovějších SEO trendů v oblasti elektronického prodeje a neustálé vylepšování webu.

## 7. Seznam použitých zdrojů

1. DOVER, Danny, DAFFORN, Erik. *SEO – Optimalizace pro vyhledávače profesionálně*. Zoner Press, 2012. ISBN 970-80-7413-172-1
2. LINHART, Jan, KUBÍČEK, Michal. *333 tipů a triků pro SEO*. Computer Press, 2010. 264 s. ISBN 978-80-251-2468-0
3. HORŇÁKOVÁ, Michaela, *Copywriting*. Computer Press, 2011. 245 s. ISBN 978-80-251-3269-2
4. SCHAFER, Steven M. *HTML, XHTML a CSS – Bible pro tvorbu WWW stránek*. Grada, 2009. 648 s. ISBN 978-80-247-2850-6
5. PROKOP, Marek. Kolik klíčových slov se vejde na jednu stránku. *Vyhledávače.info* [online]. [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: <<http://vyhledavace.info/clanky/245/kolik-klicovych-slov-se-vejde-na-jednu-stranku>>
6. PROCHÁZKA, Tomáš. Jak vytvořit přehlednou strukturu webu. *Včeliště.cz* [online] 2013. [cit. 2014-02-25] Dostupné z: <<http://www.vceliste.cz/jak-vytvorit-prehlednou-strukturu/>>
7. KOSEK, Jiří. *XML* [online] 1990, [cit. 2014-02-01] Dostupné z: <<http://www.kosek.cz/clanky/xml/xml-uvod.html>>
8. JANOVSÝ, Dušan. *CSS styly – úvod* [online]. [cit. 2014-02-26] Dostupné z: <<http://www.jakpsatweb.cz/css/css-uvod.html>>
9. Web tvorba. *Úvod do CSS* [online] 2004, [cit. 2014-02-26] Dostupné z: <<http://www.webtvorba.cz/css/uvod-do-css.html#kcemu>>
10. HNÁTEK, Marek. *7 nejhorších SEO služeb* [online] 2013, [cit. 2014-02-28] <Dostupné z: <http://blog.marekhnatek.cz/7-nejhorsich-seo-sluzeb-pro-vas-novy-web/>>
11. Podnikatelský web, *Internetové katalogy* [online], [cit 2014-02-28] Dostupné z: <<http://www.podnikatelskyweb.cz/slovník-pojmu/internetove-webkatalogy/>>
12. NOVOTNÝ, Pavel. 3 sixty blog, *Jak by měl vypadat odkazový profil po update Penguin 2.0*. [online] 2013, [cit. 2014-01-10] Dostupné z:

<<http://www.3sixty.eu/blog/jak-by-mel-vypadat-odkazovy-profil-po-updatu-penguin-2-0>>

13. SEO professional, *Link farmy* [online], [cit. 2014-02-06] Dostupné z: <<http://www.seo-profesional.cz/link-farmy/>>
14. Besteto, *Co je Cloaking* [online] 2013, [cit. 2013-12-22] Dostupné z: <<http://www.besteto.cz/cloaking>>
15. Shoptet blog, *Co je potřeba vědět o používání Google Webmasters Tools* [online] 2012, [cit. 2013-12-06] Dostupné z: <<http://blog.shoptet.cz/co-je-potreba-vedet-o-pouzivani-google-webmaster-tools/>>
16. MARTINEC, Jakub. Acomware, *Optimalizace nákupního procesu* [online] 2013, [cit. 2014-03-02] Dostupné z: <<http://www.slideshare.net/acomwareonline/prchodnost-kokem-apek>>
17. Japa PR, 3. *Tip na zpětný odkaz* [online] 2013, [cit 2014-03-10] Dostupné z: <<http://www.agenturajapa.cz/news/a3-tip-na-zpetny-odkaz-nejlepsi-je-mit-odkazy-vsude/>>
18. KUBÍČEK, Michal. *50 odkazů na zpětný odkaz*. PronetMedia s.r.o., 2012. 87 s. ISBN: 978-80-87721-01-8

