

NEVIDITELNÝ

*Naučte sa vytvárať neviditeľnú sieť aktivít,
vďaka ktorej získate kvalitných zákazníkov.*

MARKETING

Martin Balko

ISBN ??????????????

Copyright © Martin Balko, 2025

MOTTO:

*„Ked' sa človek naučí vydržať sám so sebou,
potom už v živote zvládne akéhokoľvek blbca.“*

Petr Vít

VENOVANIE

Túto knihu venujem každému majiteľovi akéhokoľvek webu či e-shopu, ktorý dennodenne bojuje o svoje miesto na online trhu. Prajem vám, aby sa stala oporou vo vašom podnikaní a priniesla viac úspechov – nielen v biznise, ale aj v osobnom živote.

Viem, že nejednen z vás obetoval svojmu webu veľmi veľa, ale naspäť toho zatiaľ mnoho nedostal.

Za vaším webom je obrovské množstvo investovaných „posledných“ peňazí, psychického vypätia, vytrvalého úsilia a obetovaného času, neraz aj na úkor vzťahov. Zákazníci prahnúci po zľavách ani netušia, koľko ste toho museli obetovať, aby váš web mohol fungovať a obsluhovať ich.

Často máte namiesto marketingového rozpočtu k dispozícii na rast a propagáciu len svoj čas a odhodlanie. Práve preto vám venujem túto knihu – aby ste mali možnosť využiť svoj čas efektívne na zlepšenie výkonu svojho webu a vyhli sa zbytočným chybám.

Možno sa občas sami seba pýtate, či to má vôbec nejaký zmysel a či by nebolo lepšie to už konečne zabaliť.

Možno áno. Možno nie.

To závisí od každého z vás – nejde len o ciele a ambície. Kľúčové je tiež to, či vašou prácou a aktivitou dokážete naplno prejavíť svoj potenciál – vďaka tomu budete mať silu na zvládnutie potrebných krokov a nevyhnutných procesov, ktoré vás potom môžu skutočne baviť a naplňovať.

Nezabúdajte tiež na to, že úspech vášho webu či e-shopu môže byť veľmi dôležitý – oveľa dôležitejší, ako by ste si mohli myslieť.

Malé a stredné firmy tvoria veľmi dôležitú „chrbticu ekonomiky“¹ – produkujú značné percento HDP, vytvárajú množstvo pracovných príležitostí na pracovnom trhu a jednoducho sú nepostrádateľnou súčasťou každej ekonomiky.

1 https://slovakia.representation.ec.europa.eu/news/od-malych-strednych-podnikatelov-zalezi-vela-2016-10-21_sk

Myslíte na to, keď budete rozmýšľať nad tým, či má váš maličký web nejaký zmysel. Môže mať oveľa väčší význam a prínos, ako ste si kedy mysleli.

Ako povedal Aurelius Augustinus v parafrázovanej podobe: *„Doba nie je ťažká ani ľahká – doba je taká, akí sme my a akú ju vytvárame. Budíme dobrí a bude dobrá doba a dobré časy.“*²

Aj so svojím webom môžete vytvárať o niečo krajšiu, užitočnejšiu a prosperujúcejšiu dobu. Ak viete, ako na to.

Prajem vám, aby sa vám to úspešne darilo.

² <https://integratedcatholiclife.org/2023/09/daily-catholic-quote-saint-augustine-of-hippo-7/>

*„Ak som videl ďalej, bolo to preto,
že som stál na pleciach obrov.“*

– Isaac Newton³

VENOVANÉ

mamke a otcovi – najlepším rodičom,
akých som si mohol priať.

³ <https://citaty-slavných.sk/citaty/30968-isaac-newton-ak-som-videl-ďalej-bolo-to-preto-ze-som-stal-na/>

