

DLA WŁAŚCICIELI STRON I OSÓB OD MARKETINGU

Dlaczego mojej strony nie ma w Google?

Schemat diagnozy problemów z dostępnością i indeksowaniem.

5

pytań w schemacie

4

widoki poglądowe

1

karta diagnozy

Zaczniij od jednego adresu URL

Brak wyniku na ważne hasło nie musi oznaczać, że Google nie zna strony. Sprawdź konkretny adres, ustal przyczynę i zapisz dowód. Dopiero potem wybieraj poprawkę.

Poradnik prowadzi od dostępności strony do oceny jej widoczności. Spełnienie wymagań technicznych umożliwia indeksowanie, ale nie gwarantuje obecności ani wysokiej pozycji w wynikach. [1]

Sprawdzana domena:

CZERWIEC 2026

START / OKREŚL ZAKRES

Co dokładnie jest niewidoczne?

Oddziel brak indeksowania od braku wyświetleń na konkretne zapytanie. Zapisz datę zauważenia problemu i ostatnie zmiany na stronie.

Objaw	Od czego zacząć
Nie widzę jednej podstrony	Skopiuj pełny adres z przeglądarki. Sprawdź go w odpowiedniej usłudze Search Console. [2]
Zniknęła większa część witryny	Porównaj grupy adresów i daty zmian. Sprawdź raport indeksowania oraz dostępność serwera. [3, 4]
Nie ma mnie na wybrane hasło	Najpierw potwierdź indeksowanie. Następnie sprawdź stronę i zapytanie w raporcie skuteczności. [13]

Zbierz małą próbkę

Wybierz stronę główną, ważną usługę lub kategorię, nową podstronę i adres, który wcześniej pozyskiwał ruch. W dużej witrynie dodaj przykłady z każdego dotkniętego problemem szablonu.

Typ strony	Pełny URL / data ostatniej zmiany
Najważniejsza podstrona	
Drugi przykład z problemem	