## 8. Přílohy

### 8.1. Krátké značky description

URL
<a href="http://www.kamna-grily.cz/1-originalni-grilovaci-system-weber/t-414/">http://www.kamna-grily.cz/1-originalni-grilovaci-system-weber/t-414/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/2-vybirame-gril-weber/t-415/">http://www.kamna-grily.cz/2-vybirame-gril-weber/t-415/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/3-bezpecne-grilovani/t-416/">http://www.kamna-grily.cz/3-bezpecne-grilovani/t-416/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/4-jak-spravne-roztopit-gril/t-417/">http://www.kamna-grily.cz/4-jak-spravne-roztopit-gril/t-417/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/5-metody-grilovani/t-418/">http://www.kamna-grily.cz/5-metody-grilovani/t-418/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/6-jak-na-dokonalu-steak/t-419/">http://www.kamna-grily.cz/6-jak-na-dokonalu-steak/t-419/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/7-neomezene-moznosti-grilu/t-420/">http://www.kamna-grily.cz/7-neomezene-moznosti-grilu/t-420/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/7-tipu-jak-lepe-grilovat/t-438/">http://www.kamna-grily.cz/7-tipu-jak-lepe-grilovat/t-438/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/akce-darek-zdarma/t-332/">http://www.kamna-grily.cz/akce-darek-zdarma/t-332/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-373/">http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-373/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-421/">http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-421/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/cistic-skel/d-70777/">http://www.kamna-grily.cz/cistic-skel/d-70777/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/clanky/t-301/">http://www.kamna-grily.cz/clanky/t-301/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/dalsi-cinnosti/t-365/">http://www.kamna-grily.cz/dalsi-cinnosti/t-365/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/darkove-poukazy/t-385/">http://www.kamna-grily.cz/darkove-poukazy/t-385/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/doplňky-ke-grilum-weber/c-1206/">http://www.kamna-grily.cz/doplňky-ke-grilum-weber/c-1206/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/doplňky-zone/c-1214/">http://www.kamna-grily.cz/doplňky-zone/c-1214/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/doprodej-grilu-se-slevami-az-25/t-456/">http://www.kamna-grily.cz/doprodej-grilu-se-slevami-az-25/t-456/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/drubezi-maso/t-305/">http://www.kamna-grily.cz/drubezi-maso/t-305/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/enders-event/d-70752/">http://www.kamna-grily.cz/enders-event/d-70752/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-nacini-weber-style/d-70494/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-nacini-weber-style/d-70494/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-nacini/c-1154/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-nacini/c-1154/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-panve-hrnce/c-1144/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-panve-hrnce/c-1144/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-rukavice-zastery/c-1156/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-rukavice-zastery/c-1156/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovani/t-412/">http://www.kamna-grily.cz/grilovani/t-412/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovany-rib-eye-steak/t-427/">http://www.kamna-grily.cz/grilovany-rib-eye-steak/t-427/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-weber-home/t-440/">http://www.kamna-grily.cz/grily-weber-home/t-440/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-333/">http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-333/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-352/">http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-352/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/home/t-165/">http://www.kamna-grily.cz/home/t-165/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/hovezi-maso/t-306/">http://www.kamna-grily.cz/hovezi-maso/t-306/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver-skrabka-zelena-rada/d-70838/">http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver-skrabka-zelena-rada/d-70838/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver/t-425/">http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver/t-425/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/jiz-nedodavane-zbozi/c-1128/">http://www.kamna-grily.cz/jiz-nedodavane-zbozi/c-1128/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kachlova-kamna-s-vymenikem/c-1210/">http://www.kamna-grily.cz/kachlova-kamna-s-vymenikem/c-1210/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kachlova-kamna/c-1211/">http://www.kamna-grily.cz/kachlova-kamna/c-1211/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kamna-morso/t-413/">http://www.kamna-grily.cz/kamna-morso/t-413/</a>

