

# Vytěžte ze svého obsahu co nejvíce

*Příručka pro provozovatele webových stránek*

Google™

---

## Obsah

Úvod	2
Stručný přehled vyhledávání na webu	3
Co je ve vyhledávání Google na webu nového?	4
Může Google vaše stránky najít?	5
Může Google vaše stránky indexovat?	6
<i>Kontrola nad tím, co Google indexuje</i>	7
<i>Robots.txt vs. meta-značky</i>	9
<i>Kontrola nad kopiemi v archivu a úryvky</i>	10
Je na vašich stránkách jedinečný a užitečný obsah?	11
Zvyšování viditelnosti: nejlepší postupy	12
Webmaster Central	13
<i>Sitemaps</i>	14
Často kladené dotazy	15
Slovníček	19

---

## Úvod

Pokud chcete být vidět, pak je internet tím pravým místem pro vás. Stačí se zeptat některého inzerenta, který díky reklamám na internetu zvýšil své prodeje, bloggera, který díky své popularitě uzavřel smlouvu na vydání knihy, nebo vydavatele novin, jejichž čtenářstvo díky vyšší návštěvnosti získalo mezinárodní rozměr.

Společnost Google často dostává dotazy, jak funguje vyhledávání na webu a jak mohou provozovatelé webových stránek dosáhnout toho, aby byli na internetu co nejvíce vidět.

Vytvořili jsme tuto stručnou brožurku, abychom vám pomohli porozumět tomu, jak vyhledávač „vidí“ váš obsah a jak nejlépe můžete ovlivnit svou přítomnost na webu, abyste zajistili, že lidé najdou to, co chcete, aby našli – a nenajdou to, co chcete nechat skryté.

Od tipů a internetových nástrojů pro webmastery přes podrobný návod až k odpovědím na často kladené dotazy je tato brožura určena pro malé internetové provozovatele i pro majitele velkých stránek.

Stejně, jako se za poslední dekádu dramaticky rozvinul internet, vyvinul se i přístup společnosti Google k vyhledávání na webu a její vztah s majiteli webových stránek. Vytvořili jsme mnoho nástrojů, které mají webmasterům pomoci zvýšit viditelnost jejich obsahu i kontrolu nad tím, jak jsou jejich webové stránky indexovány. Vždy však můžeme udělat ještě více. Doufáme, že vás tato brožura povzbudí k tomu, abyste nám poskytli zpětnou vazbu a dali nám vědět, co můžeme udělat pro to, aby se web stal ještě lepším místem pro vyhledávající uživatele i pro provozovatele stránek.

- Tým služby Google Webmaster

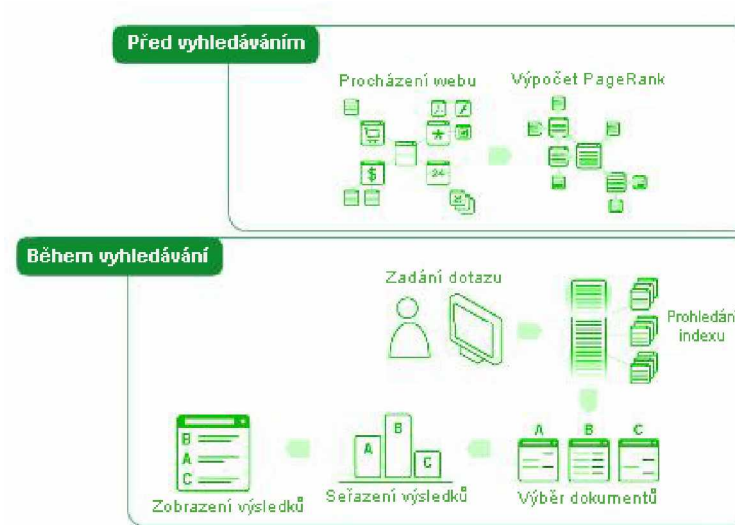
## Stručný přehled vyhledávání na webu: Jak to funguje

Nejjednodušeji řečeno si můžete web představit jako obrovskou knihu s ohromným rejstříkem (čili indexem), ve kterém přesně najdete, kde se vše nachází.

Google má skupinu počítačů – nazývaných „Googlebot“ – které neustále procházejí miliardy stránek na internetu. Toto procházení je algoritmický proces: počítačové programy určují, které servery se mají projít, jak často a kolik konkrétních stránek se z daného serveru projde. Nepřijímáme žádné platby za častější procházení stránek a vyhledávání je zcela oddělené od naší výdělečné reklamní služby AdWords.

Proces procházení začíná seznamem URL adres webových stránek. Googlebot při procházení těchto webových stránek zjišťuje odkazy na jednotlivých stránkách a přidává je do svého seznamu stránek, které má projít. Googlebot vytvoří kopii každé prošlé stránky za účelem vytvoření masivního indexu všech slov, která najde. Tento seznam také uvádí, kde se dané slovo na dané stránce nachází.

Když uživatel zadá dotaz, naše počítače prohledají index, zda neobsahuje odpovídající stránky, a uživateli zobrazí nejrelevantnější nálezy. Relevanci určuje přes 200 faktorů, jedním z nichž je „PageRank“ dané stránky. PageRank je měřítko „důležitosti“ stránky na základě odkazů na danou stránku z ostatních stránek. Jednoduše řečeno každá stránka odkazující na webovou stránku XYZ zvyšuje její PageRank.



