

Wielojęzyczne SEO na stronie – od czego zacząć? Przewodnik część 2



Pisaliśmy już, dlaczego warto profesjonalnie przetłumaczyć stronę internetową na kilka języków, jeżeli planujesz rozwinąć swój biznes na globalne rynki. Teraz skupimy się na wielojęzycznym SEO. W naszym poradniku przeprowadzimy Cię przez najważniejsze etapy pozycjonowania strony w kilku językach. Pierwsze kroki pozwolą Ci wpłynąć na to, jak Twoja witryna będzie wyświetlać się za granicą.

Spis treści:

Na czym polega wielojęzyczne SEO?

Jakie korzyści niesie SEO dla wielojęzycznej witryny?

Od czego zacząć wdrażanie SEO na wielojęzycznej stronie? Pierwsze kroki do pozycjonowania za granicą

Wybierz domenę zgodną z językiem i lokalizacją

Zamieść informacje o wersjach językowych strony

Od czego zacząć wdrażanie wielojęzycznego SEO? – Podsumowanie

Jaki adres powinna mieć witryna skierowana do krajów kilkujęzycznych?

Witryna multijęzyczna vs. multiregionalna

W [pierwszej części przewodnika](#) poruszyliśmy temat wielojęzycznych stron internetowych. Wiesz już, jak ważna jest kwestia przetłumaczenia witryny na rodzimy język Twoich zagranicznych odbiorców. Nadszedł czas, żeby zastanowić się, **o co musisz zadbać na**

swojej stronie, aby zapewnić sobie widoczność za granicą i jak pomoże Ci w tym wielojęzyczne SEO. W drugiej części przewodnika powiemy Ci, od czego zacząć działania związane z pozycjonowaniem pod kątem SEO. Dowiesz się:

- czym właściwie jest wielojęzyczne SEO i jakie niesie korzyści,
- od czego zacząć pozycjonowanie wielojęzycznej witryny,
- jak wybrać właściwą wielojęzyczną domenę.

W [Diuna](#) przygotowaliśmy kompletny przewodnik po wielojęzycznym SEO, aby pomóc Ci skutecznie wypromować witrynę w różnych krajach i językach. Zapraszamy do lektury!

Na czym polega wielojęzyczne SEO?

Wielojęzyczne SEO (ang. *Multilingual Search Engine Optimization*) to zasady, które pomagają w optymalizacji witryny dla zagranicznych wyszukiwarek internetowych, czyli w tzw. **pozycjonowaniu Twojej strony w różnych językach**. Dzięki takim działaniom zyskujesz pewność, że Twoja strona jest widoczna w wyszukiwarkach internetowych, które są popularne na interesujących Cię rynkach zagranicznych, takich jak Google, Bing, czy Yahoo.

Jakie korzyści niesie SEO dla wielojęzycznej witryny?

Wielojęzyczne SEO sprawia, że każda wersja językowa witryny trafia bezpośrednio do Twoich potencjalnych klientów za granicą. Wystarczy, że użytkownicy wpiszą w wyszukiwarkę związane z Twoją działalnością zapytanie zawierające odpowiednio przetłumaczone słowo kluczowe. Następnie na liście wyszukiwań zobaczą Twoją stronę, która wyświetli im się w ich ojczystym języku. Optymalizacja witryny pod kątem wielojęzycznego SEO na Twojej stronie sprawi, że:

- zagraniczni odbiorcy znajdą o Tobie informacje w popularnych wyszukiwarkach,
- Twoje treści trafią bezpośrednio do potencjalnych klientów w wielu krajach,
- odbiorcy bez trudu zrozumieją Twoją ofertę, która wyświetli się w ich ojczystym języku.

Od czego zacząć wdrażanie SEO na wielojęzycznej stronie?

Pierwsze kroki do pozycjonowania za granicą

Przejdźmy do praktyki – **czas dowiedzieć się, jak wdrożyć na stronie wielojęzyczne SEO, aby zwiększyć globalną widoczność.** Oto podstawowe kroki, od których najlepiej rozpocząć pozycjonowanie międzynarodowej witryny. Dzięki naszym radom zadbasz o najważniejsze aspekty związane z widocznością już na pierwszym etapie tworzenia wielojęzycznej strony.

1. Wybierz wielojęzyczną domenę

Już na pierwszym etapie tworzenia wielojęzycznej strony, masz wpływ na to, jak będzie się ona prezentować Twoim zagranicznym odbiorcom. Ogromną rolę dla wielojęzycznej strony

odgrywa adres domeny. **Podczas wyboru wielojęzycznej domeny strony kieruj się również lokalizacją i charakterem Twojej działalności.** Adres Twojej domeny może posiadać:

- **końcówki regionalne**- zauważ, że wiele stron internetowych posiada końcówki, które sugerują nie tylko lokalizację, na którą kierujesz swoją ofertę, ale także język strony, np. cz - dla Czech lub fr - dla Francji. Taka opcja sprawdzi się dla biznesów, które są nastawione na działanie w konkretnym obszarze, np. prowadzą biznes lokalny.

Nasza wskazówka: Nie jest to dobre rozwiązanie, jeżeli planujesz rozwój biznesu w krajach kilkujęzycznych, np. w Belgii lub Kanadzie. W tym przypadku końcówka lokalizacji nie będzie zgodna z językiem, jakim posługują się mieszkańcy danego kraju.

- **końcówki ogólne (com, org, net)** - nie niosą one żadnej informacji językowej, ani lokalizacyjnej. Dlatego będzie to idealny wybór dla firm, które nie koncentrują swojej działalności na żadnym konkretnym obszarze. Możesz skorzystać z tej opcji jeśli prowadzisz sklep internetowy lub oferujesz swoje usługi w chmurze.