<a href="http://www.kamna-grily.cz/kebab-na-jehle/t-433/">http://www.kamna-grily.cz/kebab-na-jehle/t-433/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/c-1213/">http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/c-1213/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/t-426/">http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/t-426/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kolekce-steven-raichlen/c-1215/">http://www.kamna-grily.cz/kolekce-steven-raichlen/c-1215/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kontakt/t-296/">http://www.kamna-grily.cz/kontakt/t-296/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kos-na-zeleninu-weber-style-maly/d-70488/">http://www.kamna-grily.cz/kos-na-zeleninu-weber-style-maly/d-70488/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-haas-sohn/c-1202/?pn=639">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-haas-sohn/c-1202/?pn=639</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-334/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-334/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-353/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-353/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-s-vyменikem/c-1209/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-s-vyменikem/c-1209/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1208/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1208/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1218/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1218/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1221/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1221/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbove-vlozky-rais/c-1217/">http://www.kamna-grily.cz/krbove-vlozky-rais/c-1217/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krevety-na-thajsky-zpusob/t-432/">http://www.kamna-grily.cz/krevety-na-thajsky-zpusob/t-432/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kucharky/c-1205/">http://www.kamna-grily.cz/kucharky/c-1205/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplňky/c-1207/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplňky/c-1207/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplňky/c-1212/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplňky/c-1212/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kureci-rolada-s-cuketovym-salatem/t-435/">http://www.kamna-grily.cz/kureci-rolada-s-cuketovym-salatem/t-435/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kureci-tapas/t-395/">http://www.kamna-grily.cz/kureci-tapas/t-395/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill-se-slevou-10/t-455/">http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill-se-slevou-10/t-455/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1199/">http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1199/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1204/">http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1204/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlýnky-na-koreni/c-1203/">http://www.kamna-grily.cz/mlýnky-na-koreni/c-1203/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/morske-plody/t-431/">http://www.kamna-grily.cz/morske-plody/t-431/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/morso/c-1167/">http://www.kamna-grily.cz/morso/c-1167/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/moucniky/t-436/">http://www.kamna-grily.cz/moucniky/t-436/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/nadoba-na-popel-stribrna-o-t-57cm-gold-platinum/d-70562/">http://www.kamna-grily.cz/nadoba-na-popel-stribrna-o-t-57cm-gold-platinum/d-70562/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/naradi-hs-iii/d-70779/">http://www.kamna-grily.cz/naradi-hs-iii/d-70779/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c1-2012/t-379/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c1-2012/t-379/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c1/t-405/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c1/t-405/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c2-2012/t-383/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c2-2012/t-383/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c2/t-387/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c2/t-387/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c3/t-397/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c3/t-397/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c5/t-429/">http://www.kamna-grily.cz/newsletter-c5/t-429/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newsletery/t-377/">http://www.kamna-grily.cz/newsletery/t-377/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/noha-ke-kolecku-ot-premium-57cm/d-70604/">http://www.kamna-grily.cz/noha-ke-kolecku-ot-premium-57cm/d-70604/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/noha-stojna-ot-premium-57cm/d-70605/">http://www.kamna-grily.cz/noha-stojna-ot-premium-57cm/d-70605/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/obchodni-podminky/t-294/">http://www.kamna-grily.cz/obchodni-podminky/t-294/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ochranné-obaly/c-1162/">http://www.kamna-grily.cz/ochranné-obaly/c-1162/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/odkazy/t-364/">http://www.kamna-grily.cz/odkazy/t-364/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/palivo/c-1158/">http://www.kamna-grily.cz/palivo/c-1158/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/pec-na-pizzu-morso/c-1220/">http://www.kamna-grily.cz/pec-na-pizzu-morso/c-1220/</a>