---

## Co je ve vyhledávání Google na webu nového?

Přestože základní principy vyhledávání na webu zůstávají z velké části stejné, Google neustále pracuje na vylepšování výsledků svého vyhledávání.

Co se změnilo oproti vyhledávání na webu třeba před pěti lety? Například je mnohem rychlejší.

Kromě toho jsou naše systémy pro procházení a indexaci ve srovnání se stavem před pěti lety mnohem inteligentnější. Nyní například webové stránky procházíme opakovaně a návštěvy jednotlivých stránek lépe plánujeme, abychom dosáhli maximální aktuality. Tento efektivnější přístup bere v úvahu skutečnost, že například internetové stránky novin vyžadují častější procházení než statické webové stránky aktualizované jednou za měsíc. Také webmasterům poskytujeme nástroje, kterými mohou určovat, jak často jejich stránky procházíme. Výsledkem toho všeho je pak aktuálnější a obsáhlejší index.

Ačkoli je dnes vyhledávání na webu rychlejší a účinnější než kdykoli předtím, již od doby, kdy se náš vyhledávač objevil na scéně, jsou prioritou následující klíčové faktory určující viditelnost webových stránek v rámci výsledků vyhledávání Google:

**Může Google dané stránky najít?** (str. 5)

**Může Google dané stránky indexovat?** (str. 6)

**Je na stránkách jedinečný a užitečný obsah?** (str. 11)

---

## Může Google vaše stránky najít?

Zahrnutí do výsledků vyhledávání Google je bezplatné a snadné. Dokonce své stránky ani nemusíte do indexu Google zadávat. Velká většina stránek, které jsou uvedeny v našich výsledcích, ve skutečnosti není do indexu zadána ručně, ale byla nalezena a přidána automaticky, jak Googlebot prochází web.

Přestože Google prochází miliardy stránek, je nevyhnutelné, že některé stránky budou přehlédnuty. Pokud Googlebot přehlédne konkrétní stránky, je to často kvůli některému z následujících důvodů:

- stránky nejsou prostřednictvím odkazů dobře propojeny s ostatními stránkami na webu;
- stránky byly spuštěny poté, co Google dokončil poslední procházení;
- když jsme se stránky snažili projít, byly dočasně nedostupné, nebo jsme při pokusu o procházení narazili na chybu.

Pokud použijete nástroje Google pro webmastery, například službu Sitemaps, můžete zjistit, zda jsou vaše stránky momentálně do indexu Google zahrnuty a zda jsme při pokusu o projití vašich stránek narazili na chyby (viz str. 14). Tyto nástroje můžete také využít pro ruční přidání vaší adresy URL do indexu Google nebo pro poskytnutí mapy stránek (tzv. Sitemap), díky které Google získá lepší představu o vašem obsahu. Pomůže nám to na vašich stránkách nalézt nové sekce a obsah.

---

## Může Google vaše stránky indexovat?

Webmasteři mohou občas zjistit, že se jejich stránky nenacházejí v rámci výsledků vyhledávání. Problém může spočívat v „indexovatelnosti“ – tedy zda Googlebot může vytvořit kopii webové stránky, kterou zahrne do našich výsledků vyhledávání.

### Struktura a obsah

Běžný důvod pro nezahrnutí do výsledků vyhledávání souvisí se strukturou a obsahem webové stránky. Google například nemusí být schopen indexovat stránku, která vyžaduje, aby uživatel vyplnil formulář. Vyhledávače také nemusejí vždy správně indexovat stránku využívající „dynamický obsah“ (Flash, JavaScript, rámce nebo dynamicky generované adresy URL). Pokud vás zajímá, zda to není problém vašich stránek, zkuste si stránky zobrazit v textovém prohlížeči, jako je Lynx, nebo v prohlížeči, ve kterém vypnete obrázky, Javascript a Flash, čímž zjistíte, zda je veškerý váš obsah dostupný.

Pokud vaše stránky obsahují hodně obrázků, nezapomeňte důležitý obsah všech obrázků popsat v textu. Nejen že tím vyhledávačům umožníte obrázek správně indexovat, ale také obrázek zpřístupníte nevidomým a špatně vidícím uživatelům. Pro obrázek můžete také využít text v rámci HTML značky „alt“ a používat popisné názvy souborů, jak je uvedeno v tomto příkladu (což je obrázek loga společnosti s názvem „Kváskovo pekařství“):

```

```

### Adresy URL

Další překážkou může být samotná adresa URL. Pokud URL obsahuje identifikační čísla relací nebo několik parametrů, případně pokud adresa URL provádí několikrát přesměrování, nemusí být Google schopný stránku indexovat.

### Server a síť

V přístupu ke konkrétním stránkám nám mohou zabránit problémy serveru nebo sítě. Provozovatelé stránek mohou využít nástrojů Google dostupných v rámci služby Webmaster Central a zobrazit si seznam svých stránek, ke kterým se Google nemůže dostat. Více informací o službě Webmaster Central najdete na str. 13.