OBSAH

Obsah.....	5
Predhovor:.....	7
1. Úvod: Praktický kurz ako získať prirodzenú návštevnosť z vyhľadávačov a AI nástrojov (nielen pre začiatočníkov).....	9
2. Čo je SEO?.....	15
3. Ako funguje Google a indexovanie webových stránok?.....	18
4. Čo je nástroj Google Search Console, ako si v ňom vytvoriť účet pre svoj web a ako vyžiadať indexovanie webu?.....	23
5. Čo je súbor robots.txt, čo obsahuje a ako s ním pracovať?.....	34
6. Čo je najdôležitejšie v SEO alebo AKO dostať svoj web na TOP pozície v Google vyhľadávaní?.....	41
7. Analýza kľúčových slov.....	50
8. Vyhľadávací zámer.....	52
9. Ako zrealizovať analýzu kľúčových slov?.....	55
10. jednoduchý postup, ako vypracovať analýzu kľúčových slov s pomocou nástroja Ahrefs.....	61
11. Ďalšie možnosti, ako pracovať s analýzou kľúčových slov:.....	78
12. Ako pracovať s informáciami získanými analýzou kľúčových slov?.....	85
13. Čo je SEO obsahová stratégia a ako ju navrhnúť?.....	87
14. Čo sú on-page SEO faktory a ako ich nastaviť na svojom webe?.....	90
15. Ako nastaviť vhodnú URL adresu a slug z pohľadu SEO?.....	92
16. Ako nastaviť hlavný nadpis (H1)?.....	95
17. Ako nastaviť titulok (meta title) na svojom webe z pohľadu SEO?.....	102
18. Ako používať podnadpisy (H2-H6) z pohľadu SEO?.....	105
19. Ako používať na webe obrázky z pohľadu SEO?.....	107

20. Ako nastaviť multimediálny obsah (grafy, videá, tabuľky, infografiky) na webe a ako ho použiť ako silný marketingový nástroj?	109
21. Meta popis (meta description)	115
22. Meta tagy – Čo sú meta tagy?	116
23. Čo sú štruktúrované dáta, rozšírené úryvky vo vyhľadávaní (rich snippets) a schema markup?	123
24. Ako optimalizovať z pohľadu SEO samotný text a obsah stránky?	128
25. Ako riešiť kvalitu obsahu z pohľadu SEO?	130
26. Ako riešiť unikátnosť obsahu z pohľadu SEO?	134
27. Ako riešiť užitočnosť obsahu a pridanú hodnotu z pohľadu SEO?	138
28. Ako riešiť autoritu a dôveryhodnosť webu či jeho obsahu z pohľadu SEO?	142
29. Čo je E-E-A-T?	147
30. Umelá inteligencia a jej vplyv na tvorbu SEO obsahu .	150
31. SEO v dobe AI: Čo je GEO, LLM SEO, AEO a ako získať návštevnosť z umelej inteligencie (ChatGPT, Perplexity, Gemini, AI overview a ďalších)?	156
32. Čo je vstupná stránka (landing page) a ako s nimi pracovať z pohľadu SEO?	168
33. Čo je kanibalizácia kľúčových slov?	172
34. Čo je duplicita obsahu z pohľadu SEO, prečo vzniká a ako sa dá riešiť?	175
35. Čo je kanonizácia (canonicalization) a tag canonical – ako ju použiť pri riešení duplicity?	185
36. Čo je 301 redirect a presmerovanie nefunkčných stránok?	192
37. Čo je súbor .htaccess	197
38. Čo je chybová hláška 404 (stránka nenájdená) a nefunkčné stránky?	201
39. Čo sú nefunkčné odkazy (broken links) a ako ich riešiť? .	207
40. Čo sú interné odkazy a ako ich efektívne používať? ...	213
41. Čo je Orphan page (osamelá, sirotská stránka)?	223
42. Čo je súbor sitemap.xml a mapa webu?	226

43. Čo sú spätné odkazy, aký je ich význam pre SEO a má aj dnes význam ich riešiť?	230
44. Čo je anchor text?	243
45. Čo je nadmerná optimalizácia webu (pre-optimalizácia, over optimization)?	249
46. Čo sú zakázané Black Hat SEO techniky?	258
47. Čo je Google penalizácia?	265
48. Čo je SEO audit a ako ho zrealizovať?	267
49. Ako merať a vyhodnocovať výsledky v SEO a aké sú pre SEO dôležité kľúčové metriky (KPI)?	272
Záver a bonusová kapitola:	278
Praktický návod, ako získať so svojím webom TOP pozície v Google vyhľadávaní na akúkoľvek tému	278
PodĎakovanie	284
Sponzori a partneri	286

PREDHOVOR:

Kolko peňazí by vám prinieslo, keby sa váš web objavil na prvej pozícii v Google vyhľadávaní vždy, keď niekto hľadá najdôležitejšiu frázu vo vašom odbore?

Myslíte si, že pre malý a neznámy web to je nemožné?

