AUDYT STRONY / 23 WRZEŚNIA 2026

BERC.PL

Strona berc.pl jest w bardzo dobrej kondycji: ogólny wynik audytu to 99/100, a obszary techniczny, treściowy, wydajnościowy i bezpieczeństwa wypadły na 100/100. Największa szansa leży w widoczności: narzędzie nie odnotowuje jeszcze żadnego ruchu z Google (0 wizyt miesięcznie, 0 fraz), mimo że do domeny prowadzi 158 domen linkujących. Największe ryzyko to profil linków, do którego prowadzi 86 domen z tekstami typowymi dla farm linków, oraz DMARC, którego raporty nigdzie nie trafiają, bo w rekordzie pozostał niewypełniony szablon adresu. Przy tak mocnych podstawach technicznych uporządkowanie linków i publikacja treści mogą dać największy efekt sprzedażowy.

PRZEANALIZOWANE STRONY: 53 · FIRMA USŁUGOWA · SVELTEKIT

WYNIK OGÓLNY

99/100

SEO techniczne	100
Treść i metadane	100
Szybkość	100
Dane strukturalne	97
Gotowość na AI	100
Bezpieczeństwo	100
Poczta i domena	93



TELEFON, TEST GOOGLE

RAPORT PRZYGOTOWAŁ ZESPÓŁ BERC.PL · KONTAKT@BERC.PL

MONITORING CO MIESIĄC

ZMIANY OD POPRZEDNIEGO AUDYTU

Porównanie z audytem z 23 września 2026.

99 → 99	0 → 0	0 → 0	0 → 0
WYNIK	WIZYT Z GOOGLE / MIES.	FRAZ W GOOGLE	DOMAIN RATING

NAPRAWIONE (1)

- Nie widać żadnej analityki

NOWE LUB GORSZE (0)

- Brak

PRIORYTETY

OD CZEGO ZACZĄĆ

Pięć działań, które dadzą najwięcej przy najmniejszym nakładzie. Każde prowadzi do szczegółów niżej.

01

POPRAW ADRES RAPORTÓW W REKORDZIE DMARC

Raporty DMARC trafiają teraz do niewypełnionego szablonu, więc nikt nie widzi, kto wysyła maile w Twoim imieniu. Bez tych raportów trudniej wychwycić podszywanie się pod Twoją domenę i chronić dostarczalność maili, na których opiera się kontakt z klientami.

JAK SPRAWDZIMY EFEKT: W ciągu kilku dni od poprawy adresu w skrzynce zaczną pojawiać się raporty DMARC, a ponowny audyt nie wskaże już tego problemu.

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: ŚREDNI · SZCZEGÓŁY ↓

02

UPORZĄDKUJ PROFIL LINKÓW PROWADZĄCYCH DO STRONY

Do berc.pl prowadzi 86 domen z tekstami typowymi dla farm linków, co może obniżać zaufanie Google do domeny i ograniczać widoczność. Zastąpienie ich wartościowymi linkami przełoży się na lepsze pozycje i większy ruch.

JAK SPRAWDZIMY EFEKT: W Google Search Console w raporcie linków zobaczysz spadek liczby domen spamowych, a liczba linków z wartościowych miejsc zacznie rosnąć.

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: MAŁY · SZCZEGÓŁY ↓

03

UZUPEŁNIJ DANE STRUKTURALNE ORGANIZATION O SAMEAS

Dane Organization pojawiają się 50 razy, ale brakuje w nich pól zalecanych przez Google, między innymi sameAs, czyli odnośników do profili firmy. Uzupełnienie ułatwia Google i wyszukiwarkom AI poprawne rozpoznanie Twojej marki.

JAK SPRAWDZIMY EFEKT: Po wdrożeniu test Rich Results w Google pokaże typ Organization bez ostrzeżeń o brakujących polach zalecanych.

