

DLA WŁAŚCICIELI FIRM I OSÓB OD MARKETINGU

Linkowanie wewnętrzne

Jak połączyć podstrony, żeby pomagały klientom

Mapa połączeń między ofertą, poradnikami i realizacjami.
Przykłady tekstów linków oraz instrukcja dla WordPressa.

16

punktów kontroli

1

przykładowa mapa

1

arkusz własnych zmian

Zaplanuj następny krok czytelnika

Klient czyta poradnik, ale nie wie, którą usługę wybrać. Ogląda ofertę, lecz nie trafia na pasującą realizację. Ten poradnik pomoże znaleźć takie przerwy i zaplanować użyteczne połączenia między podstronami.

Przykłady dotyczą fikcyjnej firmy projektującej ogrody. Nie są audytem Twojej witryny. Linkowanie wspiera poruszanie się po stronie i jej poznawanie przez wyszukiwarkę; samo nie gwarantuje pozycji ani zapytań.

Strona / firma:

WRZESIEŃ 2026

PODSTAWY / ROLA KAŻDEJ PODSTRONY

Połącz pytanie z odpowiedzią.

Link wewnętrzny prowadzi do innej części tej samej witryny. Zanim go dodasz, ustal, co czytelnik zyska po przejściu dalej.

Czytelnik pyta	Gdzie jest?	Przydatny następny krok
Co obejmuje usługa?	Artykuł o kosztach projektu	Strona usługi z zakresem i etapami.
Czy robiliście podobny ogród?	Strona projektowania ogrodów	Realizacja z podobnym wyzwaniem.
Co przygotować do rozmowy?	Opis współpracy	Lista materiałów do konsultacji.
Jak mogę zacząć?	Oferta lub realizacja	Kontakt z jasnym opisem zgłoszenia.

Trzy miejsca, trzy zadania

Menu

Pomaga wybrać główny obszar witryny.

Link w treści

Rozwija pytanie w konkretnym momencie czytania.

Przycisk kontaktu

Prowadzi do działania, gdy klient jest gotowy.

Ćwiczenie na początek

Otwórz najważniejszą ofertę. Zapisz jedno pytanie, które może powstrzymać klienta, i wskaż istniejącą podstronę z odpowiedzią.

01 / SPIS STRON I LINKÓW

Sprawdź, dokąd prowadzą linki.

Zestaw listę opublikowanych podstron z linkami znalezionymi podczas przeglądu witryny. Raport Google jest dodatkowym źródłem, nie pełnym spisem. [2]

Search Console – schemat nawigacji do raportu [2]**Menu raportów****Linki****Linki wewnętrzne**

Najczęściej linkowane strony → wybierz URL
Zobacz przykładowe strony, które do niego linkują.

Układ poglądowy. Raport zawiera próbkę linków, może pomijać adresy i pokazywać wcześniej znalezione połączenia. [2]

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

01 Masz listę ważnych, opublikowanych podstron

Zbierz oferty, kategorie, poradniki i realizacje. Dopisz cel każdej strony oraz osobę odpowiedzialną za jej treść.

☐**02 Wiesz, z jakich miejsc można wejść na każdą ofertę**

Przejdź od strony głównej, odpowiednich artykułów i menu na telefonie. Zapisz rzeczywiste ścieżki, nie tylko plan struktury.

☐**03 Sprawdzono strony bez znalezionych linków**

Brak adresu w raporcie nie dowodzi, że jest osierocony. Porównaj CMS, przegląd linków i ręczny test nawigacji.

☐**04 Każda ważna strona ma sensowne wejście**

Zadbaj o link z co najmniej jednej innej podstrony, w miejscu zrozumiałym dla odbiorcy. Sam wpis w mapie XML nie jest nawigacją. [1]

☐**Nie porównuj samych liczników**

Setki linków z powtarzalnej stopki nie mówią, czy klient znajdzie ofertę w odpowiednim momencie. Oceniaj także miejsce i cel połączenia.

02 / STRUKTURA I NAWIGACJA

Narysuj mapę jednej usługi.

Poniżej przykład dla projektowania ogrodów. Strzałki oznaczają wybrane, uzasadnione linki; schemat nie jest wzorem obowiązkowym dla każdej firmy.

Przykładowe połączenia: treść, oferta, dowód, kontakt



Ścieżka nawigacyjna może dodatkowo pokazać położenie strony, np. Start / Usługi / Projekt ogrodu. Powinna odzwierciedlać jej rzeczywisty kontekst. [3]

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

05 Nazwy w menu odpowiadają językowi klientów

Poproś osobę spoza firmy o znalezienie usługi. Zanotuj, gdzie musiała zgadywać znaczenie etykiety lub otwierać kolejne pozycje.