<a href="http://www.kamna-grily.cz/performer/c-1129/">http://www.kamna-grily.cz/performer/c-1129/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/pizza-kolecko-weber-style-cerne/d-70484/">http://www.kamna-grily.cz/pizza-kolecko-weber-style-cerne/d-70484/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/plynove-grily-weber-novinky-2013/t-404/">http://www.kamna-grily.cz/plynove-grily-weber-novinky-2013/t-404/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/primarni-vzduch/t-358/">http://www.kamna-grily.cz/primarni-vzduch/t-358/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-bge/c-1190/">http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-bge/c-1190/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-grily-na-drevene-uhli/c-1160/">http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-grily-na-drevene-uhli/c-1160/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-lotusgrill/c-1201/">http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-lotusgrill/c-1201/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-plynove-grily/c-1139/">http://www.kamna-grily.cz/prislusenstvi-plynove-grily/c-1139/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-cervene/d-70861/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-cervene/d-70861/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-fialove/d-70850/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-fialove/d-70850/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-limetkove-zelena/d-70852/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-limetkove-zelena/d-70852/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-tyrkysove/d-70851/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-tyrkysove/d-70851/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/recepty-knihy-dvd/c-1142/">http://www.kamna-grily.cz/recepty-knihy-dvd/c-1142/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/rosty/c-1161/">http://www.kamna-grily.cz/rosty/c-1161/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ryby/t-313/">http://www.kamna-grily.cz/ryby/t-313/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/salava-kamna/t-370/">http://www.kamna-grily.cz/salava-kamna/t-370/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/slovník-pojmu/t-349/">http://www.kamna-grily.cz/slovník-pojmu/t-349/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/smazene-kapri-hranolky/t-460/">http://www.kamna-grily.cz/smazene-kapri-hranolky/t-460/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/spizy-stojanky-misky/c-1153/">http://www.kamna-grily.cz/spizy-stojanky-misky/c-1153/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/steak-z-lososa-s-nektarinkovou-salsou/t-434/">http://www.kamna-grily.cz/steak-z-lososa-s-nektarinkovou-salsou/t-434/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/stika-na-kminu/t-346/">http://www.kamna-grily.cz/stika-na-kminu/t-346/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/stojanek-mini/d-70814/">http://www.kamna-grily.cz/stojanek-mini/d-70814/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/termosonda-v-poklpu-s-ruzici/d-70601/">http://www.kamna-grily.cz/termosonda-v-poklpu-s-ruzici/d-70601/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/termosondy/c-1157/">http://www.kamna-grily.cz/termosondy/c-1157/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/test-hp/t-459/">http://www.kamna-grily.cz/test-hp/t-459/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/tipy-na-darky/c-1189/">http://www.kamna-grily.cz/tipy-na-darky/c-1189/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/topidla/t-394/">http://www.kamna-grily.cz/topidla/t-394/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/vegetarianske-pokrmu/t-308/">http://www.kamna-grily.cz/vegetarianske-pokrmu/t-308/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/veprove-maso/t-307/">http://www.kamna-grily.cz/veprove-maso/t-307/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/video/t-340/">http://www.kamna-grily.cz/video/t-340/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-kotlove-grily-novinky-pro-rok-2013/t-391/">http://www.kamna-grily.cz/weber-kotlove-grily-novinky-pro-rok-2013/t-391/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-moduly-pro-venkovni-kuchyni-genesis-e-serie/d-70327/">http://www.kamna-grily.cz/weber-moduly-pro-venkovni-kuchyni-genesis-e-serie/d-70327/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/zapalovac-weber-style/d-70513/">http://www.kamna-grily.cz/zapalovac-weber-style/d-70513/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/zdarma-brikety-weber-easy-start-premium/t-403/">http://www.kamna-grily.cz/zdarma-brikety-weber-easy-start-premium/t-403/</a>