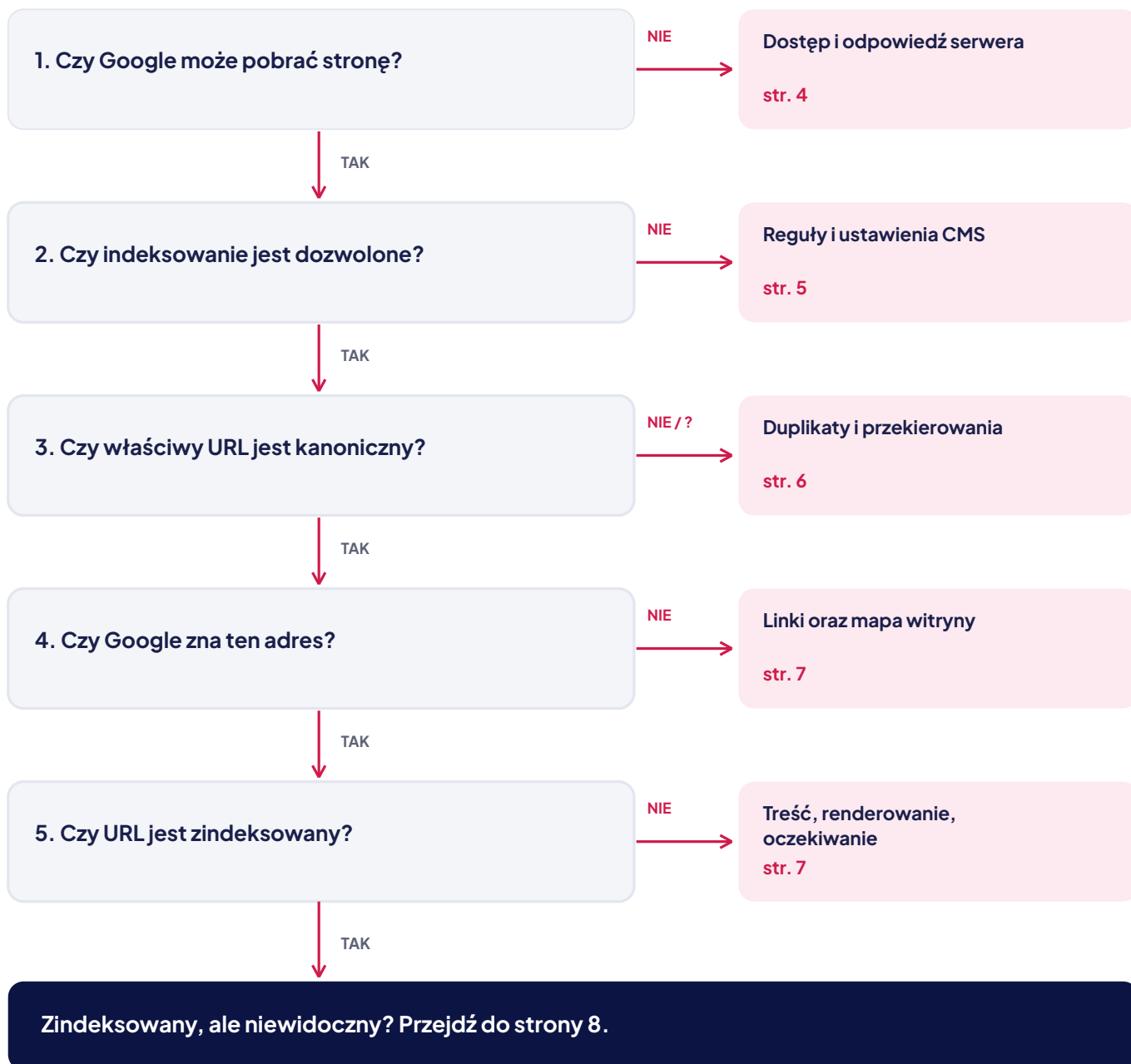
Wyszukiwanie site: daje tylko wskazówkę

Zapytanie site:twojadomena.pl nie jest pełnym spisem indeksu. Brak wyniku lub liczba wyników nie zastępują kontroli konkretnego URL-a. [19]

SCHEMAT / OD OBJAWU DO DZIAŁANIA

Przejdź przez pięć pytań.

Sprawdź ten sam pełny URL. Po naprawie wróć do schematu, ponieważ na jednej stronie może występować kilka problemów.



Znak „?” oznacza brak danych, nie potwierdzony błąd

Danych o wersji kanonicznej może jeszcze nie być. Test bieżącej strony nie przewiduje wyboru adresu przez Google. Szczegóły: str. 6. [2]

KROK 1 / DOSTĘPNOŚĆ

Czy Google może pobrać stronę?

Otwórz adres bez logowania. Jeśli problem dotyczy całej witryny, zacznij od hostingu, DNS, certyfikatu HTTPS i reguł zapory.

SEARCH CONSOLE: wybierz usługę > wklej pełny URL w górnym pasku

Sprawdzanie URL-a – schemat poglądowy [2]

https://example.com/uslugi/projektowanie-ogrodow/

Dane zapisane przez Google

Sprawdź także datę ostatniego skanowania.

Test wersji opublikowanej

Test pokazuje dostępność teraz. Nie potwierdza przyjęcia strony do indeksu.

Wynik kontroli	Co ustalić
200 + właściwa treść	To warunek techniczny, nie gwarancja indeksowania. Sprawdź dalsze kroki. [1, 4]
401 / 403 / ekran logowania	Ustal, czy blokada jest celowa. Dla publicznej oferty sprawdź hasło, uprawnienia i zaporę. [4]
404 / 410 lub przekierowanie	Zweryfikuj, czy adres nadal powinien działać. Sposób obsługi opisano na stronie 6. [4, 8]
5xx / 429 / brak połączenia	Zgłoś problem administratorowi. Zapisz URL, godzinę oraz kod błędu; sprawdź jego zasięg. [4]

„U mnie działa” nie kończy diagnozy

Przeglądarka i Google mogą otrzymywać inną odpowiedź. Gdy wyniki się różnią, poproś administratora o sprawdzenie logów oraz reguł dostępu.

KROK 2 / REGUŁY INDEKSOWANIA

Czy strona ma właściwe ustawienia?

Sprawdź reguły dla konkretnego adresu. Ustawienia mogą pochodzić z CMS, rozszerzenia SEO, szablonu, serwera albo CDN.

robots.txt: dostęp do skanowania

Blokada Disallow ogranicza pobieranie. Sama nie gwarantuje usunięcia adresu z wyników. [6]

noindex: wykluczenie z indeksu

Sprawdź tag robots i nagłówek X-Robots-Tag. Google musi pobrać stronę, by odczytać noindex. [5]

Wniosek: nie łącz blokady skanowania z oczekiwaniem, że Google odczyta zmienioną regułę noindex. Nie usuwaj też celowych wykluczeń koszyka, konta czy wersji roboczych. [5, 6]

WORDPRESS: Ustawienia > Czytanie > Widoczność dla wyszukiwarek

Przykład globalnego ustawienia – schemat poglądowy [18]☐**Prośba o nieindeksowanie witryny**

Sprawdź stan pola; to ustawienie nie zabezpiecza strony hasłem.

