

# Przebudowujesz serwis lub przenosisz na nową domenę? Oto najważniejsze tematy, o które musisz zadbać!

Przebudowa serwisu, zwłaszcza taka która wiąże się ze zmianą adresów URL lub przeniesieniem serwisu na całkowicie nową domenę, wiąże się z ryzykiem utraty części (lub w skrajnych przypadkach nawet całego) ruchu organicznego. Chociaż dla wielu osób wydaje się to oczywiste, to nie wszyscy wiedzą że podobne problemy mogą wystąpić także podczas uruchamiania szyfrowanego połączenia SSL.

## Środowisko testowe

W momencie kiedy trwają prace nad nową wersją serwisu na środowisku testowym czyli pod tymczasowym adresem URL, często zapomina się o tym że taki adres powinien być niedostępny dla użytkowników oraz robotów indeksujących. Można wyjść z założenia, że jeżeli adres wersji testowej jest zbyt skomplikowany, aby trafić na niego przez przypadek, to ryzyko tego że testową wersję strony zobaczą jakieś niepowołane osoby jest znikome. Niestety nic bardziej mylnego. Z naszej codziennej praktyki SEO-wej wynika, że problemy tego typu zdarzają się dosyć często. Wynika to najczęściej z faktu, że serwis testowy, który jest dostatecznie długo dostępny on-line, zostaje w końcu zaindeksowany w wynikach wyszukiwania Google i od tego momentu ma do niego dostęp dosłownie każda przypadkowa osoba. Problematyczny w tej sytuacji jest nie tylko sam fakt wypłynięcia wersji roboczej na światło dzienne, ale także późniejsze negatywne konsekwencje SEO-we. W skrajnym przypadku może się okazać, że w wynikach wyszukiwania są zaindeksowane dwa serwisy (właściwy i testowy) z tą samą treścią. To z kolei może powodować istotne problemy z widocznością w Google.

Co zatem zrobić, aby uchronić się przed takim negatywnym scenariuszem? Wystarczy zablokować dostęp do serwisu w wersji testowej dla robotów indeksujących. Możemy to zrobić na trzy sposoby: w pliku .htaccess, w pliku robots.txt lub na poziomie kodu strony za pomocą meta tagów robots, dodając tam dyrektywy „noindex, nofollow”. Najprostszym i najczęściej rekomendowanym rozwiązaniem jest zablokowanie dostępu na poziomie pliku robots.txt. Oczywiście jest to zadanie dla programisty. Wystarczy zamieścić w pliku następujące instrukcje:

```
User-agent: *  
Disallow: /
```

## Aktualizacja linków wewnętrznych

Bardzo ważnym tematem o który należy zatroszczyć się podczas zmiany związanej z adresami URL, jest aktualizacja linków wewnętrznych. Nawet jeżeli serwis zaprojektowany jest w taki sposób, że odnośniki wewnętrzne zmieniają się dynamicznie (są adresami względnymi), to i tak warto sprawdzić czy na którejś z podstron nie występują adresy bezwzględne prowadzące pod URL-e na których serwis był dostępny wcześniej. Jeżeli poprzednia wersja serwisu jest przekierowana na nowy adres, a na nowym adresie znajduje się link do starej wersji, to tworzy się niekorzystna pętla przekierowań. Z kolei jeżeli na starych adresach nie ustawiono przekierowań i odnośnik nie prowadzi w żadne miejsce (wyświetla błąd 404) to jest to frustrujące dla użytkowników i wpływające negatywnie na SEO-wy autorytet serwisu. Sprawdzenie poprawności linkowania wewnętrznego dotyczy nie tylko linków opublikowanych na stronach serwisu,

ale także we wszystkich innych miejscach gdzie mogą one występować – przede wszystkim w sitemapie XML. W przypadku skryptów typu Wordpress należy dodatkowo zaktualizować nazwę domeny i sprawdzić poprawność konfiguracji linków wewnętrznych w panelu CMS.

### Przekierowania 301

Brak przekierowań starej wersji serwisu na nową może oznaczać istotną i natychmiastową utratę dużej części ruchu organicznego. Wprowadza także duży problem z wyświetlaniem się nowego serwisu w wynikach wyszukiwania. Dopóki w wynikach wyszukiwania zaindeksowane są adresy poprzedniej strony, to właśnie do nich będzie kierowany użytkownik wyszukiwarki. W zależności od tego czy poprzednia wersja serwisu jest jeszcze dostępna czy też nie, zobaczy starą wersję podstrony lub komunikat błędu 404. Wyświetlanie komunikatów 404 będzie powodowało sukcesywne usuwanie z Google starych adresów i szybki spadek ruchu z wyszukiwarki. Z reguły dużo szybszy niż wzrost ruchu SEO wynikający z indeksowania się nowych adresów URL. Z kolei pozostawienie dostępnej starej wersji serwisu będzie blokowało indeksowanie się nowej, a w skrajnym przypadku może doprowadzić do nałożenia kary na nową stronę (kary za duplikację treści z poprzedniej, starszej domeny).