☐

06 Powiązane treści wspierają konkretną decyzję

Do oferty dobierz realizację pasującą do problemu klienta. Do poradnika dobierz usługę, która rzeczywiście odpowiada na opisany zakres.

☐

07 Podmenu i ścieżka działają na telefonie

Otwórz, zamknij i wybierz pozycję. Sprawdź też klawiaturę: czy możesz dojść do linku, rozpoznać zaznaczenie i go uruchomić?

☐

08 Blok powiązań ma jasny powód obecności

Zamiast przypadkowej listy użyj konkretnego opisu, np. „Zobacz projekt dla działki ze spadkiem”. Sprawdź każde dopasowanie.

☐

Własna mapa w 10 minut

Wybierz jedną usługę. Dopisz poradnik, realizację i miejsce kontaktu. Narysuj tylko połączenia, których przydatność umiesz wyjaśnić.

03 / TEKST LINKU I KONTEKST

Powiedz, co czeka po kliknięciu.

Tekst linku pomaga rozpoznać cel. Stosuj krótkie, naturalne opisy i umieszczaj je w zdaniu, które wyjaśnia związek z tematem. [1]

Przed zmianą	Proponowany tekst linku
Kliknij tutaj	Zobacz zakres projektu ogrodu
Więcej	Sprawdź etapy współpracy z projektantem
Nasze realizacje	Obejrzyj ogród na wąskiej działce

Przykład zdania: „Jeśli masz wąską działkę, **obejrzyj realizację ogrodu przy szeregowcu** i zobacz, jak wydzielono strefę wypoczynku”. Pogrubiony fragment to propozycja linku.

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

09 Opis wskazuje faktyczną zawartość celu

Jeśli obiecujesz cennik, podlinkowana strona powinna zawierać informacje o kosztach. Sam formularz nie spełnia tej obietnicy.

☐

10 Zdanie brzmi naturalnie po przeczytaniu na głos

Usuń dopisane na siłę miejscowości i powtórzenia. Opis może zawierać nazwę usługi, jeśli pasuje do kontekstu. [1]

☐

11 Link można odróżnić od zwykłego tekstu

Sprawdź wygląd na telefonie oraz po zaznaczeniu klawiaturą. Czytelnik powinien rozpoznać, który fragment da się uruchomić.

☐

12 Liczba połączeń wynika z potrzeb czytelnika

Nie stosuj sztywnego limitu ani obowiązkowej liczby linków na akapit. Usuń powtórzenia, które rozpraszają lub prowadzą do tego samego kroku. [1]

☐

Dwa opisy nie muszą być identyczne

Ten sam adres może być opisany inaczej w różnych zdaniach. Zadbaj, by każde sformułowanie jasno zapowiadało tę samą, rzeczywistą ofertę.

04 / DODAWANIE W WORDPRESSIE

Wstaw link i przetestuj cel.

W edytorze blokowym zaznacz fragment tekstu, wybierz przycisk linku lub skrót Ctrl+K / Cmd+K, a następnie wyszukaj stronę albo wklej adres. [4]

Edytor blokowy – schemat poglądowy, nie zrzut ekranu

Akapit

zobacz zakres projektu ogrodu

1. Zaznacz tekst

/uslugi/projekt-ogrodu/

2. Wybierz adres

Zastosuj link

3. Zapisz i sprawdź podgląd

Nazwy opcji zależą od wersji i bloku. Walidacja formatu adresu w edytorze nie potwierdza, że podstrona istnieje i działa. [4]

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

13 Adres prowadzi do opublikowanej wersji strony

Nie kopiuj adresu podglądu, edycji ani wersji testowej. Otwórz link jako niezalogowany użytkownik i sprawdź końcowy adres.

☐**14 Link wskazuje właściwą wersję adresu**

Używaj preferowanego adresu kanonicznego, nie jego duplikatu. Nie zostawiaj starych połączeń tylko dlatego, że przekierowanie działa. [5]

☐**15 Wykonawca sprawdził odczytywalność linku**

Przy nietypowych przyciskach poproś o weryfikację elementu `<a href="...">` w wyrenderowanym HTML. Samo działające kliknięcie to za mało. [1]

☐**16 Wynik sprawdzono po zapisaniu zmian**

Kliknij link na telefonie i komputerze. Sprawdź poprawność celu, powrót do poprzedniego widoku i widoczność linku w treści.

☐**Zadanie dla wykonawcy**

Jeżeli treść jest wstawiana przez JavaScript, poproś o sprawdzenie wyrenderowanego HTML. Search Console pozwala obejrzeć przetestowaną stronę. [6]

PRZYKŁAD / WYPEŁNIONA MAPA

Zamień pomysł w listę zmian.

Przykład dla fikcyjnej firmy ogrodniczej. Ścieżki są umowne. Przed użyciem wpisz istniejące adresy i sprawdź, czy treść celu spełnia obietnicę.