Jeśli wykluczenie publicznej strony jest przypadkowe

- **Usuń je w miejscu, które je generuje.**

Zapisz ustawienia i odśwież pamięć podręczną. Samo przełączenie jednego pola może nie usunąć reguły dodanej w innym miejscu.

- **Potwierdź zmianę na opublikowanym adresie.**

Sprawdź kod strony i nagłówki odpowiedzi. Poproś osobę techniczną o pomoc, jeśli CMS pokazuje inne ustawienie niż gotowa strona.

KROK 3 / ADRES DO INDEKSOWANIA

Czy Google wybiera właściwy URL?

Nie każda wersja strony powinna występować osobno w wynikach. Canonical wskazuje preferowaną wersję duplikatu; jest sygnałem, nie poleceniem. [7]

Przykład duplikatu – schemat poglądowy`/oferta/?zrodlo=menu`

canonical

`/oferta/`

Obie wersje mają tę samą ofertę. Docelowo ważna jest widoczność `/oferta/`.

Sytuacja	Sprawdzenie i decyzja
Google wskazuje inny adres	Porównaj treści, deklarację canonical, linki i mapę witryny. Oceń, czy wskazany adres jest właściwym odpowiednikiem. [7]
Stary URL przekierowuje	Sprawdź adres końcowy. To on powinien odpowiadać aktualnej ofercie; sam stary URL nie musi być indeksowany. [8]
Strona udaje działającą	Pusty ekran lub komunikat błędu z kodem 200 może zostać uznany za soft 404. Przywróć treść albo popraw odpowiedź. [4]
Brak danych o canonical	Nie traktuj pustego pola jako błędu. Sprawdź własną deklarację, dostępność i spójność adresów; wróć po skanowaniu. [2, 7]

Celowy brak indeksowania bywa poprawnym wynikiem

Nie naprawiaj poprawnego duplikatu przez usuwanie canonical. Kontroluj przede wszystkim wersję, która ma prezentować ofertę w Google. [3, 7]

KROKI 4-5 / WYKRYCIE I TREŚĆ

Google zna adres. Co z indeksem?

Komunikat w raporcie jest punktem wyjścia. Porównaj podobne strony i daty skanowania, zanim zmienisz reguły całej witryny.

Opis sytuacji	Co sprawdzić w pierwszej kolejności
Google jeszcze nie zna URL-a	Dodaj prowadzący do niego link z powiązanej strony. Sprawdź obecność właściwego adresu w mapie witryny. [9, 10]
Adres wykryty, bez skanowania	Oceń dostępność serwera i liczbę zbędnych URL-i. Upewnij się, że ważna strona jest łatwa do odnalezienia. [3]
Strona pobrana, poza indeksem	Porównaj treść z innymi stronami, duplikaty i wersję kanoniczną. Sprawdź, czy użytkownik dostaje użyteczną odpowiedź. [3, 7, 20]

Zobacz treść dostępną po renderowaniu

W Search Console użyj testu bieżącej wersji i widoku przetestowanej strony. Porównaj HTML oraz zrzut ekranu z ofertą w przeglądarce. Czy są tytuł, opis usługi lub produktu i linki? Treść ładowana przez JavaScript może wymagać diagnostyki. [2, 11]

Pomóż wykryć ważną stronę

Link powinien prowadzić do docelowego adresu i mieć zrozumiałą nazwę. Mapa witryny uzupełnia nawigację; sama nie zapewnia indeksowania. Dla małej liczby ważnych, poprawionych stron możesz wysłać prośbę o indeksowanie. [9, 10, 12]

Nie ma przycisku gwarantującego przyjęcie strony

Ponawianie tej samej prośby nie przyspiesza skanowania. Zapisz datę poprawki i kontroluj wynik; oczekiwanie samo w sobie nie dowodzi błędu. [12]

DALEJ / WIDOCZNOŚĆ W WYNIKACH

Strona jest w indeksie. Co teraz?