## 8.2. Duplicitní značky description

URL
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-333/">http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-333/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-352/">http://www.kamna-grily.cz/grily-weber/t-352/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-cervene/d-70861/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-cervene/d-70861/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-fialove/d-70850/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-fialove/d-70850/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplanky/c-1207/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplanky/c-1207/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplanky/c-1212/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynske-doplanky/c-1212/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1199/">http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1199/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1204/">http://www.kamna-grily.cz/lotusgrill/c-1204/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1208/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1208/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1218/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1218/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1221/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna/c-1221/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-chrome-coleampmason/d-70837/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-chrome-coleampmason/d-70837/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-coleampmason/d-70839/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-coleampmason/d-70839/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/drevene-uhli-lotusgrill-1-kg/d-70874/">http://www.kamna-grily.cz/drevene-uhli-lotusgrill-1-kg/d-70874/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/drevene-uhli-lotusgrill-25-kg/d-70875/">http://www.kamna-grily.cz/drevene-uhli-lotusgrill-25-kg/d-70875/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-cerny/d-70302/">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-cerny/d-70302/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-ivory-kremovy/d-70305/">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-ivory-kremovy/d-70305/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-spring-green-zeleny/d-70304/">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-spring-green-zeleny/d-70304/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-warm-grey-sedy/d-70303/">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-57-cm-warm-grey-sedy/d-70303/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/moderni-krbova-kamna-morso/c-1146/">http://www.kamna-grily.cz/moderni-krbova-kamna-morso/c-1146/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/uzeni/c-1143/">http://www.kamna-grily.cz/uzeni/c-1143/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-cerne/d-70879/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-cerne/d-70879/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-cervene/d-70883/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-cervene/d-70883/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-fialove/d-70882/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-fialove/d-70882/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-oranzove/d-70881/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-oranzove/d-70881/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-zelene/d-70880/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-zelene/d-70880/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-zlute/d-70884/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-kleste-lotusgrill-zlute/d-70884/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-334/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-334/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-353/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso/t-353/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-l/d-70828/">http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-l/d-70828/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-m/d-70756/">http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-m/d-70756/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-s/d-70827/">http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-s/d-70827/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-xl/d-70829/">http://www.kamna-grily.cz/pizza-stojan-pro-velikost-xl/d-70829/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-cerny/d-70885/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-cerny/d-70885/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-cerveny/d-70889/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-cerveny/d-70889/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-fialovy/d-70888/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-fialovy/d-70888/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-oranzovy/d-70887/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-oranzovy/d-70887/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-zeleny/d-70886/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-zeleny/d-70886/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-zluty/d-70890/">http://www.kamna-grily.cz/grilovaci-stetec-lotusgrill-zluty/d-70890/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-cerveny/d-70854/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-cerveny/d-70854/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-fialovy/d-70853/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-fialovy/d-70853/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-limetkove-zeleny/d-70856/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-limetkove-zeleny/d-70856/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-tyrkysovy/d-70855/">http://www.kamna-grily.cz/kuchynsky-budik-tyrkysovy/d-70855/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/viko-na-gril-lotus-xl/d-70878/">http://www.kamna-grily.cz/viko-na-gril-lotus-xl/d-70878/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/viko-na-maly-gril-lotus/d-70877/">http://www.kamna-grily.cz/viko-na-maly-gril-lotus/d-70877/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-cervena/d-70846/">http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-cervena/d-70846/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-fialova/d-70849/">http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-fialova/d-70849/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-limetkove-zelena/d-70847/">http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-limetkove-zelena/d-70847/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-tyrkysova/d-70848/">http://www.kamna-grily.cz/stredni-miska-2-ks-tyrkysova/d-70848/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/c-1213/">http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/c-1213/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/t-426/">http://www.kamna-grily.cz/kolekce-jamie-oliver/t-426/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-373/">http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-373/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-421/">http://www.kamna-grily.cz/big-green-egg/t-421/</a>
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-limetkove-zelena/d-70852/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-limetkove-zelena/d-70852/</a>   <a href="http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-tyrkysove/d-70851/">http://www.kamna-grily.cz/prostirani-s-kruhy-tyrkysove/d-70851/</a>