Že to dokážu len najväčší hráči v odbore, ktorí si môžu dovoliť zaplatiť celé marketingové tímy, najlepších vývojárov webu a profesionálnych copywriterov, ktorí ovládajú všetky dostupné psychologické aspekty predaja?

Čo ak by ste zistili, že iné malé weby to dokázali? A pritom mali veľmi ďaleko k technickej či vizuálnej dokonalosti?

K získavaniu kvalitných zákazníkov vám nepomôžu triky ani technické nastavenia. Nezachráni vás ani neúnavné naháňanie či lovenie zákazníkov.

Marketing nie je mechanický proces, ktorý sa dá slepo napodobniť. Úspešný marketing je, naopak, o vytváraní nekonečnej siete jemných neviditeľných podporných aktivít, ktoré postupne rozširujú vaše možnosti, dosah a viditeľnosť. Ako nejaká jemná neviditeľná pavučina.

Efektívny marketing je o procesoch, ktoré vám pomáhajú získať pozornosť, posilňovať povedomie a predovšetkým budovať dôveru a dôveryhodnosť.

„Lovili“ ste zákazníkov tým, že ste vyskúšali zaručené rady, tipy a nastavenia od všetkých dostupných marketingových odborov? Od „nastavenia SEO“ cez PPC reklamy až po publikovanie článkov a budovanie značky? Presvedčili ste sa však o tom, že nič z toho vám nefungovalo?

Neuniklo vám pritom niečo zásadné?

Slepé napodobňovanie marketingových postupov je vytrhnuté z kontextu. Jednotlivé postupy a procesy nie sú tak dôležité ako celkový prístup a komplexná stratégia.

Je to podobné ako keby ste chceli získať lásku svojho života určitým mechanickým opakovaním postupov, ktoré fungovali niekomu druhému. Pritom nevnímate skutočnosť, že druhému fungovali len preto, lebo o ne vôbec nešlo – boli to len symboly. Išlo o to, čo bolo za nimi.

- Predstavte si muža, ktorý chce zaujať dokonalú partnerku tým, že jej každý pondelok prinesie kyticu ruží. Navyše pritom ani netuší, či náhodou nemá alergiu na peľ. Keďže však treba byť vytrvalý, bude jej tú kyticu nosiť, až kým ju nezlomí.
- Alebo ženu, ktorá chce získať srdce svojho vyvoleného tým, že mu každú sobotu upečie dokonalý cheesecake – neoverí si ale, či má rád sladké alebo či nemá laktózovú intoleranciu. A ešte aby sa opovážil byť nevďačný a neoceniť vynaložené úsilie!

Podobný prístup nebude fungovať vo vzťahoch, vo výchove detí, v práci a ani v marketingu.

Ak chcete získať kvalitných zákazníkov, nespravíte to lacnými trikmi. Úprimnosť je vzácna, nehľadajte ju u lacných ľudí – rovnako nečakajte, že lacnými trikmi získate kvalitné výsledky.

A pritom to neznamená, že si nemôžete pomôcť rovnakými postupmi, ktoré fungovali druhým. Znamená to len to, že oveľa dôležitejším než samotné postupy je váš zámer, s ktorým tieto postupy realizujete.

Ak chcete niekoho len uloviť alebo sa mu zavďačiť, stačí slepo opakovať postupy.

Ak si však chcete niekoho získať, potrebujete ho skutočne zaujať a prebudiť v ňom v prvom rade dôveru, nadšenie, vášeň, inšpiráciu a ďalšie pozitívne emócie. K tomu vám nepomôže mechanicky opakovať ani najdokonalejšie postupy.

Rovnako platí, že ak chcete s vaším webom osloviť vhodných zákazníkov a presvedčiť vyhľadávače, že si zaslúžite TOP pozície, nepomôže vám napodobniť „to-do list“ a „checklist“ ani od najväčšieho majstra v odbore.

Mnohé postupy síce môžete využiť, potrebujete však ešte niečo viac. Potrebujete v sebe prebudiť úprimný zámer skutočne pomôcť ľuďom nájsť najlepšie riešenia a odpovede na svoje problémy a otázky. To nijakým spôsobom nezahráte ani nezamaskujete.

Nepotrebujete k tomu špičkový web ani unikátnu grafiku či dokonalé technické nastavenie.

