

programujzmateuszem.pl

Portfolio + sklep (Next.js 14, App Router). Ocena widoczności w wyszukiwarkach, danych strukturalnych i priorytetów naprawczych.

Przygotowano: 12 lipca 2026

Zakres: techniczne SEO · on-page · structured data · e-commerce · treść

Podsumowanie

Ocena ogólna

7.4 / 10

Bardzo dobry fundament techniczny obniżony przez jeden krytyczny problem (HTTPS) i braki w danych produktowych.

Techniczne SEO		7.0
On-page / metadane		9.0
Dane strukturalne		8.0
E-commerce SEO		5.5
Treść / linkowanie		6.0
Lokalne / off-page		6.5

Najważniejsze: domena serwuje się realnie tylko po **HTTP**, a kanoniczne adresy i Open Graph wskazują na `https://`, które oddaje inną stronę z błędnym certyfikatem. To pojedynczy problem o największym wpływie na ranking i zaufanie — naprawić w pierwszej kolejności.

Co już działa dobrze

- ✓ Kompletne metadane: `title` z szablonem, opisy, `canonical` na podstronach.

✓ Wielojęzyczność: `hreflang` (pl-PL / en) przez `alternates.languages`.

✓ Open Graph + Twitter Card (`summary_large_image`).

✓ Dynamiczne obrazy OG (`next/og`) dla strony głównej, kontaktu, wyceny, projektów, wpisów bloga.

✓ `robots.txt` + `sitemap.xml` (dynamiczny, z produktami i wpisami) + kanał `RSS`.
- ✓ Bogaty JSON-LD: `Person`, `Organization` (z NIP/adresem), `WebSite`, `BlogPosting`, `BreadcrumbList`, `FAQPage`, `ItemList`.

✓ PWA `manifest` + `theme-color`.

✓ Szybkość: Next 14, minimalny JS, animacje w CSS, fonty z `display:swap`.

✓ Dostępność: link „przejdź do treści”, `aria`, semantyczne nagłówki, `prefers-reduced-motion`.

✓ Spójne dane firmy (NAP: nazwa, NIP, adres, telefon) — dobra podstawa pod lokalne SEO.

Priorytety naprawcze

PRIO	PROBLEM	REKOMENDACJA	WPŁYW
P0	Brak działającego HTTPS dla domeny. <code>https://programujzmateuszem.pl</code> trafia w cudzy vhost z certyfikatem <code>vibeleszno.com</code> ; strona żyje tylko po HTTP.	Wystawić certyfikat Let's Encrypt dla domeny (certbot) i dodać blok nginx <code>listen 443</code> → <code>proxy_pass :3000</code> . Wymusić przekierowanie HTTP→HTTPS.	Ranking, zaufanie, CTR
P0	Kanoniczne URL-e i OG wskazują <code>https://</code> , którego crawler nie odczyta poprawnie (patrz wyżej) — ryzyko braku/rozbicia indeksacji.	Rozwiązuje się razem z HTTPS. Po naprawie potwierdzić w Google Search Console (inspekcja URL + „poproś o indeksację”).	Indeksacja
P1	Strony produktów (<code>/sklep/[slug]</code>) nie mają schematu <code>Product + Offer</code> .	Dodać JSON-LD <code>Product</code> z <code>offers</code> (<code>price</code> , <code>priceCurrency</code> : <code>PLN</code> , <code>availability</code> , cena promo). Umożliwia rich results z ceną w Google.	CTR sklepu
P1	Brak profilu Google Business Profile i zgłoszenia w Search Console / Bing (do potwierdzenia).	Założyć/uzupełnić GBP (Leszno), dodać własność w GSC, przesłać sitemapę, monitorować indeksację i zapytania.	Lokalne, monitoring
P1	Cienka treść tekstowa i słabe linkowanie wewnętrzne (portfolio ma mało indeksowalnego tekstu).	Rozbudować opisy usług, dodać case studies do projektów, FAQ, artykuły blogowe pod frazy long-tail; linkować między stronami.	Zasięg fraz
P2	<code>sitemap.xml</code> ustawia <code>lastModified</code> na „teraz” dla stron statycznych.	Ustawić realne, stabilne daty modyfikacji (crawler nie traktuje wszystkiego jako „zmienione dziś”).	Crawl budget
P2	Ścieżki bez wartości SEO (<code>/panel</code> , <code>/admin</code> , <code>/login</code> , <code>/koszyk</code>) są crawlowane (mają <code>noindex</code> , ale zużywają budżet).	Dodać <code>disallow</code> w <code>robots.txt</code> dla tych ścieżek.	Crawl budget
P2	Brak <code>hreflang="x-default"</code> oraz osobnych obrazów OG dla produktów.	Dodać <code>x-default</code> w <code>alternates</code> ; rozważyć <code>opengraph-image</code> per produkt (ładniejsze udostępnienia).	Międzyjęzyczne, social

Szybkie wygrane (≤ 1 dzień)

Techniczne

- HTTPS + redirect 301 z HTTP (P0).
- `robots: disallow` panelu/koszyka/logowania.
- Stabilne `lastModified` w sitemapie.
- `x-default` w `hreflang`.

E-commerce / dane

- `Product + Offer` na stronach produktów.
- `logo` i `contactPoint` w schemacie `Organization`.
- Google Business Profile + Search Console.
- Opisy produktów dłuższe, z frazami kluczowymi.

Kolejność działań: 1) HTTPS + GSC → 2) `Product / Offer` + `robots/sitemap` → 3) treść (case studies, blog, FAQ) i lokalne SEO. Punkt 1 odblokowuje wartość całej reszty.