2. Zamieść informacje o wersjach językowych strony

Ważnym krokiem w pozycjonowaniu wielojęzycznej strony jest zamieszczenie w jej adresie informacji o wszystkich wersjach językowych. Jest to ważna informacja zarówno dla Twoich zagranicznych odbiorców, jak i samych wyszukiwarek. **Istnieją 3 sprawdzone sposoby na zamieszczenie informacji o języku witryny:**

- **Wykupienie osobnych domen** - tutaj informacja o języku będzie zamieszczona w końcówce adresu, która będzie się różnić dla każdej wersji językowej strony. Przykładowo, jeżeli Twoja witryna występuje w wersji polskiej i niemieckiej, będzie to wyrażone w postaci dwóch adresów z różnymi końcówkami: *twojastrona.pl* oraz *twojastrona.de*.
- **Stworzenie tzw. subdomen** - są to dopiski z informacją o wersji językowej, które zamieszcza się na początku adresu strony, np. *pl.twojastrona.com* oraz *de.twojastrona.com*. **Zamieszczenie informacji o języku na początku adresu strony to dobre rozwiązanie nie tylko dla wyszukiwarek, ale przede wszystkim dla zagranicznych odbiorców.** Jest duże prawdopodobieństwo, że użytkownicy skierują swój wzrok właśnie na początek adresu witryny. Dzięki temu zabiegowi każdy internauta łatwo domyśli się, z jaką wersją językową strony ma do czynienia.
- **Utworzenie katalogów w obrębie jednej domeny** - katalogi lub subkatalogi będą widnieć w Twoim adresie jako ukośnik (/), np. *twojastrona.com* w jednej wersji językowej, np. polskiej oraz jej niemiecki odpowiednik: *twojastrona.com/de*. Jeżeli prowadzisz dużą firmę i posiadasz licznych odbiorców za granicą. Dzięki temu dajesz swoim użytkownikom wybór wersji językowej. Opcja subkatalogów sprawdza się na stronach w wielu wersjach językowych – stosujemy ją również w Diuna.

Wybierz język



 ENGLISH

 DEUTSCH

 RUSSIAN

 УКРАЇНСЬКА

Dzięki subkatalogom na naszej stronie dajemy odbiorcom możliwość wyboru języka.

Każdy z powyższych sposobów wpływa na to, jak Twoja wielojęzyczna domena będzie odbierana w wyszukiwarkach za granicą. Warto więc rozważyć dokładnie wszystkie możliwości już podczas pierwszych etapów tworzenia wielojęzycznej strony.

Jeżeli chcesz poznać więcej praktycznych wskazówek na temat optymalizacji stron w kilku językach pod kątem SEO, odsyłamy Cię na naszego [bloga](#). Będzie się tam pojawiać więcej wpisów na temat pozycjonowania wielojęzycznych stron.

Od czego zacząć wdrażanie wielojęzycznego SEO? – Podsumowanie

Dowiedziałeś się, na czym polega wielojęzyczne SEO i poznałeś podstawowe techniki, od których należy zacząć budowanie widoczności za granicą. Mamy nadzieję, że nasze wskazówki okażą się pomocne na początku Twojej przygody z wielojęzycznym pozycjonowaniem i ułatwią Ci podbicie globalnych rynków. A jeżeli masz jakieś pytania na temat SEO w obcym języku – skontaktuj się z [nami!](#)

FAQ:

Jaki adres powinna mieć witryna skierowana do krajów kilkujęzycznych?

Omówmy to na przykładzie Belgii, gdzie istnieje kilka języków urzędowych: niemiecki, niderlandzki i francuski. W tym przypadku możesz zastosować dwie różne subdomeny dla jednego obszaru, np. *de.twojafirma.be* oraz *fr.twojafirma.be*. Dzięki temu uwzględniś kilka wersji językowych dla danej lokalizacji.

Witryna multi języczna vs. multiregionalna

Istnieją witryny nastawione na lokalizację bądź język, co dokładnie wyjaśnia [Google](#). Oto, czym różnią się od siebie:

- **strony wielojęzyczne** - są to wszystkie witryny, które zawierają treści w kilku językach. Takie witryny posiadają w adresie informację o wersji językowej, dzięki czemu wyszukiwarki mogą kierować je do użytkowników posługujących się danym językiem.
- **strony multiregionalne** - skierowane do użytkowników na podstawie ich lokalizacji. Przykładowo, jeżeli Twoja firma prowadzi sprzedaż w Kanadzie (www.twojafirma.ca) i Stanach Zjednoczonych (www.twojafirma.us), wyszukiwarki będą wyświetlać mieszkańcom danego terenu lokalną wersję Twojej strony.

Tak naprawdę możemy też wyodrębnić trzecią wersję – **strony nastawione zarówno na region, jak i język**. Twoja witryna może posiadać kilka wersji językowych oraz regionalnych – nie ma tutaj żadnych ograniczeń. Dzięki temu możesz kierować swoją witrynę lokalizacyjnie na Kanadę (www.twojafirma.ca), a dodatkowo posiadać jeszcze kilka wersji językowych (www.twojafirma.ca/fr oraz www.twojafirma.ca/en).

Słowa kluczowe:

wielojęzyczne seo,
wielojęzyczne pozycjonowanie,
pozycjonowanie za granicą,
pozycjonowanie wielojęzycznych stron,
pozycjonowanie wielojęzycznej witryny,
seo na wielojęzycznej stronie,
wielojęzyczna domena,
widoczność za granicą

Meta-tytuł:

jak-wdrozyc-wielojezyczne-seo-na-stronie

Meta-opis:

Od czego zacząć **pozycjonowanie strony w kilku językach**? Oto podstawowe zasady **wielojęzycznego SEO**, bez których Twoja strona nie będzie **widoczna za granicą**.