Postačí vám váš zámer, odhodlanie a následne zrealizovanie niektorých základných postupov tak, aby ste vytvárali neviditeľnú sieť potrebných aktivít, ktoré vám pomôžu:

- zacieliť na správnych zákazníkov,
- upútať ich pozornosť,
- ponúknuť im najlepšiu odpoveď a riešenia na ich otázky a problémy,
- zvýšiť autoritu a dôveryhodnosť svojho webu.

Chcete vedieť, ako upliesť svoju neviditeľnú a účinnú marketingovú sieť? Podte teda na to.

1. ÚVOD: PRAKTICKÝ KURZ AKO ZÍSKAŤ PRIRODZENÚ NÁVŠTEVNOSŤ Z VYHLADÁVAČOV A AI NÁSTROJOV (NIELEN) PRE ZAČIATOČNÍKOV

ČO SA DOZVIETE V TEJTO KAPITOLE:

- Aké znalosti potrebujete, aby ste zvládli tento kurz?
- Ako zmeniť nulovú návštevnosť na 10 400 mesačne (Case Study)?
- Prečo väčšina webov nezískava návštevnosť z vyhľadávania?
- **Prečo to môžete dokázať vy** – stačí sa naučiť základné princípy a pochopiť, ako fungujú vyhľadávače.

V tomto kurze sa naučíte všetky praktické aspekty SEO (Search Engine Optimization) a GEO (Generative Engine Optimization), ktoré potrebujete na to, aby **váš web získaval lepšie pozície v Google** vyhľadávani a **oslovoval množstvo nových zákazníkov**. Takisto sa naučíte, ako získať zobrazenia svojho webu v nástrojoch umelej inteligencie (ChatGPT, Perplexity, Gemini, AI Overview a ďalších).

Nebojte sa, **nemusíte sa učiť žiadne technické procesy ani náročné techniky**.

Na to, aby ste pre svoj web získali stabilnú návštevnosť z Google vyhľadávania, **nemusíte byť programátor ani technický odborník**. Stačí **poznať overené postupy a princípy**, ktoré fungujú.

Aj úplný **začiatočník môže s pomocou SEO začať získavať zákazníkov**. Ak pochopíte základné princípy fungovania vyhľadávateľov a naučíte sa pozeráť na svoj web očami zákazníkov, dokážete im vďaka tomu poskytnúť **vyššiu hodnotu, lepšie riešenia** a neustále budete môcť posúvať svoje podnikanie dopredu.

Aby ste mali **lepšiu motiváciu a istotu**, že naozaj aj vy môžete s pomocou SEO zvládnuť získať dostatok zákazníkov, pozrite si **najčastejšie dôvody, pre ktoré drvivá väčšina webov** (podľa výskumov cca 96,55 % existujúcich webov⁴) **nezískava návštevnosť z Google vyhľadávania**:

Prečo väčšina webov nezískava návštevnosť z Google vyhľadávania:

1. Zameriavajú sa na **obsah, ktorý takmer nik nevyhľadáva**.
2. Obsah, ktorý s webom ponúkajú, **nenapĺňa vyhľadávacie zámery** – neposkytujú ľuďom potrebné odpovede na ich otázky. *Viac o vyhľadávacom zámere sa dozviete v kapitole 8.*
3. Ich **web nemá dostatočnú autoritu**, kvalitu, unikátnosť a **nezískava odkazy z iných webov**. *Viac sa dozviete v kapitolách: 25, 26, 28 a 43.*

Tajomstvo úspechu: Ako zmeniť nulovú návštevnosť na 10 400 mesačne (Case Study):

Pozrite sa na výsledky⁵, ktoré vďaka znalostiam z tohto kurzu pomohli e-shopu Gentledogs.cz vybudovať prirodzenú návštevnosť cez 10 000 ľudí mesačne.

