

15-minutowy test kondycji strony

Sześć kontroli w Google Search Console i na telefonie, które pokazują, czy podstawy SEO działają.

Do testu potrzebujesz dostępu do Google Search Console. Zaznaczaj kolejne kroki i zapisuj, co wymaga poprawy.



Skuteczność w wynikach wyszukiwania

2 min

Sprawdź: czy witryna ma wyświetlenia i kliknięcia oraz jak zmieniły się w ostatnich trzech miesiącach względem poprzedniego okresu.

Sygnal ostrzegawczy: brak wyświetleń albo gwałtowny spadek po konkretnej dacie.



Sprawdzanie adresu URL

3 min

Sprawdź: wpisz na pasku u góry adres strony głównej, głównej usługi lub kategorii i najważniejszego poradnika. Zobacz, czy adres jest w Google, czy nie blokuje go noindex i jaki adres kanoniczny wybrał Google.

Sygnal ostrzegawczy: informacja o blokadzie indeksowania albo inny adres kanoniczny niż zakładany.



Indeksowanie stron

3 min

Sprawdź: w raporcie z uzasadnieniem, dlaczego strony są lub nie są zindeksowane, czy ważne podstrony nie znajdują się wśród niezindeksowanych.

Sygnal ostrzegawczy: adresy ważne dla oferty wykluczone z indeksu.



Mapy witryn i komunikaty

2 min

Sprawdź: czy mapa witryny jest przesłana, bez błędów i zawiera tylko adresy przeznaczone do indeksowania. Otwórz też raporty Ręczne działania oraz Problemy dotyczące bezpieczeństwa.

Sygnal ostrzegawczy: błędy mapy lub jakiegokolwiek komunikat w raportach ręcznych działań albo bezpieczeństwa.



Core Web Vitals

2 min

Sprawdź: w raporcie Core Web Vitals, czy wyniki mieszczą się w progach dla 75. percentyla: LCP do 2,5 s, INP do 200 ms, CLS do 0,1.

Sygnal ostrzegawczy: grupy adresów poza zakresem „dobre”.



Wersja mobilna

3 min

Sprawdź: otwórz stronę na telefonie. Zobacz, czy najważniejsze treści i linki są dostępne, menu działa, a układ nie przesuwa się podczas ładowania.

Sygnal ostrzegawczy: brak na telefonie treści lub linków widocznych na komputerze, ponieważ Google korzysta z wersji mobilnej.

Co oznaczają wyniki testu?

Dopasuj swój wynik do objawu i zacznij od działania z ostatniej kolumny.

Objaw	Możliwa przyczyna	Pierwsze działanie
Brak wyświetleń w wynikach	Strona nie jest zindeksowana lub robot nie ma do niej dostępu (noindex, blokada w robots.txt, błąd serwera).	Sprawdź najważniejsze adresy w narzędziu do sprawdzania adresów URL i w raporcie Indeksowanie stron.
Ważne adresy wykluczone z indeksu	Przyczyna podana w raporcie, np. noindex, duplikat lub przekierowanie.	Usuń wskazaną przyczynę, a potem poproś Google o ponowne zindeksowanie adresu.
Inny adres kanoniczny niż zakładany	Canonical, przekierowania i mapa witryny wskazują różne wersje tej samej strony.	Ujednolicić sygnały, aby wszystkie wskazywały preferowany adres.
Wyświetlenia bez kliknięć	Niska pozycja, niedopasowana intencja zapytania albo mało przekonujący wygląd wyniku.	Przeanalizuj zapytania danej podstrony i sprawdź, czy treść odpowiada na to, czego szuka użytkownik.
Spadek po konkretnej dacie	Zmiany wprowadzone na stronie albo aktualizacja algorytmów Google.	Porównaj datę z wdrożeniami i Google Search Status Dashboard. Po aktualizacji głównej odczekaj co najmniej tydzień od zakończenia jej wdrażania.
Core Web Vitals poza zakresem „dobre”	Wolne wyświetlanie głównej treści (LCP), słaba reakcja na działania użytkownika (INP) lub przesuwający się układ (CLS).	Ustal, który wskaźnik nie spełnia progu, i popraw szablony stron, których dotyczy.
Różnice między wersją mobilną a komputerową	Na telefonie brakuje części treści, linków lub metadanych.	Wyrównaj główną treść, linki i metadane w obu wersjach.

Proponowana kolejność napraw

Najpierw: dostęp i indeksowanie

Noindex, blokady w robots.txt, błędy serwera i przekierowania do niewłaściwych adresów.

Potem: spójność i wygoda

Canonical, mapa witryny, wersja mobilna i Core Web Vitals.

Na końcu: rozwój

Treści, linkowanie wewnętrzne, dane strukturalne i pozyskiwanie linków.

Treść nie zdobędzie widoczności, jeśli Google nie może jej odczytać i zindeksować. Dlatego zaczynaj od problemów blokujących dostęp, a dopiero potem rozwijaj treści i linki. Test pokazuje stan podstawowy i nie zastępuje pełnego audytu SEO.