Brak wyniku na wybrane hasło może wynikać z dopasowania treści, konkurencji lub popytu. Zaczniij od danych dla strony i konkretnego zapytania. [14, 20]

SEARCH CONSOLE: Skuteczność / Wyniki wyszukiwania > filtry i zakładki

Analiza widoczności – schemat poglądowy [13]

Okres: porównaj

Strona: dokładny URL

Zapytania

Kliknięcia

Wyświetlenia

Sprawdź także kraj i urządzenie, jeśli mają znaczenie.

- **Porównaj podobne okresy i te same segmenty.**

Uwzględnij sezonowość oraz daty wdrożeń. Spadek kliknięć nie zawsze oznacza utratę indeksowania. [14]

- **Sprawdź, na jakie potrzeby odpowiada strona.**

Czy opisuje właściwą usługę, obszar działania i warunki współpracy? Oceń przydatność, a nie samą liczbę powtórzeń frazy. [20]

Gdy brak jest nagły lub obejmuje wiele stron

Raport w Search Console	Czego szukasz
Ręczne działania	Konkretnego komunikatu i zakresu problemu. Sam spadek nie jest dowodem ręcznego działania. [15]
Problemy dotyczące bezpieczeństwa	Ostrzeżeń, np. o włamaniu. W razie wskazania problemu zacznij od jego usunięcia. [16]
Usunięcia	Aktywnej prośby o ukrycie ważnego adresu. Ustal jej cel i autora przed zmianą. [17]

KARTA PRACY / ZAPISZ DIAGNOZĘ

Jedna przyczyna. Dowód. Działanie.

Wypełnij kartę dla jednego przykładu i wskaż pozostałe adresy z tym samym problemem. Dokumentuj wynik przed zmianą oraz po niej.

Pole	Twoje ustalenia
URL / data kontroli	
Oczekiwany efekt	
Stan i data danych w Search Console	
Dowód: kod, reguła, treść lub zrzut	
Przyczyna / zakres adresów	
Poprawka / osoba / termin	
Wynik po wdrożeniu / data testu	

Po poprawce przejdź przez te cztery punkty

- ☐ Sprawdź opublikowany URL, odpowiedź serwera i faktyczną treść.
- ☐ Potwierdź, że reguła została poprawiona w całej dotkniętej grupie.
- ☐ Dla ważnego URL-a rozważ prośbę o indeksowanie; zapisz datę. [12]
- ☐ Sprawdź ponownie dane Google i widoczność po ich aktualizacji.

Najpierw: niedostępność witryny i przypadkowe blokady ważnych stron. **Następnie:** błędne adresy, brakujące linki oraz treści wymagające poprawy.

ŹRÓDŁA I NASTĘPNY KROK

Sprawdź źródła. Ustal działania.

Numery w treści odsyłają do oficjalnych materiałów. Schematy paneli są poglądowe; nazwy i układ opcji mogą się zmieniać.

01	Wymagania techniczne wyszukiwarki	Dokumentacja Google
02	Sprawdzanie adresów URL	Dokumentacja Google
03	Raport indeksowania stron	Dokumentacja Google
04	Kody HTTP i błędy dostępu	Dokumentacja Google
05	Wykluczanie przez noindex	Dokumentacja Google
06	Działanie pliku robots.txt	Dokumentacja Google
07	Canonical i duplikaty	Dokumentacja Google
08	Przekierowania w Google	Dokumentacja Google
09	Przygotowanie mapy witryny	Dokumentacja Google
10	Linki dostępne dla Google	Dokumentacja Google
11	JavaScript a treść strony	Dokumentacja Google
12	Prośba o ponowne skanowanie	Dokumentacja Google
13	Raport skuteczności	Dokumentacja Google
14	Diagnozowanie spadków ruchu	Dokumentacja Google
15	Raport ręcznych działań	Dokumentacja Google
16	Problemy dotyczące bezpieczeństwa	Dokumentacja Google
17	Tymczasowe usuwanie wyników	Dokumentacja Google
18	Widoczność witryny w WordPressie	WordPress
19	Ograniczenia operatora site:	Dokumentacja Google
20	Tworzenie użytecznych treści	Dokumentacja Google

NARZĘDZIE

[Google Search Console](#)

Ustal przyczynę z icomSEO.

Przygotuj domenę, przykładowe adresy i datę zauważenia problemu. Razem ustalimy, które działania mają pierwszeństwo.

[Porozmawiajmy o widoczności](#)icomseo.pl/kontakt/