### Protokol pro zakázání přístupu robotům

Někdy může být u stránek zakázaný přístup automatickým robotům prostřednictvím technického kritéria, které provozovatelům stránek umožňuje „sdílet“ vyhledávačům, aby obsah jejich stránek neindexovaly (viz str. 7). Pokud se vaše webové stránky nenacházejí mezi výsledky vyhledávání Google, měli byste zkontrolovat, zda našim automatickým robotům nebrání v přístupu soubor robots.txt nebo nějaká meta-značka (meta tag).

---

## Kontrola nad tím, co Google indexuje

Každý provozovatel stránek má jiný cíl, kterého se snaží na internetu dosáhnout. Někteří vydavatelé novin se například rozhodli poskytovat bezplatný přístup ke svým aktuálním článkům, zatímco přístup k archivům umožňují přes placenou službu. Někteří chtějí být vidět na všech platformách vyhledávače (např. Google Mobile, Obrázky Google apod.), zatímco jiní chtějí být zobrazováni jen ve výsledcích vyhledávání na webu.

Vyhledávače chtějí respektovat přání provozovatelů stránek – konec konců, je to jejich obsah. Nedokážeme ale číst myšlenky, takže je nezbytně nutné, aby nám webmasteři sdělili, jak chtějí, abychom jejich obsah indexovali. Mohou tak učinit prostřednictvím protokolu pro zakázání přístupu robotům, což je zavedená technická norma, která vyhledávačům oznamuje, které stránky nebo části stránek by neměly být vyhledávatelné a které části by měly zůstat viditelné ve výsledcích vyhledávání.

### Robots.txt: kontrola na úrovni stránek

Základem protokolu pro zakázání přístupu robotům je jednoduchý textový soubor nazvaný robots.txt, který je již mnoho let normou v tomto oboru. Pomocí souboru robots.txt můžete řídit přístup na více úrovních, od celého serveru po jednotlivé adresáře, stránky konkrétního typu, či dokonce jednotlivé stránky.

**Nechci, aby Google indexoval některé konkrétní stránky z mých stránek. Jak zabráním tomu, aby se zobrazovaly ve výsledcích vyhledávání Google?**

Obecně platí, že většina majitelů stránek *chce*, aby Googlebot jejich stránky procházel, aby tak jejich webové stránky mohli najít uživatelé vyhledávající pomocí Google. Možná však máte konkrétní stránky, které nechcete indexovat: například interní protokoly nebo zpravodajské články s placeným přístupem.

Konkrétní stránky můžete z indexu Google vyloučit tak, že si vytvoříte soubor *robots.txt* a umístíte jej do kořenového adresáře svého webového serveru. Soubor *robots.txt* uvádí stránky, které by vyhledávače neměly indexovat. Vytvoření souboru *robots.txt* je přímočarý způsob, který provozovatelům stránek poskytuje vysokou úroveň kontroly nad tím, jak vyhledávače přistupují k jejich stránkám.

Pokud například webmaster chce zabránit indexování interních protokolů, měl by soubor *robots.txt* obsahovat:

**User-Agent: Googlebot** – Řádek User-Agent udává, že následující sekce je sada pokynů pouze pro Googlebot.

**Disallow: /logs/** – Řádek Disallow oznamuje robotu Googlebot, aby na vašich stránkách neprocházel soubory v podadresáři „logs“.

Majitel stránek stanovil, že žádná ze stránek v adresáři „logs“ se nesmí zobrazit ve výsledcích vyhledávání Google.

Všechny hlavní vyhledávače čtou a poslouchají pokyny, které zadáte do souboru *robots.txt*, a pokud chcete, můžete pro různé vyhledávače stanovit různá pravidla.

### Meta-značky: podrobná kontrola

Kromě souboru *robots.txt* – který vám umožňuje souhrnně zadat pokyny pro více souborů na vašich webových stránkách – můžete použít meta-značku pro roboty, abyste měli podrobnou kontrolu nad jednotlivými konkrétními stránkami. Chcete-li to provést, stačí přidat konkrétní meta-značky do HTML stránky, čímž získáte kontrolu nad tím, jak bude stránka indexována. Soubor *robots.txt* a meta-značky vám dohromady poskytnou flexibilitu, se kterou můžete relativně snadno vyjádřit komplexní pravidla pro přístup.

**Mám na svých stránkách určitý článek, který je přístupný pouze registrovaným uživatelům. Jak zabráním jeho zobrazení ve výsledcích vyhledávání Google?**

Chcete-li tak učinit, stačí do první sekce <head> daného článku přidat meta-značku NOINDEX. Mělo by to vypadat asi takhle:

```
<html>

<head>

<meta name="googlebot" content="noindex">

[...]
```

Tím robotu Google zabráníte, aby tento soubor indexoval.

Měli byste však vědět, že v některých případech může být vhodné, aby Google indexoval i tyto typy stránek – například zpravodajský článek z archivu, za jehož přečtení na internetu uživatelé musejí zaplatit. Přestože se tento druh placeného obsahu nezobrazí ve výsledcích vyhledávání Google, některé služby Google jako News Archive Search (Vyhledávání v archivu zpráv) budou článek ve svém indexu obsahovat a uživatelům jasně zobrazí informace o placené povaze obsahu.

