**Mobile first indexing - 5 kroków jak zoptymalizować stronę pod kątem nowego indeksu**

**Na początku listopada Google rozpoczął testy nad nowym indeksem - mobile-first. Do tej pory nie zważając na to, że spora część użytkowników korzysta z wyszukiwarki Google na urządzeniach mobilnych, algorytm oceniał w pierwszej kolejności elementy desktopowej wersji. W obecnych czasach takie podejście jest już nieaktualne. Nikogo zatem nie dziwi, że Google rozpoczął pracę nad nowym indeksem mobile - first. Od tej pory jeżeli wersja desktopowa będzie się różnić od wersji mobilnej wyszukiwarka będzie brała w pierwszej kolejności tę drugą. Strony nie posiadające wersji responsywnej nie zostaną usunięte z indeksu, jednak na pewno ucierpią na tym ich pozycje w mobilnych wynikach wyszukiwania Jak zatem przygotować stronę do mobile-first?**

 **Zapraszamy do lektury SeoKuriera !**

Na początek zalecamy zrobić **krótki test**. Jeżeli tego jeszcze nie robiłeś to sprawdź **jak różnią się pozycje** Twojej strony w **wynikach desktopowych i mobilnych**. Możesz to zrobić [logując/rejestrując](https://www.seopilot.pl) się do naszego systemu i korzystając z darmowego monitoringu pozycji. Czy widzisz różnice w pozycjach? Jak duże one są? Zwróć uwagę, że obecnie różnice te wynikają z takich czynników jak przystosowanie strony do wyświetlania się na urządzeniach mobilnych, jednak nadal jest to “stary” indeks, który sprawdza **w pierwszej kolejności wersję desktopową**. Wyobraź sobie co, będzie, jak wprowadzony zostanie indeks mobile-first! Czas na podjęcie zdecydowanych kroków. Przygotuj się na mobile-first.

Oto **5 prostych kroków**, które pomogą zoptymalizować Twoją stronę pod mobile-first!

**1. Prędkość wczytywania strony**

Oglądając wideo instrukcję od Google słyszymy, że wczytywanie strony nie powinno być dłuższe niż …. **2 sekundy**! Jest to górna granica dla stron e-commerce i warto dążyć do osiągnięcia takiej prędkości wczytywania. Zgodzisz się, że będzie to plus nie tylko dla robotów wyszukiwarki, ale też na pewno docenią to Twoi **klienci**.

Kilka standardowych zaleceń, które warto wziąć pod uwagę podczas **optymalizacji szybkości ładowania strony**:

l **Optymalizacja grafiki**. Duże grafiki mogą spowalniać wczytywanie się strony, więc warto sprawdzić czy wszystkie zdjęcia i obrazy na stronie są odpowiednich rozmiarów.

l **Wyczyść kod**. Usuń z kodu wszystkie niepotrzebne symbole, ale uważaj, aby na tym nie ucierpiałą jej funkcjonalność.

l Zmniejsz ilość **przekierowań**. Zbyt duża liczba przekierowań opóźnia prędkość wczytywania strony i pogarsza user experience.

**2. Nie blokuj CSS, JavaScript i grafik**

Wcześniej dana taktyka rzeczywiście była przydatna. Jednak w obecnych czasach nasze smartfony często mają większą moc niż komputery PC i mogą obrabiać właściwie każde dane, zaś mobilne Googleboty mogą je odczytywać - nie pozbawiajcie ich tej przyjemności :)

**3. Mobilny design strony**

SEO obecnie uchodzi od technicznych aspektów i dąży w kierunku sztuki. Webmaster powinien nie tylko umieć posługiwać się kodem i znać się na czynnikach rankingowych, ale też umieć wykorzystać design strony tak, aby wpłynął on korzystnie na pozycje w wyszukiwarce.

Oto kilka porad:

l Zdecydowanie **zrezygnuj** z Flash na korzyść HTML5

l Zrezygnuj z pojawiających się okienek. **Pop-upy** bywają denerwujące nawet na stronach w wersji desktopowej, a co dopiero wtedy, gdy okienko zajmuje cały ekran smartfona?

l Strona powinna być nie tylko mobile-friendly, ale też **finger-friendly**. Przekonaj się sam, czy Twoim użytkownikom nic nie przeszkadza podczas scrollowania strony na urządzeniach mobilnych. Czy przy kliknięciu są przekierowani do odpowiedniego elementu strony itd.

Przyjazny dla użytkownika urządzeń mobilnych. Łatwość posługiwania się i klikania w przyciski.

**4. Optymalizacja on-page**

Mobilne SERPy pozostawiają nam **mniej przestrzeni** do tworzenia (mniejsze ekrany). W związku z tym wszystkie nagłówki i opisy powinny być **krótkie** i maksymalnie treściwe. Pomoże to też GoogleBot szybciej pojąć i zapoznać się z zawartością Twojej strony.

Krótkie nagłówki pomagają robotom Google, a także użytkownikowi w odbieraniu najważniejszych informacji na urządzeniach mobilnych

**5. Lokalna optymalizacja**

Mobilne wyszukiwanie ma decydujące znaczenie dla biznesów, które za cel obierają przyciągnięcie klienta do lokalu - sklepu stacjonarnego. Według danych Google **aż 50% klientów**, którzy szukali czegoś w lokalnych wynikach wyszukiwania na smartfonach, odwiedziło sklep w ciągu tego samego dnia, **dla komputerów** i **tabletów** wartość ta jest nieco niższa i wynosi **34%**.

Użytkownicy urządzeń mobilnych często szukają w wyszukiwarce informacji o pobliskich sklepach, restauracjach i kawiarniach. Wykorzystaj to, jeżeli jesteś właścicielem podobnego lokalu.

**Podsumowanie**

Mobile-first to odpowiedź na tendencje obecnie panujące na świecie. Użytkownicy coraz częściej sięgają po mobilne urządzenia szukając informacji w Internecie. Stworzenie mobilnej/responsywnej wersji strony jest wręcz konieczne w obecnych czasach i opłaci się każdemu webmasterowi, który na stronie chce zarabiać. Docenią to zarówno klienci jak również roboty Google. Prawidłowa optymalizacja wersji mobilnej, zastosowanie zaleceń Google sprawią, że będziesz dobrze przygotowany na nadejście mobile-first. Śpiesz się. Czasu nie pozostało już tak mało.

***Nowości ze świata SEO***

*Google podsumował co najczęściej wpisywaliśmy i wyszukiwaliśmy w kończącym się powoli 2016 roku. "Euro 2016, Robert Lewandowski, wybory prezydenckie w USA czy pytanie, jak grać w Pokémon Go – to hasła, które najbardziej zyskiwały na popularności w wyszukiwarce Google w 2016 roku". Więcej haseł znajdziecie* [*tutaj >>*](https://www.google.pl/trends/yis/2016/PL)