Strona źródłowa	Miejsce i tekst linku	Strona docelowa
/blog/koszt-projektu/	Po omówieniu zakresu: „co obejmuje projekt ogrodu”	/uslugi/projekt-ogrodu/
/uslugi/projekt-ogrodu/	W sekcji przykładów: „ogród przy szeregowcu”	/realizacje/szeregowiec/
/realizacje/szeregowiec/	Po opisie efektu: „zapytaj o projekt dla swojej działki”	/kontakt/
/blog/waska-dzialka/	Przy rozwiązaniu układu: „zobacz przykład wąskiego ogrodu”	/realizacje/szeregowiec/
/uslugi/projekt-ogrodu/	Przed kontaktem: „co przygotować do pierwszej rozmowy”	/blog/przed-konsultacja/

Warunek przyjęcia zadania

Redaktor wskazuje miejsce i tekst linku. Osoba wdrażająca potwierdza adres docelowy. Osoba odbierająca klika opublikowany link oraz sprawdza, czy otwarta strona odpowiada obietnicy.

W arkuszu liczy się konkret

Zapis „dodać linkowanie” trudno odebrać. Zapis z adresem źródła, miejscem, tekstem i celem pozwala wykonać oraz sprawdzić zmianę.

NAPRAWY / CO ZROBIĆ Z BŁĘDEM

Napraw połączenie u źródła.

Zapisz adres strony z linkiem, obiecany cel i to, co faktycznie się otwiera. Poniższa tabela pomaga wybrać odpowiednie działanie.

Co widzisz?	Co ustalić?	Działanie
Błąd 404 lub 410	Czy istnieje odpowiednik treści?	Popraw link na trafny cel albo usuń nieaktualną obietnicę. [7]
Kilka przekierowań	Jaki jest ostateczny, właściwy URL?	Po sprawdzeniu popraw link bezpośrednio na aktualny adres. [5, 8]
Strona główna zamiast szczegółów	Czy usunięto ofertę lub realizację?	Znajdź trafny zamiennik. Nie kieruj automatycznie każdego linku na start.
Cel wymaga logowania	Czy miał być publiczną ofertą?	Popraw dostęp albo wybierz publiczny materiał. Przetestuj bez sesji.
Kliknięcie nie działa na telefonie	Czy problem dotyczy menu lub warstwy?	Przekaż kroki odtworzenia, urządzenie i zrzut wykonawcy.

Przykład zgłoszenia: „Na /blog/koszt-projektu/ link «zakres projektu» otwiera 404. Aktualna oferta działa pod /uslugi/projekt-ogrodu/. Proszę poprawić adres, sprawdzić podgląd mobilny i potwierdzić test”.

Usunięta strona może poprawnie zwracać 404

Nie każdy taki adres jest awarią. Problemem jest m.in. aktywny link, który obiecuje klientowi treść już niedostępną. Oceń zamiar i kontekst. [7]

ARKUSZ / DO WYPEŁNIENIA

Zaplanuj pierwsze połączenia.

Zacznij od jednej usługi. Wpisz kilka dobrze uzasadnionych linków, osobę odpowiedzialną i termin sprawdzenia opublikowanych zmian.

Źródło i miejsce	Tekst linku	Cel / osoba / termin

Odbiór po wdrożeniu

- ☐ Każdy cel sprawdzono bez logowania, na telefonie i komputerze.
- ☐ Tekst linku odpowiada zawartości otwartej podstrony.
- ☐ Zapisano datę zmiany i listę adresów objętych pracami.
- ☐ Ustalono osobę, która ponownie sprawdzi linki przy zmianie oferty.

ŹRÓDŁA I NASTĘPNY KROK

Sprawdź źródła. Ustal działania.

Linki poniżej prowadzą do materiałów źródłowych. Przykłady, ćwiczenia i schematy w poradniku są opracowaniem edukacyjnym.

01	Linki możliwe do odczytania i tekst odsyłaczy	Google
02	Raport Linki: zakres i ograniczenia danych	Google
03	Ścieżka nawigacyjna i BreadcrumbList	Google
04	Dodawanie i edytowanie linków w blokach	WordPress
05	Adresy kanoniczne i spójne linkowanie	Google
06	Sprawdzanie adresu URL i renderowania strony	Google
07	Kody HTTP: poprawne odpowiedzi i błędy	Google
08	Przekierowania a wyszukiwarka	Google

Instrukcje paneli są poglądowe. Nie istnieje jedna właściwa liczba linków dla każdej strony. Dobieraj je do treści i zadań klienta.

Połącz treści z ofertą.

icomSEO pomoże przejrzeć strukturę witryny, znaleźć przerwane ścieżki i przygotować listę zmian do wdrożenia.

[Porozmawiaj o linkowaniu](#)icomseo.pl/kontakt/