## Robots.txt vs. meta-značky

Obecně platí, že soubor *robots.txt* vhodně zajišťuje kontrolu nad celými stránkami, zatímco meta-značky poskytují podrobnou kontrolu nad jednotlivými soubory. Meta-značky jsou obzvláště užitečné, pokud máte svolení upravovat jednotlivé soubory, avšak nikoli celé stránky. Meta-značky vám také umožňují stanovit komplexní pravidla pro přístup na základě jednotlivých stránek. Někdy je možné stejný problém vyřešit pomocí obou nástrojů:

### Jak můžu zajistit, aby se na stránce indexoval text, ale nikoli obrázky?

Jednou možností by bylo zablokovat přístup k obrázkům podle přípony souboru v rámci celých stránek s využitím souboru *robots.txt*. Následující řádky v souboru *robots.txt* sdělují robotu Google, aby neindexoval žádné soubory končící na *\*.jpg* nebo *\*.jpeg*:

User-agent: Googlebot

Disallow: /\*.jpg\$

Disallow: /\*.jpeg\$

Případně, pokud váš systém správy obsahu (CMS) ukládá obrázky do samostatného adresáře, můžete zakázat přístup k tomuto celému adresáři. Pokud jsou vaše obrázky v adresáři nazvaném */obrazky*, můžete všem vyhledávačům zakázat přístup k tomuto adresáři pomocí:

User-agent: \*

Disallow: /obrazky/

Další možností by bylo přidat značku NOINDEX do každého souboru, který obsahuje obrázek. Všechny tyto přístupy zabrání tomu, aby byly vaše obrázky indexovány. Jedinou otázkou je, jak rozsáhlý zákaz přístupu k obrázkům chcete.

## Kontrola nad kopiemi v archivu a úryvky

Výsledky vyhledávání obsahují odkaz na stránku v archivu (tzv. cache) a úryvek. Zde je například jeden z prvních výsledků, který se zobrazí při vyhledání „kachna divoká“:

**Kachna divoká** - Wikipedie, otevřená encyklopedie

**Kachna divoká** (Anas platyrhynchos), zvaná březňačka, je naše největší plovavá kachna. ...

**Kachna divoká** přezimuje na nezamrzajících vodních plochách. ...

[cs.wikipedia.org/wiki/Kachna\\_divoká](https://cs.wikipedia.org/wiki/Kachna_divoká) - 25k - Archiv - Podobné stránky

**Úryvek** – kousek textu z webové stránky

**Odkaz na archiv** – tento odkaz přenesení uživatele na kopii stránky uloženou na serverech Google

**K čemu je úryvek?** Uživatelé pravděpodobněji navštíví webové stránky, pokud výsledky vyhledávání zobrazují úryvek z daných stránek. Je tomu tak proto, že úryvky uživatelům pomáhají vidět relevanci výsledku k jejich dotazu. Pokud uživatel relevanci rychle nevidí, obvykle se přesune na další výsledek vyhledávání.

**K čemu je odkaz na archiv?** Odkaz na archiv je užitečný v mnoha případech, například když jsou stránky dočasně nedostupné, když jsou zpravodajské stránky přetíženy po významné události nebo když jsou stránky omylem smazány. Další výhodou je v tom, že kopie v archivu Google zvýrazňuje slova, která uživatel použil při vyhledávání, což umožňuje rychlé zhodnocení relevance stránky.

Většina provozovatelů stránek si přeje, aby Google zobrazoval úryvek i odkaz na archiv. Existují však případy, kdy si majitel stránek může přát jednu nebo obě tyto funkce zakázat:

Obsah mých novin se mění několikrát za den. Zdá se, že Googlebot tento obsah neindexuje stejně rychle, jako jej měníme, a odkaz na kopii v archivu vede na stránku, která již není aktuální. Jak mohu zabránit tomu, aby Google vytvářel odkaz na kopii v archivu?

Majitel zpravodajského serveru může zabránit tomu, aby se odkaz na kopii v archivu zobrazoval ve výsledcích vyhledávání, když na tuto stránku přidá značku NOARCHIVE:

```
<META NAME="GOOGLEBOT" CONTENT="NOARCHIVE">
```

Obdobně můžete robotu Google sdělit, aby nezobrazoval úryvek stránky, a to pomocí značky NOSNIPPET:

```
<META NAME="GOOGLEBOT" CONTENT="NOSNIPPET">
```

**Poznámka:** Přidání značky NOSNIPPET také způsobí, že se nezobrazí odkaz na kopii v archivu, takže pokud zadáte NOSNIPPET, automaticky uplatníte také NOARCHIVE.

## Je na vašich stránkách jedinečný a užitečný obsah?

Když je možné stránky najít a indexovat, musíte si nakonec položit otázku, zda je obsah webových stránek jedinečný a užitečný.

Nejprve se podívejte na svůj text jako celek. Jsou vaše názvy a textové odkazy popisné? Má váš text přirozenou strukturu a působí jasně a intuitivně?

Stejně jako je kapitola v knize uspořádána na základě konkrétních oblastí a témat, měla by být také každá webová stránka zaměřená na konkrétní oblast či téma. Z takového druhu obsahu přirozeně vyplývají klíčová slova a fráze a uživatelé pravděpodobněji zůstanou na webové stránce, která poskytuje relevantní obsah a odkazy.

Dbejte však na to, aby vámi napsaný text obsahoval fráze, které budou návštěvníci pravděpodobně hledat. Pokud jsou například vaše stránky určeny fanouškům vozů Laurin & Klement, dbejte na to, aby text opravdu obsahoval slova „Laurin & Klement“ a „vozy“ spíše než jen „české automobily“.



