AUDYT SEO | DIAGNOSTYKA DIY

Audyt SEO własnymi siłami — gdzie jest granica, której nie przekroczysz bez specjalisty

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: wrzesień 2026 · Czas czytania: ok. 5 min

Część audytu SEO możesz przeprowadzić samodzielnie, bez agencji i bez specjalistycznych narzędzi płatnych. Pytanie nie brzmi jednak: czy możesz — lecz: co z tego wynika i gdzie twoje możliwości się kończą. Ten artykuł rozłoży audyt na składowe i pokaże, które z nich są w twoim zasięgu, a które wymagają głębszej wiedzy technicznej.

Audyt SEO jako zestaw warstw, nie jedna czynność

Audyt SEO to nie jeden proces — to kilka nakładających się warstw diagnostycznych, z których każda wymaga innego zestawu umiejętności i narzędzi. Właściciel firmy bez doświadczenia technicznego jest w stanie samodzielnie ocenić warstwę treści i podstawową widoczność strony. Natomiast analiza struktury crawlowania, logów serwera czy konfiguracji indeksowania to obszar, gdzie błędna interpretacja danych prowadzi do gorszych decyzji niż ich brak. Rozumienie tej granicy chroni cię przed stratą czasu na pozorną diagnostykę.

Warstwa techniczna	Obejmuje szybkość ładowania, poprawność pliku robots.txt, mapę witryny XML, błędy indeksowania i strukturę przekierowań. To obszar, gdzie narzędzie może pokazać problem, ale jego przyczyna i skutek wymagają interpretacji specjalisty. Dla ciebie: możesz zobaczyć sygnały, ale nie powinieneś samodzielnie wprowadzać zmian na podstawie samych liczb.
Warstwa treści	Dotyczy tytułów stron, opisów meta, nagłówków H1 i jakości tekstów. To obszar najbardziej dostępny dla właściciela firmy — nie wymaga dostępu do serwera ani wiedzy o protokołach. Dla ciebie: możesz ocenić, czy każda podstrona ma unikalny tytuł i czy treść odpowiada na realne pytania klientów.

Warstwa analityczna	Dane o ruchu, źródłach wejść i zachowaniu użytkowników — dziś zbierane głównie przez GA4. Samodzielnie możesz sprawdzić, czy śledzenie w ogóle działa i skąd przychodzą odwiedzający. Głębsza analiza ścieżek konwersji i segmentacji wymaga znajomości modelu danych GA4, który różni się od poprzednich wersji narzędzia.
Warstwa linków	Profil linków zewnętrznych i wewnętrzna sieć połączeń między podstronami. Bezpłatne narzędzia pokażą ci fragment obrazu — pełna analiza wymaga płatnych baz danych. Dla ciebie: możesz sprawdzić, czy strona ma jakiekolwiek linki zewnętrzne i czy najważniejsze podstrony są połączone ze stroną główną.
Warstwa widoczności	Pozycje w wynikach wyszukiwania na konkretne zapytania i ich zmiany w czasie. Google Search Console daje dostęp do tych danych bezpłatnie i bez ograniczeń dla właściciela domeny. Dla ciebie: to jedno z niewielu miejsc, gdzie widzisz dokładnie to samo co specjalista — pod warunkiem, że konto jest poprawnie skonfigurowane.

Granica DIY to nie wiedza — to kontekst interpretacji Narzędzie bezpłatne pokaże ci ten sam problem co płatne. Różnica polega na tym, że specjalista wie, czy dany błąd ma wpływ na widoczność w twojej branży i skali strony, czy jest jedynie kosmetyczną niedoskonałością. Bez tego kontekstu możesz naprawić coś, co nie przeszkadzało, i przeoczyć to, co naprawdę blokuje wzrost.

10 elementów, które sprawdzisz samodzielnie — checklista z narzędziami bezpłatnymi

Poniższe punkty możesz wykonać w ciągu jednego popołudnia, używając wyłącznie narzędzi dostępnych bez opłat. Każdy z nich daje ci konkretną informację, nie tylko poczucie, że coś sprawdziłeś. Zanim zlecisz diagnostykę na zewnątrz, przejdź tę listę — będziesz lepiej rozumieć wyniki rozmowy ze specjalistą lub agencją.

Google Search Console — widoczność i błędy

Jeśli nie masz konta, założenie i weryfikacja domeny zajmuje kilkanaście minut. W raporcie Wyniki wyszukiwania sprawdzasz,

PageSpeed Insights — szybkość ładowania

Wpisujesz adres strony i otrzymujesz wynik Core Web Vitals dla wersji mobilnej i desktopowej. Liczby poniżej 50 punktów w

na jakie zapytania strona się pojawia i ile kliknięć generuje. W sekcji Pokrycie widzisz strony wykluczone z indeksu — każda z kategorią błędu do wyjaśnienia.

kategorii mobile to sygnał do działania. Narzędzie wskazuje konkretne elementy spowalniające stronę, choć ich naprawa często wymaga dostępu do kodu.