Dlatego też każda zmiana adresowania powinna wiązać się z zapewnieniem przekierowań starych URL na nowe. Bardzo ważne jest aby były to przekierowania stałe tj. redirect 301, bowiem tylko taki rodzaj przekierowania pozwala na pomyślne wyindeksowanie z wyników wyszukiwania starych adresów i zastąpienie ich nowymi. Przekierowanie 301, inaczej niż np. 302, pozwala także przenieść wartość SEO-wą dotychczasowych linków prowadzących do serwisu. Należy pamiętać, aby w miarę możliwości przekierowania były realizowane jeden do jednego, czyli konkretny adres starej podstrony do konkretnego adresu nowej podstrony zawierającej odpowiadającą jej treść. Przekierowanie kilku starych adresów URL na jeden nowy adres URL (na przykład 10 artykułów na jeden artykuł) spowoduje straty ruchu SEO-wego.

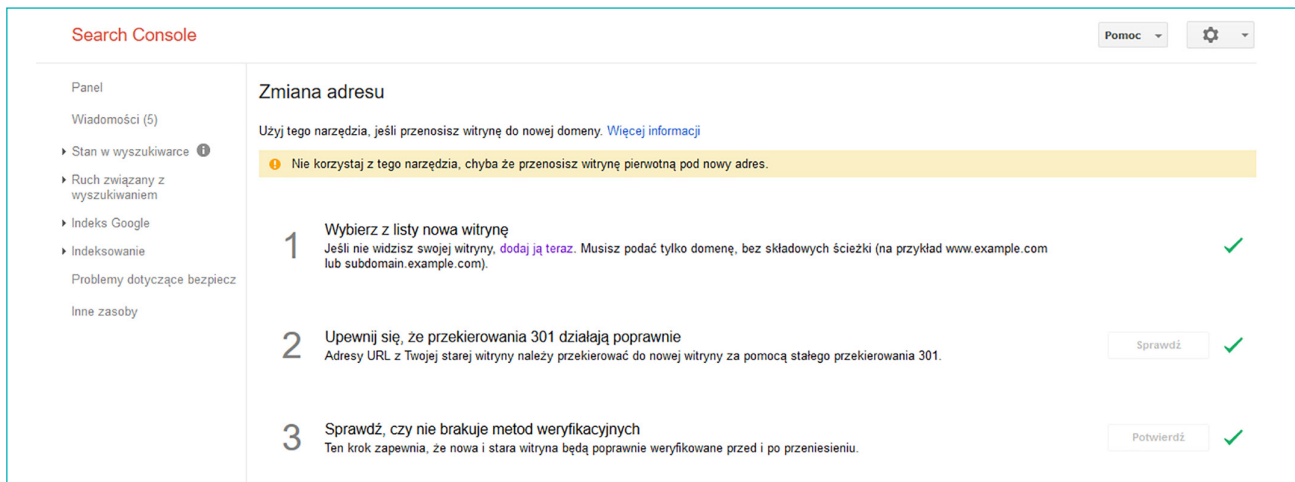
Nie wszyscy wiedzą, że przekierowania 301 są niezbędne także podczas uruchamiania protokołu szyfrowanego SSL. Z punktu widzenia Google, treści dostępne pod <http://domena.pl> i <https://domena.pl> to dwa zupełnie różne serwisy. Dlatego przekierowania powinny uwzględniać również ten wariant zmiany adresowania URL.

### Aktualizacja kodów analitycznych

Jeżeli zmianie uległa domena, to musimy pamiętać o zaktualizowaniu kodów analitycznych, przede wszystkim Google Analytics i Google Search Console – to dwa niezbędne narzędzia służące monitorowaniu ruchu SEO i komunikatów Google. Jest to o tyle istotne, że narzędzia te są niezbędne w późniejszym monitoringu powdrożeniowym. Bez monitorowania ruchu organicznego oraz kluczowych wskaźników SEO, takich jak błędy przekierowań, liczba zaindeksowanych stron czy średnia pozycja serwisu, nie będziemy wiedzieli czy przeniesienie serwisu odbywa się zgodnie z planem i bez strat SEO-wych.