## Zvyšování viditelnosti: nejlepší postupy

Majitelé stránek se nás často ptají na nejlepší způsoby, jak mohou zvýšit viditelnost a hodnocení svých stránek v našich výsledcích vyhledávání. Naše jednoduchá odpověď zní: „Myslete jako uživatel, protože tak se snažíme myslet i my.“

Co to znamená v praxi? Především dbejte na to, abyste návštěvníkům poskytli informace, které hledají, neboť právě relevance na vaše stránky přivede provoz a pomůže jej udržet.

Mnoho majitelů stránek se příliš zaměřuje na to, jak dobře jsou jejich webové stránky hodnoceny. Avšak hodnocení je určováno nejen na základě PageRank, ale také dalších více než 200 kritérií. Mnohem lepší je svůj čas věnovat kvalitě obsahu a jeho dostupnosti, spíše než se snažit nalézt způsoby, jak „obehrát“ algoritmus vyhledávače. Pokud stránky nedodržují naše pokyny pro kvalitu, mohou být z indexu zablokovány.

### Co dělat:

1. Vytvořte relevantní, poutavý obsah: návštěvníci na vaše jednotlivé stránky dorazí přes různé odkazy, takže dbejte na to, aby každá vaše stránka upoutala jejich pozornost.
2. Zajínejte uživatele: můžete na své stránky přidat sekci s komentáři nebo blog? Vytvoření komunity pomáhá zajistit pravidelné využívání vašich stránek. Pokud své uživatele zajímate, pomůže vám to zvýšit viditelnost stránek a věrnost uživatelů.
3. Sledujte své stránky: používejte službu Webmaster Central (viz str. 13), abyste zjistili, přes které dotazy se uživatelé na vaše stránky dostávají, nebo abyste sledovali změny v hodnocení ve výsledcích vyhledávání v souvislosti s většími změnami stránek.
4. Zajistěte si vysoce kvalitní odkazy vedoucí na vaše stránky.
5. Poskytněte jasné textové odkazy: vhodně na své stránky umístěte textové odkazy, které zahrnují slova popisující dané téma.

### Čeho se vyvarovat:

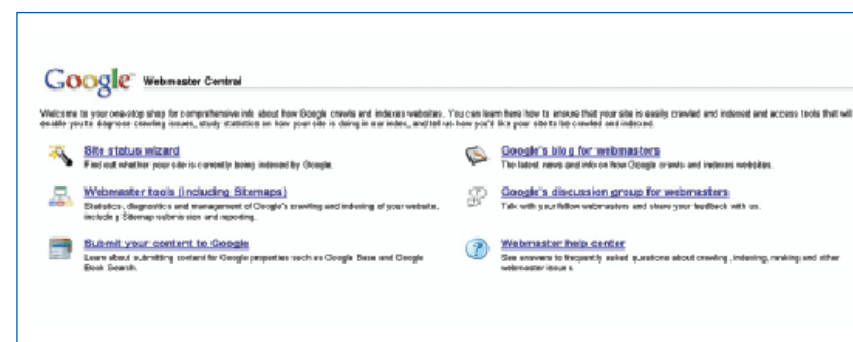
1. Nezaplňujte své stránky seznamy klíčových slov.
2. Nepokoušejte se stránky „zahalovat“ (tzv. cloaking) napsáním textu, který vidí vyhledávače, ale nikoli uživatelé.
3. Nevytvářejte stránky „pouze pro automatické roboty“ nastavením stránek či odkazů, jejichž jediným účelem je oklamat vyhledávače.
4. Pro zobrazení důležitých jmen, obsahu nebo odkazů nepoužívejte obrázky – vyhledávače nedokáží obrázky „přečíst“.
5. Nevytvářejte více kopií stránky pod různými adresami URL se záměrem oklamat vyhledávače.

V případě pochybností navštivte naše pokyny pro webmastery dostupné na: [google.cz/webmasters/guidelines.html](http://google.cz/webmasters/guidelines.html)

## Webmaster Central

Jako společnost, jejímž cílem je poskytovat co nejrelevantnější a nejužitečnější výsledky vyhledávání na webu, se snažíme poskytovat rostoucí a nestrannou podporu pro všechny webmastery a všechny webové stránky bez ohledu na jejich velikost. Proto jsme vytvořili službu Webmaster Central, kterou najdete na [google.cz/webmasters](http://google.cz/webmasters).

Webmaster Central je výborný zdroj pro všechny provozovatele webových stránek. Nabízí komplexní odpovědi na dotazy týkající se automatického procházení pomocí robotů (crawling), indexování a hodnocení, dále zahrnuje možnosti zpětné vazby a řešení problémů a také nabízí diagnostické nástroje, které webmasterům pomáhají řešit potenciální problémy s automatickým procházením jejich stránek.