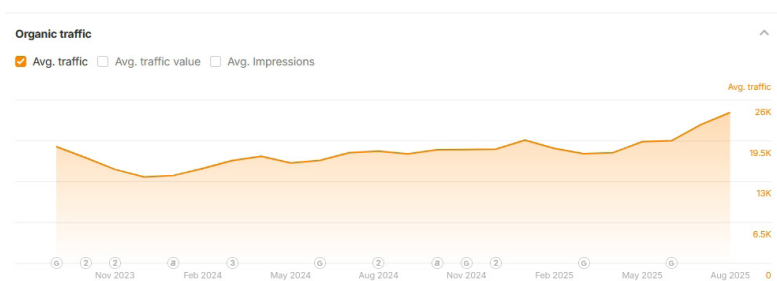
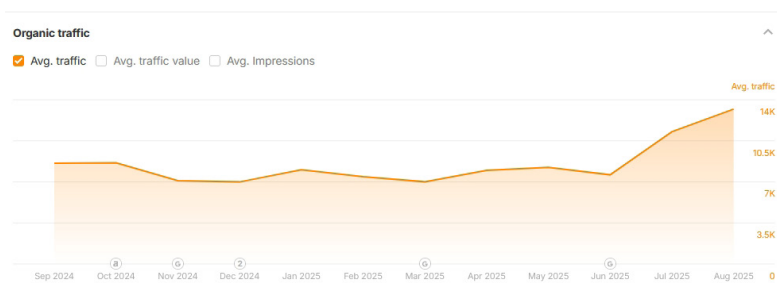
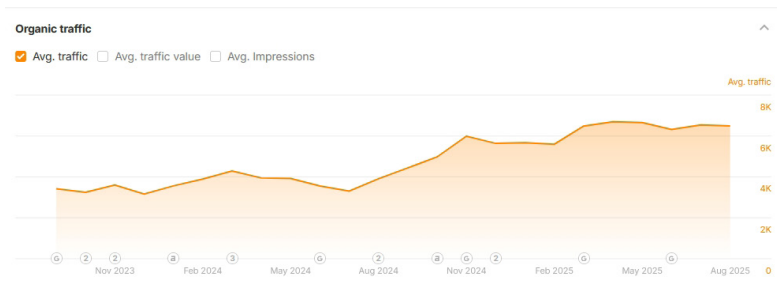
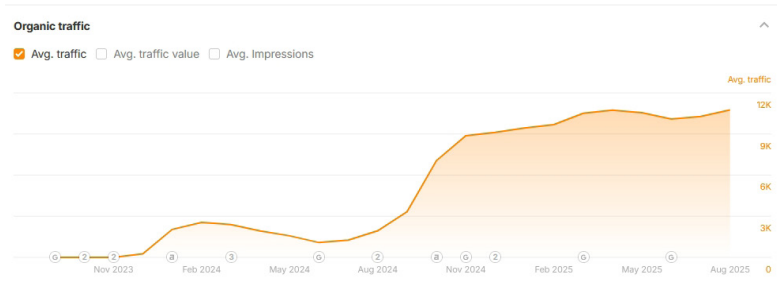
Pozrite si výsledky aj ďalších webov a vývoj ich návštevnosti z Google vyhľadávania po tom, ako začali aplikovať informácie z tejto knihy a kurzu:

4 <https://ahrefs.com/blog/search-traffic-study/>

5 <https://www.poctiveseo.sk/blog/case-study-seo-obsahova-strategia-gentledogs-zvysenie-navstevnosti-na-10000>