### Poinformowanie wyszukiwarki o zmianie adresu URL

Odpowiednie zmiany należy wprowadzić także na koncie Google Search Console. Aby można było poinformować Google o zmianie adresu, obie domeny (zarówno stara jak i nowa) powinny być dodane na tym samym koncie Search Console. Następnie korzystając z opcji „Zmiana adresu” wskazujemy wyszukiwarce, że strona została przeniesiona z jednego adresu na drugi. To umożliwi bezpieczne przejście pomiędzy domenami i sprawne przeindeksowanie serwisu w wynikach wyszukiwania (zastąpienie starych adresów URL nowymi adresami).

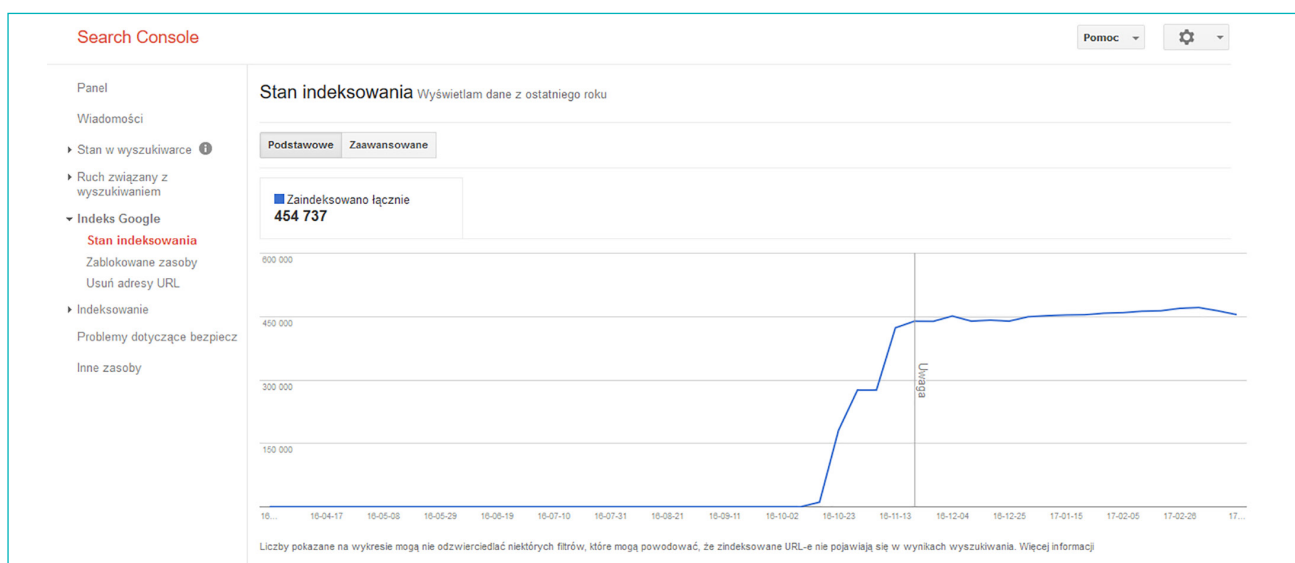


### Aktualizacja linków zewnętrznych

Po przeniesieniu serwisu na nowy adres, warto jest zaktualizować odnośniki dostępne na stronach zewnętrznych. Oczywiście nie zawsze jest to możliwe, zwłaszcza jeżeli nie mamy możliwości skontaktowania się z wydawcami, ale jeżeli tylko jest taka możliwość, to warto zadać sobie trud aby linki prowadziły do aktualnych adresów, a nie starych i nieaktywnych. Nawet jeżeli są one przekierowane za pomocą przekierowania 301, to z całą pewnością bardziej wartościowe dla SEO będą linki bezpośrednie, prowadzące do serwisu bez żadnych przekierowań. Najczęściej aktualizacja linków zewnętrznych dotyczy aktualizacji w serwisach tej samej grupy lub serwisach partnerskich – w tym przypadku wystarczy wystosowanie odpowiedniej prośby do właściciela serwisu.