### 8.3. Chybové hlášky 404

URL	Kód	Zjištěno
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-akce/c-1219/">http://www.kamna-grily.cz/weber-akce/c-1219/</a>	404	1.3.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/sul-morska-havajska-cerna-doza-340g/d-70532/">http://www.kamna-grily.cz/sul-morska-havajska-cerna-doza-340g/d-70532/</a>	404	1.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/spirit-s-320-premium-uslechtila-ocel/d-70326/">http://www.kamna-grily.cz/spirit-s-320-premium-uslechtila-ocel/d-70326/</a>	404	1.1.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-weber-style/d-70504/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-weber-style/d-70504/</a>	404	6.1.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/gourmet-bbq-system-sada-panev-vcetne-grilovacih/d-70432/">http://www.kamna-grily.cz/gourmet-bbq-system-sada-panev-vcetne-grilovacih/d-70432/</a>	404	12.1.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/zavesna-krbova-kamna-morso-7670/d-70566/">http://www.kamna-grily.cz/zavesna-krbova-kamna-morso-7670/d-70566/</a>	404	28.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-duo-2v1-nerez-coleampmason/d-70840/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-duo-2v1-nerez-coleampmason/d-70840/</a>	404	20.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-tap-coleampmason/d-70842/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-tap-coleampmason/d-70842/</a>	404	23.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-coleampmason/d-70839/">http://www.kamna-grily.cz/mlynek-na-pepr-a-sul-flip-coleampmason/d-70839/</a>	404	25.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-q-320-black-line/d-70322">http://www.kamna-grily.cz/weber-q-320-black-line/d-70322</a>	404	9.4.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/vyklizime-sklady-grily-weber-se-slevou-az-50/t-388/">http://www.kamna-grily.cz/vyklizime-sklady-grily-weber-se-slevou-az-50/t-388/</a>	404	4.5.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/slevovy-kod-na-kurz-grilovani/t-428/">http://www.kamna-grily.cz/slevovy-kod-na-kurz-grilovani/t-428/</a>	404	7.7.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grillakademie-live-2062013/d-70795/">http://www.kamna-grily.cz/grillakademie-live-2062013/d-70795/</a>	404	11.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/pridavny-modul-pro-1-1kg-pb-lahev/d-70405/">http://www.kamna-grily.cz/pridavny-modul-pro-1-1kg-pb-lahev/d-70405/</a>	404	21.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70440/">http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70440/</a>	404	7.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-energo-hard-top/d-70685/">http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-energo-hard-top/d-70685/</a>	404	19.9.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/sada-4-misek-velkych-2-barvy-ekobambus/d-70633/">http://www.kamna-grily.cz/sada-4-misek-velkych-2-barvy-ekobambus/d-70633/</a>	404	6.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/vyklizime-sklady-slevy-az-25/t-388/">http://www.kamna-grily.cz/vyklizime-sklady-slevy-az-25/t-388/</a>	404	30.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-ruf-hard/d-70686/">http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-ruf-hard/d-70686/</a>	404	28.9.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kruta-nalozena-v-bourbonu/t-382/">http://www.kamna-grily.cz/kruta-nalozena-v-bourbonu/t-382/</a>	404	10.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/salava-kamna-morso/t-362/">http://www.kamna-grily.cz/salava-kamna-morso/t-362/</a>	404	20.10.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grillakademie-live/c-1194/">http://www.kamna-grily.cz/grillakademie-live/c-1194/</a>	404	20.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/sada-4-taliru2-barvy-ekobambus/d-70550/">http://www.kamna-grily.cz/sada-4-taliru2-barvy-ekobambus/d-70550/</a>	404	7.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/sada-4-taliru2-barvy-ekobambus/d-70551/">http://www.kamna-grily.cz/sada-4-taliru2-barvy-ekobambus/d-70551/</a>	404	6.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/smokey-joe-premium-37-cm-brick-red-cihlovy/d-70288/">http://www.kamna-grily.cz/smokey-joe-premium-37-cm-brick-red-cihlovy/d-70288/</a>	404	25.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70438/">http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70438/</a>	404	4.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/vanocni-stromek-zdarma/t-461/">http://www.kamna-grily.cz/vanocni-stromek-zdarma/t-461/</a>	404	9.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver-flavour-shaker-modry/d-70797/">http://www.kamna-grily.cz/jamie-oliver-flavour-shaker-modry/d-70797/</a>	404	15.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal-modely-spirit-310-320/d-70738/">http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal-modely-spirit-310-320/d-70738/</a>	404	8.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/darkove-poukazy/c-1168/">http://www.kamna-grily.cz/darkove-poukazy/c-1168/</a>	404	13.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/sada-4-misek-malych-2-barvy-ekobambus/d-70552/">http://www.kamna-grily.cz/sada-4-misek-malych-2-barvy-ekobambus/d-70552/</a>	404	23.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/plynove-topidlo-cosystand-pyramid/d-70618/">http://www.kamna-grily.cz/plynove-topidlo-cosystand-pyramid/d-70618/</a>	404	1.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/newslettery/t-369/">http://www.kamna-grily.cz/newslettery/t-369/</a>	404	13.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/akce-darek-zdarma/t-327/">http://www.kamna-grily.cz/akce-darek-zdarma/t-327/</a>	404	13.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli-c-1124">http://www.kamna-grily.cz/grily-na-drevene-uhli-c-1124</a>	404	21.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/zavesna-krbova-kamna-morso-8189/d-70568/">http://www.kamna-grily.cz/zavesna-krbova-kamna-morso-8189/d-70568/</a>	404	13.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=671&amp;sort=&amp;order=all">http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=671&amp;sort=&amp;order=all</a>	404	9.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/palivove-drevo/c-1168/">http://www.kamna-grily.cz/palivove-drevo/c-1168/</a>	404	9.1.2014