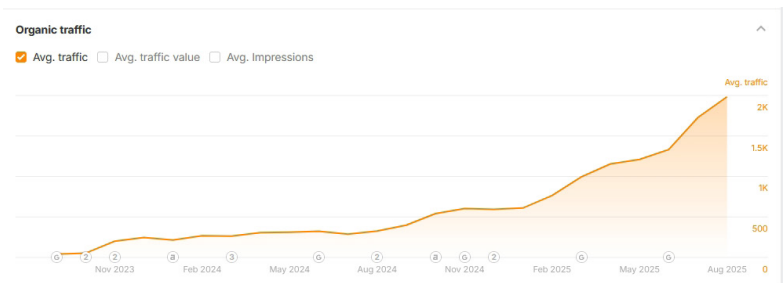
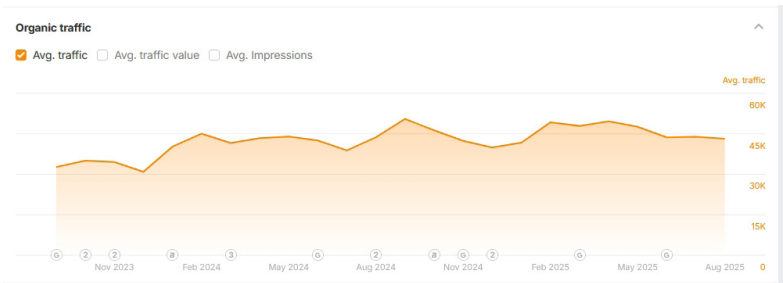
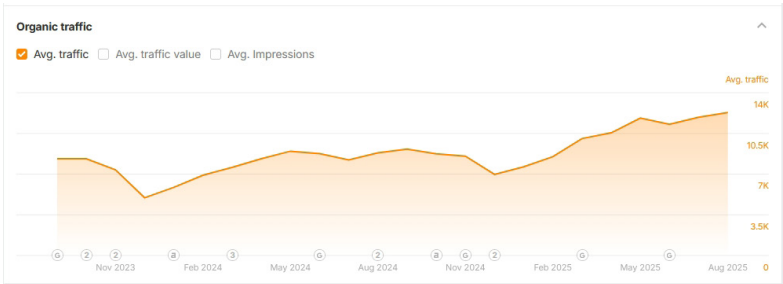
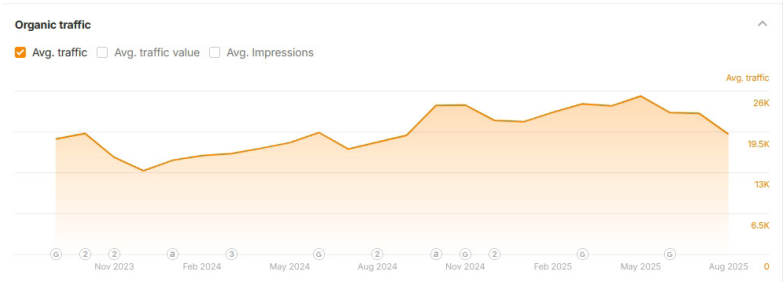
MARTIN BALKO

PRAKTICKÝ SEO KURZ PRE KAŽDÉHO



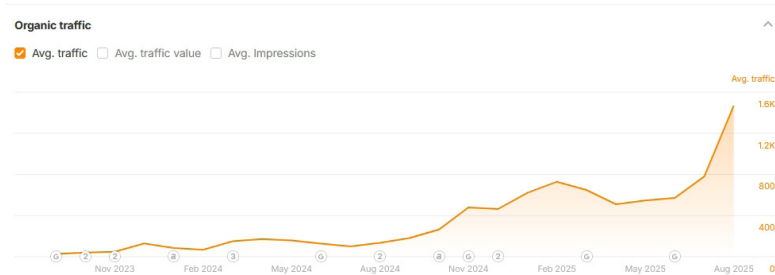
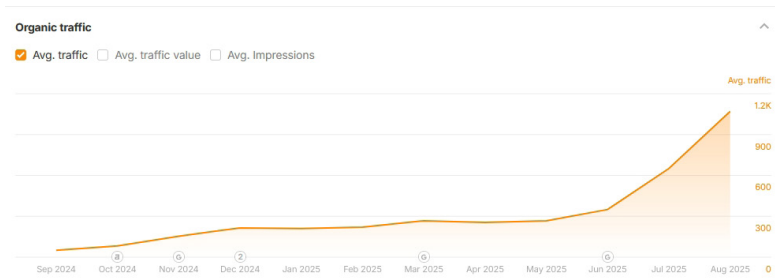
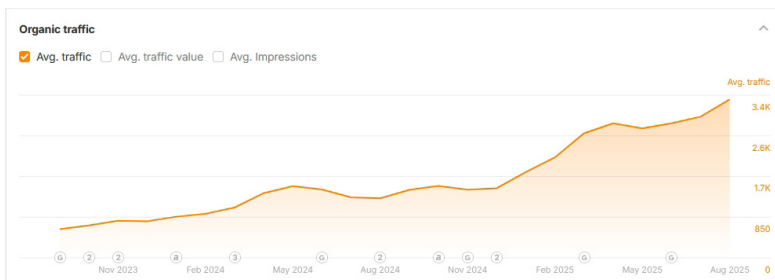
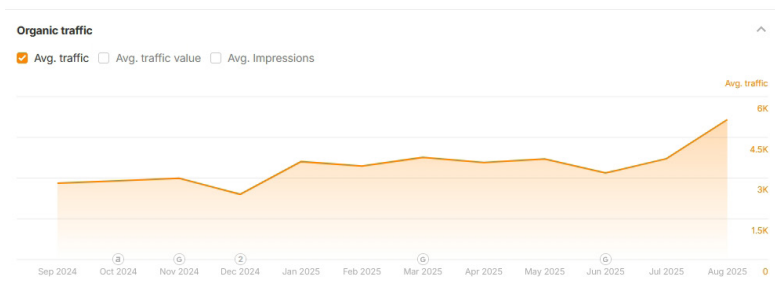
KAPITOLA 1.

