

# Copywriting aneb jak psát správně texty pro web

## Proč vytvářet a publikovat texty

Vytváření a publikování kvalitního a užitečného obsahu ovlivní váš web pravděpodobně více, než kterýkoli další tip, který zde budu dál zmiňovat nebo kterákoliv SEO analýza či PPC reklamní kampaň.

Kvalitní obsah prostě přitahuje vyhledávače, které k vám dostanou návštěvníky. Takže se vám zvýší návštěvnosti. A nejen to. Z této návštěvnosti začnete i čerpat. Kvalitní obsah totiž buduje důvěru mezi vámi a návštěvníky a tím pomáhá konverzi (přesvědčí ho k vámi požadované akci).



## Jak psát texty

### 1. Pište pro své čtenáře

Nepředstavujte si návštěvníky webu jako bezejmenné tváře. Představte si konkrétní lidi, kteří nejlépe reprezentují vaši cílovou skupinu a pište pro ně - přizpůsobte jim obsah vašich stránek.



### 2. Vytvořte si vlastní styl psaní

Dbejte na to, aby všichni, kteří na váš web píší, sdíleli váš styl psaní. Můžete si vytvořit jakéhosi průvodce stylem psaného projevu či slovník frází a používaných termínů.

### 3. Nepište dlouhé texty

Na velikosti opravdu záleží a při psaní webu v zásadě platí, že čím kratší text, tím lépe. Online čtenáři jsou obvykle totiž velmi netrpěliví. Text by tedy neměl být delší než 500-700 slov. Toto platí i pro nadpisy (ty by měly mít přibližně 4 až 8 slov), věty (15-20 slov) a odstavce (40-70 slov).

### 4. Titulky jsou základním faktorem úspěchu

Titulky (i nadpisy) na webu jsou mnohem důležitější, než v tištěných materiálech. Měly by být v každém případě krátké a zároveň výstižné. Nezapomeňte také umístit do nich klíčová pro vyhledávače.

### 5. Shrnutí by měla shrnovat

Mnoho čtenářů texty ve skutečnosti pouze prolétává (skenuje) a hledá záchytné body (shrnutí, nadpis, tučný text, kontrastní barva). Ujistěte se tedy, že vaše shrnutí článku vystihuje podstatu plného znění textu a navadte návštěvníka k jeho přečtení.

### 6. Publikujte webové dokumenty

Existují případy, kdy je delší text nutný. Máte toho prostě tolik co říci, že limit 700 slov je nereálný. V takovém případě máte dvě možnosti - buď napište stručný obsah s odkazem na plné znění na samostatné stránce nebo nabídněte takový text formou PDF dokumentu. Snažte se dlouhý text co nejvíce rozdělit a používejte nadpisy a podnadpisy.

### 7. Přidejte k textu obrázky

Text s obrázky působí daleko atraktivněji a zvyšuje tak šanci na jeho přečtení.

# Jak optimalizovat texty pro vyhledávače

## 1. Pište i pro vyhledávače

V nadpisech a shrnutích používejte maximum klíčových slov. Vhodné kombinace vám napoví Seznam Sklik, Google Adwords, Statistiky Seznam nebo Google Trendy.



## 2. Strukturujte texty

Používejte prvky, které strukturují - odrážky, seznamy, nevětné konstrukce. Podstatné ztučněte nebo *použijte kurzívu*.

## 3. Dbejte na logickou strukturu nadpisů

Čleňte texty do různých úrovní nadpisů a dbejte na jejich logickou strukturu (h1, h2, h3 ... h6). Na každé stránce vašeho webu uvádějte právě (ne více, ne méně) 1 hlavní nadpis h1. Snažte v tomto nadpisu využít klíčová slova uvedená v titulku stránky a url adrese.

## 4. Pište především pro lidi, pak až pro vyhledávače

Nesnažte se vkládat klíčová slova všude, kde vás napadne. Platí totiž, všeho s mírou. Klíčová slova je třeba umístit tam, kde jsou důležitá a viditelná.

## 5. Titulek stránky (title)

Titulek stránky se spolu s popisem zobrazuje ve výsledcích vyhledávání a někdy se mu také říká *kouzelný metatag*. Tématicky musí reprezentovat obsah stránky. Nezapomeňte, že by měl také obsahovat klíčová slova a lákat. Maximální počet znaků by měl být 100. Titulek stránky musí být pro každou jedinečný!

## 6. Popis stránky (description)

Popis se spolu s titulkem také zobrazuje ve výsledcích vyhledávání. Rovněž by měl obsahovat klíčová slova a přilákat návštěvníky. Je tvořen pro lidi, bývá tím hlavním, podle čeho se uživatelé rozhodují, který web navštíví. Maximální počet znaků by měl být 150. Popis stránky musí být pro každou jedinečný!

## 7. Klíčová slova (keywords)

Klíčová slova dané stránky, přibližně 5 slov oddělených čárkou.

## 8. Popisky (title) a alternativní popisy (alt)

U každého hypertextového odkazu uveďte jeho popis a u obrázků a netextových elementů (např. iframe) uveďte alternativní popis. Nepoužívejte příliš obecné popisy ani popisky (např. obrázek, klikněte sem), volte raději 1-2 klíčová slova.

## 9. Jak na hypertextový odkaz

**Špatně** Changelog Editoru stránek najdete zde: <http://www.editorstranek.cz/change-log/>

**Špatně** Changelog Editoru stránek najdete [zde](#).

**Správně** Podívejte se na [Changelog Editoru stránek](#).