

Jak samodzielnie sprawdzić: Czy lokalizacja na początku title zwiększa ruch?

Sprawdzić, czy nazwa miasta na początku tytułu zwiększa kliknięcia do Twoich stron lokalnych.

Czas: 1–2 godziny przygotowania + ok. 12 tygodni pomiaru

Poziom: Podstawowy

Status testu: Plan testu

Co znajdziesz w środku

- Zasady rzetelnego testu bez zgadywania
- 5 kroków z punktem kontrolnym
- Wzory: jak policzyć wynik względem grupy kontrolnej
- Jak czytać wynik i kiedy go nie ogłaszać
- Kartę zapisu do wydruku + dziennik zmian
- Arkusz XLSX z formułami: 04-lokalizacja-na-poczatku-title-dziennik-testu.xlsx

KROK 0

Zanim zaczniesz

Cel	Sprawdzić, czy nazwa miasta na początku tytułu zwiększa kliknięcia do Twoich stron lokalnych.
Dla kogo	Firmy z oddziałami, sieci placówek, agencje obsługujące biznes lokalny
Czas	1–2 godziny przygotowania + ok. 12 tygodni pomiaru
Poziom	Podstawowy

Narzędzia

- Google Search Console
- Wtyczka SEO (Yoast, Rank Math) do edycji title
- Arkusz dziennika testu z tego pakietu

6 zasad rzetelnego testu

1	Jedna zmiana naraz i jeden główny miernik zapisane przed startem.
2	Grupa kontrolna: podobne strony bez zmiany. Bez niej opisujesz tylko obserwację.
3	Okres bazowy (np. 28 dni) przed zmianą i 4–8 tygodni obserwacji po niej.
4	Ten sam kraj, typ wyszukiwania i urządzenia w obu okresach.
5	Każdą inną zmianę w serwisie zapisuj w dzienniku.
6	Nie kończ testu po pierwszym dobrym odczycie.

Co sprawdziliśmy my

Hipoteza: Przeniesienie nazwy miasta na początek title zwiększy kliknięcia z Google do stron lokalnych.

Status: Plan testu: wyniki opublikujemy po zakończeniu pomiaru.

Pełny opis testu: <https://icomseo.pl/wiedza/testy-seo/lokalizacja-na-poczatku-title/>

KROK PO KROKU

Jak to sprawdzić u siebie

1

Zapisz obecne tytuły

Wypisz tytuły wszystkich stron lokalnych i ich ruch z ostatnich tygodni.

✓ Masz kopię tytułów z datą.

2

Wylosuj grupy w podobnych lokalizacjach

Losuj w obrębie podobnych miast i usług, żeby grupy miały zbliżony ruch.

✓ Grupy mają podobny ruch i trend.

3

Zmień tylko kolejność słów

W grupie testowej przenieś miasto na początek tytułu. Nie zmieniaj H1, opisów ani treści.

✓ Zmieniła się wyłącznie kolejność elementów title.

4

Archiwizuj wyniki wyszukiwania

Dla stałej listy fraz lokalnych rób zrzuty wyników i zapisuj tytuł, który pokazuje Google.

✓ Wiesz, czy Google nie przepisał tytułu.

5

Mierz 8 tygodni i porównaj z kontrolą

Porównaj kliknięcia w grupach. CTR analizuj w stałych segmentach i razem ze zmianą pozycji.

✓ Porównujesz zmianę testowej ze zmianą kontrolnej.

INTERPRETACJA

Jak policzyć i przeczytać wynik

Wzory

CTR grupy = suma kliknięć ÷ suma wyświetleń (nie średnia CTR stron).

Zmiana w grupie = CTR po - CTR przed (w punktach procentowych, p.p.).

Efekt względem kontroli = zmiana w grupie testowej - zmiana w grupie kontrolnej (p.p.).

Efekt względny $\approx$ (CTR T po ÷ CTR T przed) ÷ (CTR K po ÷ CTR K przed) - 1.

Przykład: CTR z 4,0% na 4,4% to +0,4 p.p. i +10% względnie. Pozycje zapisuj „z 12 na 9”.

Jak podjąć decyzję

- Kliknięcia w grupie testowej rosną wyraźniej: wdrażaj miasto na początku tytułu na podobnych stronach.
- Google często przepisuje tytuły: wynik nie mówi o Twojej zmianie.
- Spadek pozycji w grupie testowej: sprawdź, czy tytuł nie stracił ważnej frazy.

Jaki status nadać

Potwierdzone	Dane wspierają hipotezę i spełniają ustalone kryterium efektu.
Obalone	Precyzyjny wynik jest sprzeczny z hipotezą lub wyklucza użyteczny efekt.
Nierozstrzygnięte	Za mało danych, za duża niepewność albo zakłócenia. Brak różnicy ≠ obalenie.
W trakcie	Zmiana wdrożona, trwa pomiar.
Plan testu	Założenia przed startem.

Najczęstsze pułapki

- ✗ Kilka miast upchniętych w jednym tytule.
- ✗ Zmiana H1 i opisu w tym samym czasie.
- ✗ Ocena wyniku po pierwszym tygodniu.

DO WYDRUKU

Karta zapisu wyników

Wypełnij przed startem i po zakończeniu pomiaru. Wersja z automatycznymi obliczeniami:

04-lokalizacja-na-poczatku-title-dziennik-testu.xlsx.

Hipoteza	
Miernik główny	
Minimalny efekt (MDE)	
Okres bazowy (od-do)	
Data wdrożenia	
Okres obserwacji (od-do)	
Kraj / urządzenie / typ wyszukiwania	

Grupa	Okres	Kliknięcia	Wyświetlenia	CTR (z sum)	Śr. pozycja
Testowa	przed				
Testowa	po				
Kontrolna	przed				
Kontrolna	po				

Zmiana w grupie testowej	
Zmiana w grupie kontrolnej	
Efekt względem kontroli	
Niepewność (przedział, metoda)	
Status i uzasadnienie	
Wniosek: co zmienić i gdzie	

Dziennik zmian

Data	Co zmieniono	Zakres / URL	Kto	Wpływ na test?

CHCESZ WIEDZIEĆ NA PEWNO?

Przeprowadzimy ten test w Twoim serwisie

Dobierzemy grupy, ustalimy minimalny efekt, zbierzemy dane z Search Console i opiszemy wynik z uczciwą oceną niepewności. Zaczynamy od bezpłatnego audytu.

Bezpłatny audyt →

<https://icomseo.pl/bezplatny-audyt/>

Telefon: +48 601 162 666 · **E-mail:** biuro@icomseo.pl
icomSEO Sp. z o.o., ul. Fantastyczna 8/1a, 20-531 Lublin

Pełny test z wykresami: <https://icomseo.pl/wiedza/testy-seo/lokalizacja-na-poczatku-title/>
Wszystkie testy: <https://icomseo.pl/wiedza/testy-seo/>

Poradnik ma charakter edukacyjny. Wynik testu w jednym serwisie jest wskazówką, a nie obietnicą identycznego efektu na innej stronie.