PRAKTICKÝ SEO KURZ PRE KAŽDÉHO

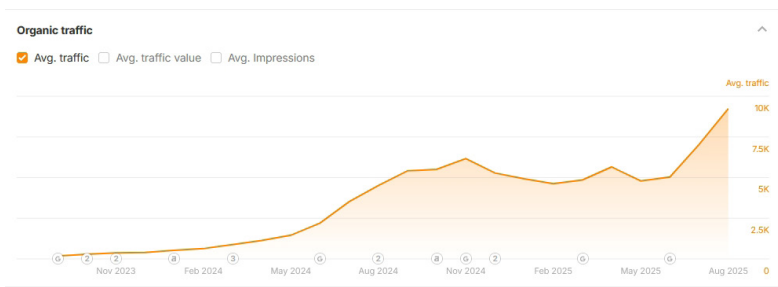


MARTIN BALKO

PRAKTICKÝ SEO KURZ PRE KAŽDÉHO



KAPITOLA 1. PRAKTICKÝ SEO KURZ PRE KAŽDÉHO



Zdroj printscreenov: Ahrefs

Ako sa zaradiť medzi 3,45 % webov, ktoré získavajú návštevnosť z Google vyhľadávania?

Naučte sa **tvoriť SEO obsah na základe dát** – nielen na základe pocitov.

Najprv si zistite:

- čo ľudia vyhľadávajú,
- ako to vyhľadávajú,
- koľko ľudí dané problémy mesačne rieši.

Na základe zistených informácií im poskytnite vhodný a užitočný obsah, ktorý ich problémy vyrieši.

Ako?

- Pomocou **presne cielených vstupných stránok**, ktoré vytvoríte na základe SEO stratégie. Obsah tvorte systematicky – nie náhodne a bez jasného cieľa. *Viac o vstupných stránkach sa dozviete v kapitole 32.*
- Nevytvárajte obsah len preto, aby bol. Vytvárajte obsah, **ktorý ľuďom skutočne pomôže vyriešiť ich problémy** a zároveň zvýši dôveryhodnosť, autoritu a jedinečnosť vášho webu.

- Naučte sa správne **nastaviť** pre svoje stránky **všetky dôležité on-page SEO faktory**. Viac o on-page SEO faktoroch sa dozviete v kapitole 14.
- Následne **začnite budovať** pre svoj web **spätné odkazy** z iných webov. Viac o spätných odkazoch sa dozviete v kapitole 43.
- Ak môžete, **vyriešte všetky potrebné technické nedostatky webu** – zamerajte sa najmä na **kritické chyby**, ktoré vám hlási nástroj Google Search Console a následne vyriešte aj ostatné problémy, na ktoré si trúfnete. Viac o nástroji Google Search Console sa dozviete v kapitole 4.

K tomu všetkému vám postačí, ak sa naučíte **niekoľko dôležitých princípov**. Ešte lepšie však urobíte, ak získate aj **širší prehľad o SEO a jeho vplyve** – budete tak lepšie chápať jeho podstatu a **lahšie navrhovať účinnejšie riešenia**.

Pozrite si teda druhú kapitolu a zistite čo je SEO.

ZHRNUTIE:

V tejto kapitole ste sa mohli dozvedieť, že:

- Na zvládnutie tohto kurzu **nepotrebuje žiadne špecifické technické znalosti** a nemusíte byť programátorom, informatikom ani skúseným marketérom či copywriterom.
- Aj úplný **začiatočník**, ktorý systematicky zrealizuje potrebné kroky, **dokáže vybudovať** desaťtisícovú **návštevnosť svojho webu** z úplnej nuly.
- Väčšina webov nezískava organickú návštevnosť preto, lebo svoj obsah netvorí pre ľudí – nevedia, čo ľudia hľadajú, ako to hľadajú, v akom mesačnom objeme a ani ako im na ich problémy čo najlepšie s pomocou svojho webu odpovedať. Zároveň ich web nemá dostatočnú „SEO silu“ a autoritu.