Zde je ochutnávka toho, co na stránkách Webmaster Central můžete najít a dělat:

- Diagnostikovat potenciální problémy s přístupem ke stránkám a získat řešení
- Požádat o odstranění konkrétních stránek z našeho indexu
- Ujistit se, zda soubor *robots.txt* povoluje a blokuje stránky podle očekávání
- Zobrazit si statistiky dotazů a stránek související s vašimi webovými stránkami:
- Statistika dotazů: Zjistěte, které vyhledávací dotazy na vaše stránky přivádějí nejvíce návštěvníků a která témata by vaše stránky mohly rozvést, aby dosáhly vyššího provozu.
- Analýza stránek: Podívejte se na svou stránku, jak ji vidí Google. Zobrazte si nejčastější slova na svých stránkách, odkazy na vaše stránky a jak ostatní vaše stránky popisují, když na ně odkazují.
- Rychlost procházení: Podívejte se, jak často Googlebot vaše stránky prochází, a sdělte nám, zda je má procházet rychleji, nebo pomaleji.



## Sitemaps

Webmaster Central také provozovatelům stránek nabízí službu Sitemaps (mapy stránek) pro výsledky vyhledávání na webu, mobilní stránky a zprávy.

Sitemaps je protokol, který podporujeme spolu s dalšími vyhledávači, abychom webmasterům pomohli poskytnout nám více informací o jejich webových stránkách. Služba Sitemaps doplňuje stávající standardní mechanismy procházení webu a webmasteři ji mohou využívat k tomu, aby společnost Google informovali o svých jednotlivých stránkách za účelem zlepšení automatického procházení a viditelnosti jejich stránek ve výsledcích vyhledávání Google.

Kromě služby Web Search Sitemaps (mapy stránek pro vyhledávání na webu) také nabízíme službu Google Mobile Sitemaps (mapy stránek pro mobilní telefony), která provozovatelům mobilních stránek umožňuje zaslat do našeho mobilního indexu adresy URL, na kterých se nachází obsah pro mobilní přístroje.

Provozovatelům stránek, jejichž zpravodajské stránky jsou zahrnuty do služby Google News (Zprávy Google), může služba News Sitemaps (mapy stránek pro zprávy) poskytnout statistiky o jejich článcích, od vyhledávacích dotazů po četnost zobrazení. Při použití s diagnostickými nástroji služby Webmaster Central může služba News Sitemaps také poskytnout hlášení o chybách, která mohou pomoci vysvětlit jakékoli problémy, na které Google narazí při procházení či získávání zpravodajských článků ze stránek. Kromě toho může provozovatel stránek zaslat mapu zpravodajských stránek obsahující adresy URL, které by chtěl nabídnout pro zahrnutí do služby Google News. Na rozdíl od služeb Web Sitemaps a Mobile Sitemaps je služba News Sitemaps v současnosti dostupná pouze v angličtině, avšak doufáme, že ji brzy budeme moci nabídnout i v jiných jazycích.

## Často kladené dotazy

**Proč pro mé stránky nemůžete nabídnout individuální podporu?**

Podle některých odhadů je na webu 100 milionů stránek. Každá stránka je pro nás důležitá, protože bez ní – bez ohledu na její velikost – by náš index byl méně úplný, a tím pádem méně užitečný pro naše uživatele.

Webmaster Central je skvělý zdroj podpory pro všechny typy webových stránek. Zveřejňujeme a zodpovídáme dotazy od provozovatelů stránek, aby tyto informace byly k užítku všem. V rámci služby Webmaster Central můžete také najít přátelskou a užitečnou komunitu webmasterů, kteří si navzájem radí a pomáhají s řešením problémů

**Mají na hodnocení výsledků vliv reklamy, které zobrazujete? Jsou vaše reklamy a výsledky vyhledávání zcela oddělené?**

Hodnocení reklam a výsledků vyhledávání spolu nijak nesouvisí a ve skutečnosti na nich pracují zcela oddělené týmy, aby nedocházelo k žádnému ovlivňování. Věříme, že objektivita našich výsledků vyhledávání je klíčová pro zajištění co největší spokojenosti uživatelů.

**Jak přidám stránky do vyhledávacího indexu Google?**

Zahrnutí do výsledků vyhledávání Google je bezplatné a snadné a nevyžaduje ruční zaslání stránek společnosti Google. Google je plně automatický vyhledávač. Pravidelně prochází web a nalézá stránky, které přidá do našeho indexu. Velká většina stránek uvedených v našich výsledcích ve skutečnosti nebyla přidána ručně, ale byla nalezena a přidána automaticky během toho, jak naši roboti procházejí web.

Kromě toho pak naše nástroje Google Webmaster Tools (v rámci služby Webmaster Central) poskytují webmasterům snadný způsob, jak do indexu Google zaslat mapu stránek nebo své adresy URL a získat podrobné přehledy o viditelnosti jejich stránek na stránkách Google. Pomocí nástrojů Google Webmaster Tools pak mohou majitelé stránek společnost Google automaticky informovat o všech stávajících stránkách a všech aktualizacích prováděných na těchto stránkách.

**Jak dlouho v průměru trvá, než Google najde nově vytvořené webové stránky, a jak často Google obecně prochází web?**

Neexistuje přesná doba, za kterou Google najde nové stránky.

Googlebot pravidelně prochází celý web, aby obnovoval náš index. Pomocí služby Webmaster Central pak může webmaster sledovat, jak často Googlebot jeho stránky prochází, a sdělit společnosti Google, zda je má procházet rychleji, nebo pomaleji.