<a href="http://www.kamna-grily.cz/test-hp/t-459/">http://www.kamna-grily.cz/test-hp/t-459/</a>	404	25.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/dafdsf/t-380/">http://www.kamna-grily.cz/dafdsf/t-380/</a>	404	5.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=name">http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=name</a>	404	24.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=price">http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=price</a>	404	31.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-energo/d-70684/">http://www.kamna-grily.cz/drevene-brikety-energo/d-70684/</a>	404	19.9.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=672&amp;sort=&amp;order=all">http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=672&amp;sort=&amp;order=all</a>	404	7.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/test-homepage/t-439/">http://www.kamna-grily.cz/test-homepage/t-439/</a>	404	7.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/7-tipu-jak-lepe-grilovat/">http://www.kamna-grily.cz/7-tipu-jak-lepe-grilovat/</a>	404	14.6.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/kamna-grilycz-navrh/t-396/">http://www.kamna-grily.cz/kamna-grilycz-navrh/t-396/</a>	404	16.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/darkova-sada-koreni/d-70558/">http://www.kamna-grily.cz/darkova-sada-koreni/d-70558/</a>	404	17.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70439/">http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70439/</a>	404	5.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/osvetleni-na-madle-grill-out/d-70398/">http://www.kamna-grily.cz/osvetleni-na-madle-grill-out/d-70398/</a>	404	18.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/">http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/</a>	404	1.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/soutez-o-gril-weber/t-450/">http://www.kamna-grily.cz/soutez-o-gril-weber/t-450/</a>	404	8.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso-8180/d-70655/">http://www.kamna-grily.cz/krbova-kamna-morso-8180/d-70655/</a>	404	12.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-performer-touch-n-go-57-cm-cerny/d-70299/">http://www.kamna-grily.cz/weber-performer-touch-n-go-57-cm-cerny/d-70299/</a>	404	22.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/chtel-a-bych-se-zeptat/t-399/">http://www.kamna-grily.cz/chtel-a-bych-se-zeptat/t-399/</a>	404	31.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70441/">http://www.kamna-grily.cz/litinovy-oboustranny-tal/d-70441/</a>	404	10.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=652">http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=652</a>	404	25.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/test/t-441/">http://www.kamna-grily.cz/test/t-441/</a>	404	15.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-gourmet-57-cm-cerny/d">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-premium-gourmet-57-cm-cerny/d</a>	404	25.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/prodej-vanocnich-stromku/t-378/">http://www.kamna-grily.cz/prodej-vanocnich-stromku/t-378/</a>	404	2.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/test-kamna-grilycz/t-449/">http://www.kamna-grily.cz/test-kamna-grilycz/t-449/</a>	404	6.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/steakhouse-bpremium">http://www.kamna-grily.cz/steakhouse-bpremium</a>	404	14.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/pf-2013/t-384/">http://www.kamna-grily.cz/pf-2013/t-384/</a>	404	27.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=666&amp;sort=&amp;order=all">http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=666&amp;sort=&amp;order=all</a>	404	2.11.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=639">http://www.kamna-grily.cz/elektricka-topidla/c-1148/?pn=639</a>	404	2.1.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/zahradni-stul-zic-arancio/d-70554/">http://www.kamna-grily.cz/zahradni-stul-zic-arancio/d-70554/</a>	404	10.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=657&amp;sort=&amp;order=all">http://www.kamna-grily.cz/ostatni-sortiment/c-1148/?pn=657&amp;sort=&amp;order=all</a>	404	21.12.2013
<a href="http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-pro-classic-station-57-cm-cerny/d">http://www.kamna-grily.cz/weber-one-touch-pro-classic-station-57-cm-cerny/d</a>	404	13.2.2014
<a href="http://www.kamna-grily.cz/fadf/t-366/">http://www.kamna-grily.cz/fadf/t-366/</a>	404	13.12.2013