



# SEO brief

## Zadanie pre tvorbu kampane / optimalizácie stránky pre vyhľadávače

Tento dokument slúži ako východiskový bod projektu tvorby kampane, alebo optimalizácie stránky pre vyhľadávače. Pomôže na-  
definovať základné informácie potrebné na začatie akejkoľvek ďalšej práce. Bez dôslednej špecifikácie nie je možné zaručiť kvalitné  
a relevantné výstupy. Dokument je možné vyplniť v spolupráci so zástupcom asociácie. Zo správne vyplneného briefu musí vyplynúť  
čo a pre koho budeme komunikovať, aké sú (merateľné) ciele celého projektu, prípadne akékoľvek ďalšie relevantné informácie,  
ktoré pomôžu lepšiemu strategickému plánovaniu kampane / optimalizácií.

**Projekt**

**Klient**

**Vypracoval** (za klienta)

**Kontaktné údaje** (za klienta)

**Dátum prvej verzie**

**Verzia** (upravuje agentúra)

## 1. Charakteristika spoločnosti:

**Aké je poslanie / ciele Vašej spoločnosti?**

## 2. Konkurencia:

**Kto je Vaša relevantná konkurencia?**

Uveďte aspoň 3 URL adresy / prípadne názvy spoločností Vašej priamej konkurencie.

## 3. Konkurenčná výhoda:

**Čím sa Vaša spoločnosť / produkt odlišuje od konkurencie?**

## 4. Hlavné benefity:

**Aké sú hlavné výhody produktu / služby pre zákazníka?**

## 5. Cieľová skupina:

**Primárna CS, zvyklosti CS, ako vníma CS značku?**

(Např. muži aj ženy 50:50, vek 18-36, mestskí, slobodní, otvorení, sebaistí, očarujúci, akční..)

**6. Súčasná komunikácia:**

**Uveďte prosím, aké používate online spôsoby komunikácie a marketing produktu / služby a výšku investovaných financií v súčasnosti.**

(Např. Bannery, PPC, Emailový marketing, Affiliate marketing)

**7. SEO história:**

**Aké aktivity v rámci SEO už boli robené, kedy, kým a s akým výsledkom?**

**8. CMS:**

**Môžete zasahovať do obsahu a štruktúry Vašej stránky?**

**9. URL adresa:**

**Pre ktoré webové stránky  
budeme vytvárať SEO kampaň /  
optimalizáciu?**

**10. Špecifikácia:**

**Pre ktoré produkty a služby  
budeme vytvárať SEO kampaň /  
optimalizáciu?**

**11. Cieľ:**

**Aký cieľ chceme dosiahnuť?**

(Napr. zvýšenie návštevnosti stránok, Povedomie  
o produkte, značke, zvýšenie predaja, ...)

**12. KPI:**

**Čo budeme predovšetkým merať  
a vyhodnocovať?**

(Napr. návštevnosť, počet klikov, posun vo vyhľadávateľoch, konverzie,...)

**13. Je na konkrétne obdobie naplánovaná ďalšia súvisiaca kampaň v inom médiu?**

(Napr. PR kampaň, printová kampaň, televízna kampaň)

**14. Keywords:**

**Uvedte kľúčové slová, prostredníctvom ktorých by ste si priali umiestniť sa na popredných priečkach vyhľadávačov.**

(Napr. názov produktu, skupina produktu, názvy značiek,...)

**15. Search engines preferencie:**

**Uvedte prosím, v ktorých vyhľadávačoch je pre Vás primárne dôležité sa umiestňovať.**

(Napr. Google, Yahoo, Seznam, Youtube...)

**16. Cielenie:**

**Aké bude cielenie SEO kampane / optimalizácie podľa jazyka a oblastí?**

(Napr. SK jazyk pre oblasť SK a CZ...)

**17. Deadline:**

**Uvedte prosím požadovaný termín spustenia SEO optimalizácie.**

**18. Budget:**

**Aký je Váš rozpočet pre tento projekt?**

Ak máte stanovený rozpočet, uvedte ho prosím sem. V prípade, že nemáte stanovený rozpočet, prosím, uvedte finančný interval pre tento projekt.

**19. Zodpovedná osoba:**

**Kto je zodpovedný za vedenie a komunikáciu a kto za záverečné schvaľovanie?**

Prosím uďte zoznam mien, pozíciu, email adresu a tel. číslo.

**Stručne o SEO**

**Optimalizácia pre vyhľadávače** - SEO (Search Engine Optimization) je služba, pomocou ktorej sa zvyšuje pozícia Vašej web stránky vo výsledkoch vyhľadávania plno textových (full text) vyhľadávačov. Vyhľadávače fungujú ako nezávislé roboty a neustále „preliezajú“ celý internetový obsah. Získané údaje a obsah stránok neukladajú pasívne do databáz, ale systematicky vyhodnocujú a triedia podľa množstva kritérií. Výsledkom sú interné indexy, ktoré dávajú jednotlivým stránkam svoje „bodovanie“ (Google používa tzv. Page Rank) a na základe tohto bodovania (SEO hodnoty) sú zoradené stránky vo výsledkoch vyhľadávania.

**Základné pojmy**

**Metatags** - Meta elementy možno použiť na zadanie popisu stránky, kľúčových slov a ďalších metadát, ktoré nie sú poskytované prostredníctvom iných head prvkov a atribútov.

**Link building** - Budovanie spätných odkazov. Spätný odkaz je odkaz na Vašu webovú stránku, umiestnený na cudzej webovej stránke. Čím viac stránok odkazuje na vašu stránku, tým kvalitnejší a relevantnejší bude jej obsah pre vyhľadávača.

**Pagerank** - PageRank je hodnotenie, ktoré Google priraduje každej stránke. Vyjadruje dôležitosť stránky. Niekedy sa píše zvlášť ako „Page Rank“ a skraca sa do skratky PR.