**Co když chci, aby se mé stránky objevovaly ve výsledcích vyhledávání na webu, ale nikoli v samostatných službách jako Google News nebo vyhledávání obrázků Google?**

Google provozovatelům stránek vždy umožňuje, aby se odhlásili z jeho služeb, a pokud tak provozovatel stránek chce učinit, může kontaktovat tým podpory pro konkrétní produkt.

Jak jsme se již zmínili, můžete použít protokol pro zakázání přístupu robotům, kterým lze zablokovat indexování obrázků i webových stránek. Pro tento účel lze také využít funkci „odstranění adresy URL“ v rámci služby Webmaster Central, která pokrývá jak vyhledávání na webu, tak vyhledávání obrázků.

Protože Googlebot závisí na několika různých robotech, můžete si také vybrat, co chcete blokovat:

- Googlebot: prochází stránky z našeho webového indexu a indexu zpráv
- Googlebot-Mobile: prochází stránky pro náš mobilní index
- Googlebot-Image: prochází stránky pro náš index obrázků
- Mediapartners-Google: prochází stránky pro zjištění obsahu pro AdSense. Tento robot prochází vaše stránky pouze tehdy, pokud na svých stránkách zobrazujete reklamy AdSense.
- Adsbot-Google: prochází stránky, aby měřil kvalitu vstupních stránek AdWords. Tento robot se používá jen tehdy, pokud pro propagaci svých stránek používáte Google AdWords.

Pokud například chcete Googlebot kompletně zablokovat, můžete použít následující zápis:

User-agent: Googlebot

Disallow: /

### Mohu si vybrat, jaký text chci uvádět jako úryvek?

Ne. To není dobrý nápad, a to jak z pohledu uživatele, tak z pohledu tvůrce obsahu. Ze stránek vybíráme úryvek textu, který zobrazuje hledaná slova v kontextu, což zase demonstruje relevanci výsledku.

Bylo zjištěno, že uživatelé webové stránky pravděpodobněji navštíví, pokud výsledky vyhledávání zobrazují úryvek. Je tomu tak proto, že úryvky uživatelům pomáhají vidět, proč je výsledek relevantní k jejich dotazu. Pokud uživatel rychle nedojde k tomuto zjištění, obvykle se přesune na další výsledek vyhledávání.

Provozovatelé stránek mohou do svých stránek přidat meta-značku, aby společnosti Google poskytli další informace v případech, kdy nedokážeme vygenerovat užitečný úryvek z obsahu na stránce podle algoritmu. Pokud to chcete provést, stačí do sekce <head> na stránce přidat následující:

```
<meta name="description" content="Proč Anna nemá ráda králíčky?  
Chystáme se to zjistit.">
```

Provozovatelé stránek, kteří nechtějí, aby se z jejich stránek generovaly úryvky, mohou použít značku NOSNIPPET, a to následovně:

```
<meta name="robots" content="nosnippet">
```

A konečně, někdy pro úryvek ve výsledcích vyhledávání používáme popis stránek z projektu Open Directory Project. Pokud nechcete, aby se tento popis používal, stačí přidat tuto meta-značku:

```
<meta name="robots" content="noodp">
```

Nejnovější zprávy na mých stránkách se zobrazují pár hodin, poté jsou aktualizovány a přesunuty do sekce standardních článků. Chci, aby se v indexu Google objevoval celý článek, a ne tyto nejnovější zprávy.

Jednou z možností je umístit všechny tyto nejnovější zprávy do jednoho adresáře a pomocí souboru *robots.txt* zakázat přístup robotu Googlebot do tohoto adresáře.

Další možností je přidat do sekce <HEAD> v HTML vaší sekce nejnovějších zpráv značku NOFOLLOW. Tím robotu Googlebot sdělíte, aby nesledoval žádné odkazy, které na této stránce najde. Pamatujte však, že značka NOFOLLOW pouze zabrání, aby Googlebot sledoval odkazy z jedné stránky na druhou. Pokud na tento článek odkazuje jiná webová stránka, Google může článek při indexování stále najít a oindexovat.

### Pokud mám více doménových jmen a na těchto doménách provozuji stejný obsah, vyhodíte mě ze svých výsledků vyhledávání?

Ačkoli někteří provozovatelé stránek se mohou snažit oklamat vyhledávače duplikováním obsahu a provozováním zrcadlových stránek, existuje i legitimní obsah, který může být duplikován opodstatněně. Google takové stránky nechce trestat. Například podobný obsah vyjádřený v různých jazycích (např. anglicky na jedné stránkách a francouzsky na druhé) nepovažujeme za duplicitní.

Pokud budete mít stejný obsah na více webových stránkách (např. sdílení článků), nemusí to nutně vést ke kompletnímu odstranění některých nebo všech takových stránek z výsledků vyhledávání. Pamatujte však, že každý výskyt daného článku se pravděpodobně umístí níže v hodnocení, protože na něj povede jen část odkazů, které by vedly na jediný výskyt článku. Obecně platí, že jediný výskyt článku se umístí výše, a proto jej uvidí více uživatelů než v případě více kopií stejného obsahu.

Kromě toho, aby Google zajistil kvalitu vyhledávání, nezahrnuje do výsledků vyhledávání více kopií stránky. Místo toho často k zobrazení vybereme jen jednu verzi stránky. Webmasteři však mohou společnosti Google svou preferovanou verzi označit prostřednictvím souboru *robots.txt* nebo meta-značky, kterými zablokují všechny kopie, které nechtějí zobrazovat v našich výsledcích vyhledávání.