Ręczna weryfikacja tytułów i opisów

Wpisz w Google: *site:twojastrona.pl* i przejrzyj, jak wyglądają wyniki. Brak tytułu, zduplikowane opisy albo automatycznie generowane fragmenty to rzeczy widoczne gołym okiem. Jeśli wyniki wyglądają nieczytelnie, klienci też tak je widzą — i nie klikają.

✓Sprawdź, czy Google Search Console jest podłączone do domeny i czy nie ma błędów indeksowania

✓Wejdź na PageSpeed Insights i zanotuj wynik dla wersji mobilnej

✓Wpisz site:twojastrona.pl w Google i przejrzyj tytuły oraz opisy widoczne w wynikach

✓Sprawdź, czy strona ładuje się po wpisaniu zarówno z www, jak i bez www (przekierowanie powinno działać)

✓Otwórz twojastrona.pl/robots.txt i upewnij się, że plik istnieje i nie blokuje całej witryny

✓Wejdź na twojastrona.pl/sitemap.xml i sprawdź, czy mapa witryny jest dostępna

✓W GA4 wejdź w Raporty i sprawdź, czy dane z ostatnich 30 dni są zbierane i czy widać ruch organiczny

✓Sprawdź w Google, czy Twoja firma pojawia się w Google Moja Firma z aktualnym adresem i godzinami

✓Przejrzyj stronę główną pod kątem jednego nagłówka H1 — czy jest i czy opisuje ofertę, a nie tylko nazwę firmy

✓Sprawdź na telefonie, czy strona jest czytelna i przyciski są klikalne bez przybliżania

Najczęstsze pytania

1. Czy samodzielny audyt zastąpi pracę specjalisty SEO?

Nie — i nie powinien mieć takich ambicji. Samodzielna diagnostyka pozwala ocenić stan strony na poziomie widocznym bez specjalistycznych narzędzi i wiedzy o algorytmach. Specjalista SEO

analizuje zależności między elementami, historię zmian widoczności i kontekst konkurencji w twojej niszy. To inne poziomy szczegółowości, nie zamienniki.

2. Jakie bezpłatne narzędzia wystarczą do podstawowej diagnostyki?

Google Search Console, PageSpeed Insights, GA4 i przeglądarka z opcją podejrzenia kodu strony pokrywają większość punktów z checklisty. Do sprawdzenia linków zewnętrznych możesz użyć Ahrefs Webmaster Tools w wersji bezpłatnej — daje dostęp do danych dla własnej domeny. Więcej narzędzi nie oznacza lepszego audytu, jeśli nie wiesz, jak interpretować wyniki.

3. Kiedy wyniki samodzielnego sprawdzenia powinny skłonić mnie do kontaktu ze specjalistą?

Jeśli w Search Console widzisz dużą liczbę stron wykluczonych z indeksu, wynik mobilny w PageSpeed spada poniżej 40 punktów albo ruch organiczny w GA4 wyraźnie spadł w ostatnich miesiącach bez wyraźnej przyczyny — to sygnały, które wymagają głębszej analizy. Optymalizacja bez zrozumienia źródła problemu może pogłębić trudności zamiast je rozwiązać.

Podsumowanie

https://poradnik-pingowanie-seo.tearosediner.net/pozycjonowanie-sklepu-internetowego-rozni-sie-od-pozycjonowania-strony-uslugowej

Samodzielny przegląd strony ma sens jako punkt wyjścia, nie jako zastępstwo profesjonalnej diagnozy. Przejdź checklistę, zanotuj wyniki i porównaj je z tym, czego oczekujesz od swojej widoczności w Google. Jeśli liczby się nie zgadzają albo nie wiesz, jak je czytać, to dobry moment, żeby porozmawiać z kimś, kto zajmuje się tym zawodowo — na przykład z Boostwave, które specjalizuje się w technicznym SEO i analityce. Pytania dotyczące tego, jakie obszary obejmuje pełny audyt profesjonalny albo które działania SEO możesz prowadzić sam na co dzień, to osobne zagadnienia z własną odpowiedzią — każde z nich wymaga innego kąta spojrzenia.

Chcesz wiedzieć, co blokuje widoczność twojej strony?

Przyglądamy się stronie i wskazujemy konkretne miejsca, w których tracisz ruch organiczny — bez ogólników i bez zobowiązań.: **Umów bezpłatną konsultację**

Transparentność treści (AI): Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act). · https://boostwave.pl