### Monitoring powdrożeniowy

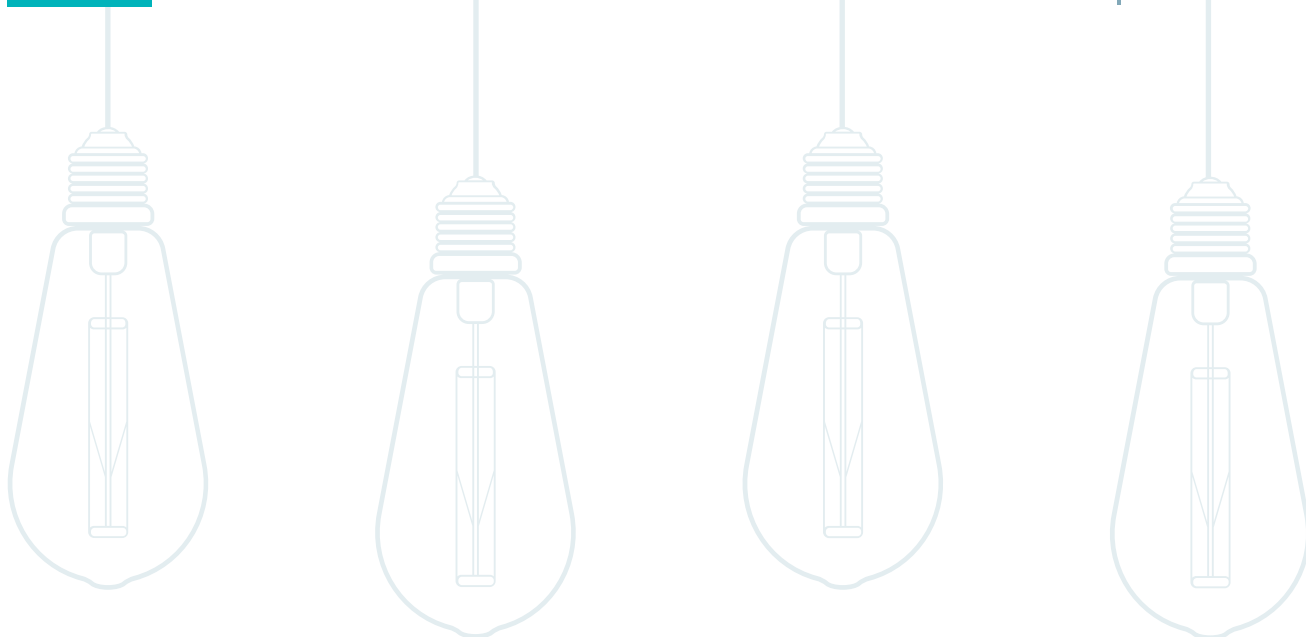
Po przeniesieniu serwisu na nowy adres lub po wprowadzeniu istotnych zmian w serwisie dostępnym na tych samych adresach URL, należy wykonać monitoring powdrożeniowy w zakresie SEO. Przede wszystkim należy sprawdzić dostępność serwisu dla robotów indeksujących i poprawność wprowadzenia poszczególnych zmian, tak aby mieć pewność że nie wywołują negatywnego wpływu na SEO. Pomocne w tym zakresie będzie posiłkowanie się danymi dostępnymi w Google Search Console. Najważniejszy widok to lista błędów adresów URL, na którym możemy sprawdzić czy wszystkie przekierowania zostały wykonane prawidłowo. Pomocne jest także sprawdzenie średniej pozycji serwisu, liczby wyświetleń i kliknięć w stronę w wynikach wyszukiwania oraz liczby zaindeksowanych stron.



Dodatkowo, w narzędziach zewnętrznych sprawdzamy liczbę fraz na które wyświetla się serwis. Wszelkie niekorzystne zmiany na tych wykresach wymagają dokładnej analizy. Należy przy tym pamiętać, że dane w narzędziach SEO (zarówno w Google Search Console, jak i zewnętrznych) będą dostępne dopiero po kilku dniach od wdrożenia nowej wersji serwisu (lub przeniesienia go na nowy adres URL). Najbardziej czułym wskaźnikiem, informującym nas o ewentualnych problemach z przenoszeniem serwisu, jest wskaźnik ruchu w Google Analytics. Tutaj dane analityczne będą dostępne najszybciej. Sprawdzamy więc ruch organiczny, aby mieć pewność, że serwis przeindeksowuje się prawidłowo.

### **Dodatkowe uwagi**

Pamiętajmy, że nawet po pełnym przeindeksowaniu się serwisu w wynikach wyszukiwania, nie powinniśmy rezygnować z utrzymania pierwotnej domeny pod którą znajdował się serwis. Dostępne tam przekierowania służą przeniesieniu w nowe miejsce nie tylko użytkownika, który klika w stary odnośnik, ale także robotów indeksujących, które poruszają się po linkach zewnętrznych. Utrzymanie starej domeny i przekierowań 301 zapewnia nam także utrzymanie linków zewnętrznych, które są silnym sygnałem SEO budującym widoczność serwisu w wynikach wyszukiwania. Usunięcie domeny i skasowanie przekierowań może się wiązać ze spadkami widoczności, zwłaszcza w sytuacji kiedy do starej domeny prowadziła relatywnie duża liczba wartościowych linków.



Sprawdź, ile możesz zyskać dzięki współpracy z Whites.

## Skontaktuj się z nami

[kontakt@agencjawhites.pl](mailto:kontakt@agencjawhites.pl)

tel. 22 114 00 04