### Proč jsou moje stránky blokovány v indexu Google?

V první řadě vaše stránky blokovány být nemusí. Existuje mnoho důvodů, proč se stránky nemusí v našich výsledcích vyhledávání zobrazovat (viz str. 5-11).

Pokud u vašich stránek neexistují žádné překážky pro nalezení nebo indexaci, pak je možné, že zablokovány jsou. Stránky mohou být v našem indexu zablokovány, protože nesplňují kritéria kvality uvedené v našich zásadách pro webmastery (dostupné na stránkách služby Webmaster Central). K tomu nejčastěji dochází, když stránky používají nepoctivé způsoby, jak být ve výsledcích vyhledávání zobrazovány výše. Mezi běžná porušení zásad patří tzv. cloaking (psaní textu způsobem, že jej vidí vyhledávače, ale nevidí jej uživatelé) nebo vytváření stránek/odkazů, jejichž jediným účelem je oklamání vyhledávačů a manipulace s výsledky vyhledávání.

Pokud mají webmasteři podezření, že jejich stránky porušují naše zásady pro kvalitu, mohou své stránky upravit tak, aby tyto zásady splňovaly, a potom kliknout na odkaz „požádat o nové zahrnutí“ v rozhraní našich nástrojů Webmaster Tools, čímž nás požádají o nové zhodnocení stránek.

---

## Slovníček

### **Cache link (odkaz na kopii v archivu)**

Snímek toho, jak stránka vypadala naposledy, kdy ji Google navštívil. Kopie v archivu umožňuje uživatelům prohlédnout si stránku, i když je originální verze nedostupná, přestože obsah se může mírně lišit. Pro zobrazení kopie v archivu klikněte na odkaz „archiv“ (či „cached“ v anglickém rozhraní), který je zobrazen pod výsledkem vyhledávání.

### **Cloaking**

Zobrazování jiného obsahu vyhledávačům, než jaký zobrazujete uživatelům.

### **CMS (Content Management System - systém správy obsahu)**

Softwarový systém používaný pro správu obsahu z počítačových, obrázkových a zvukových souborů v rámci webového obsahu.

### **Crawler**

Software používaný pro nalezení a indexování adres URL na webu nebo intranetu.

### **Crawling**

Proces používaný vyhledávači pro sběr stránek z webu.

### **Dynamický obsah**

Obsah jako obrázky, animace nebo videa, který využívá Flash, JavaScript, rámce nebo dynamicky generované adresy URL.

### **HTML (Hypertext Markup Language - hypertextový značkový jazyk)**

Značkový jazyk používaný na webu pro uspořádání textu.

### **Indexování**

Proces, kdy je obsah vašich stránek přidán do vyhledávače.

### **Klíčové slovo**

Slovo, které je zadáno do vyhledávacího pole vyhledávače. Vyhledávač pak hledá stránky, která toto slovo nebo spojení slov obsahují.

### **Kořenový adresář**

Nejvyšší adresář v souborovém systému počítače.

### **Meta tag (Meta-značka)**

Značka (tag) v HTML, která popisuje obsah webové stránky. Meta-značky lze použít pro kontrolu nad indexováním jednotlivých stránek.

---

### **Page Rank**

Funkce Google, která pomáhá určit hodnocení (a tedy umístění) stránek v našich výsledcích vyhledávání. PageRank závisí na jedinečně demokratické povaze webu, neboť využívá jeho obrovskou strukturu odkazů jako indikátor hodnoty jednotlivé stránky. Důležité, vysoce kvalitní stránky získají vyšší PageRank, který si Google pamatuje při každém vyhledávání. Google kombinuje PageRank s propracovanými technikami pro nalezení textu, aby našel stránky, které jsou důležité i relevantní k tomu, co hledáte.

### **Protokol pro zakázání přístupu robotům**

Technická norma, která vyhledávačům sděluje, které stránky či části stránek nemají být vyhledávatelné a které části mají zůstat viditelné ve výsledcích vyhledávání

### **Přípona souboru**

Název počítačového souboru (.doc, .txt, .pdf, atd.) často používaný pro označení typu dat uložených v souboru

### **Robots.txt**

Textový soubor, který provozovatelům webových stránek dává kontrolu nad přístupem k jejich stránkám na více úrovních, od celého serveru po jednotlivé adresáře, stránky konkrétního typu, či dokonce jednotlivé stránky. Tento soubor sděluje robotům (viz crawler), které adresáře lze a nelze procházet.

### **URL (Uniform Resource Locator - jednotné označení zdroje)**

Adresa webových stránek na internetu složená z přístupového protokolu (http), doménového jména (www.google.com) a v některých případech umístění dalšího souboru (www.google.com/webmasters).

### **Zrcadlové stránky**

Duplicitní webová stránka, která se někdy používá pro oklamání vyhledávače a snaží se optimalizovat indexování a webová hodnocení daných stránek

Další informace o službě Webmaster Central najdete na:

**[google.cz/webmasters/](http://google.cz/webmasters/)**

Google™

© Copyright 2007. Google je ochranná známka společnosti Google Inc. Všechny ostatní názvy společností a produktů mohou být ochrannými známkami příslušných společností, se kterými jsou spojeny.