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: MAŁY · SZCZEGÓŁY ↓

ILE JEST DO WZIĘCIA

WIDOCZNOŚĆ W GOOGLE

W danych widoczności widać 158 domen linkujących do berc.pl, ale narzędzie nie odnotowuje jeszcze żadnego ruchu z Google (0 wizyt miesięcznie) ani żadnej frazy w wynikach (0 słów kluczowych, 0 w top 3). Historia ruchu od kwietnia do września utrzymuje się na poziomie zera, a wskaźnik autorytetu domeny wynosi 0. Dane nie pokazują też fraz blisko pierwszej strony, luki wobec konkurencji ani cytowań w odpowiedziach AI. Widoczność jest więc dziś najsłabszym obszarem, ale przy wynikach technicznych 100/100 to właśnie tutaj jest najwięcej do zdobycia: pierwsze wartościowe frazy i pierwsze cytowania AI mogą dać wyraźny skok przy stosunkowo niewielkim wysiłku.

0

WIZYT Z GOOGLE / MIES.

-

WARTOŚĆ TEGO RUCHU / MIES.

Tyle kosztowałby ten ruch w Google Ads

0

FRAZ W GOOGLE

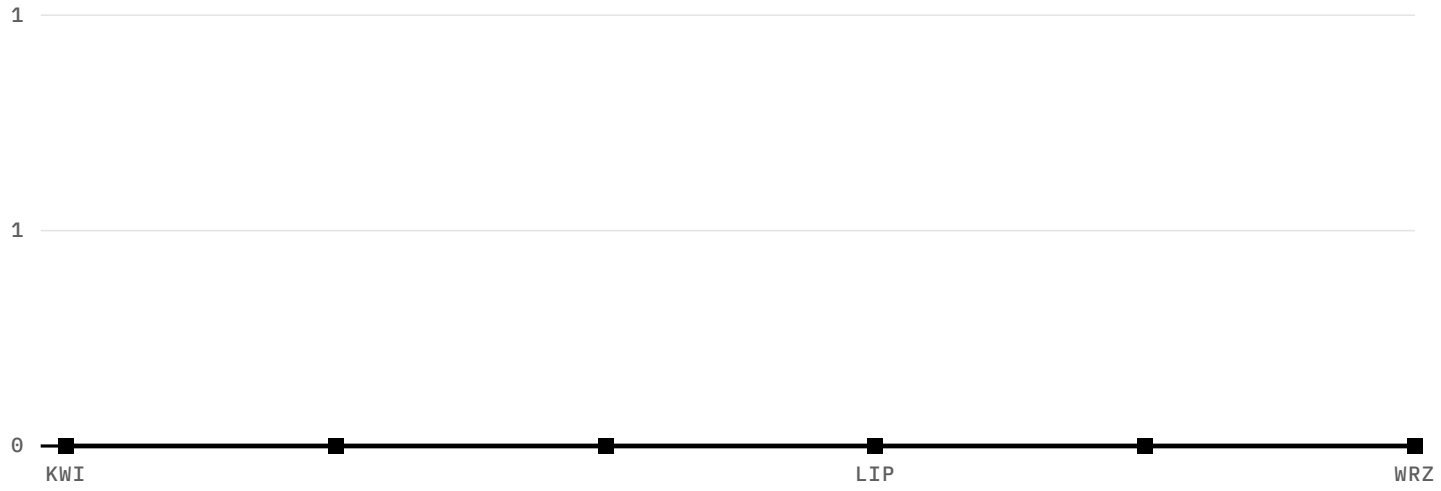
w tym 0 w top 3

0

DOMAIN RATING (0-100)

158 domen linkuje

SZACOWANY RUCH Z GOOGLE, OSTATNIE 12 MIESIĘCY



DANE AHREFS

Ahrefs to jedno z największych narzędzi SEO na świecie. Codziennie skanuje miliardy stron i wyników Google, dzięki czemu szacuje ruch, frazy i linki każdej domeny, także konkurencji. To szacunki, nie dane z waszej analityki.

LINKI Z INNYCH STRON

Linki z innych stron to dla Google głos zaufania. Liczy się ich jakość, nie liczba.

NAJSILNIEJSZE DOMENY LINKUJĄCE

host.io	DR 59
backlinksplace.site	DR 55
quero.party	DR 45
betulcrime.com	DR 39
onlyhealthydeals.com	DR 34
nextgentech.pl	DR 33
domainrankprovider.shop	DR 29
linkseoservice.shop	DR 29

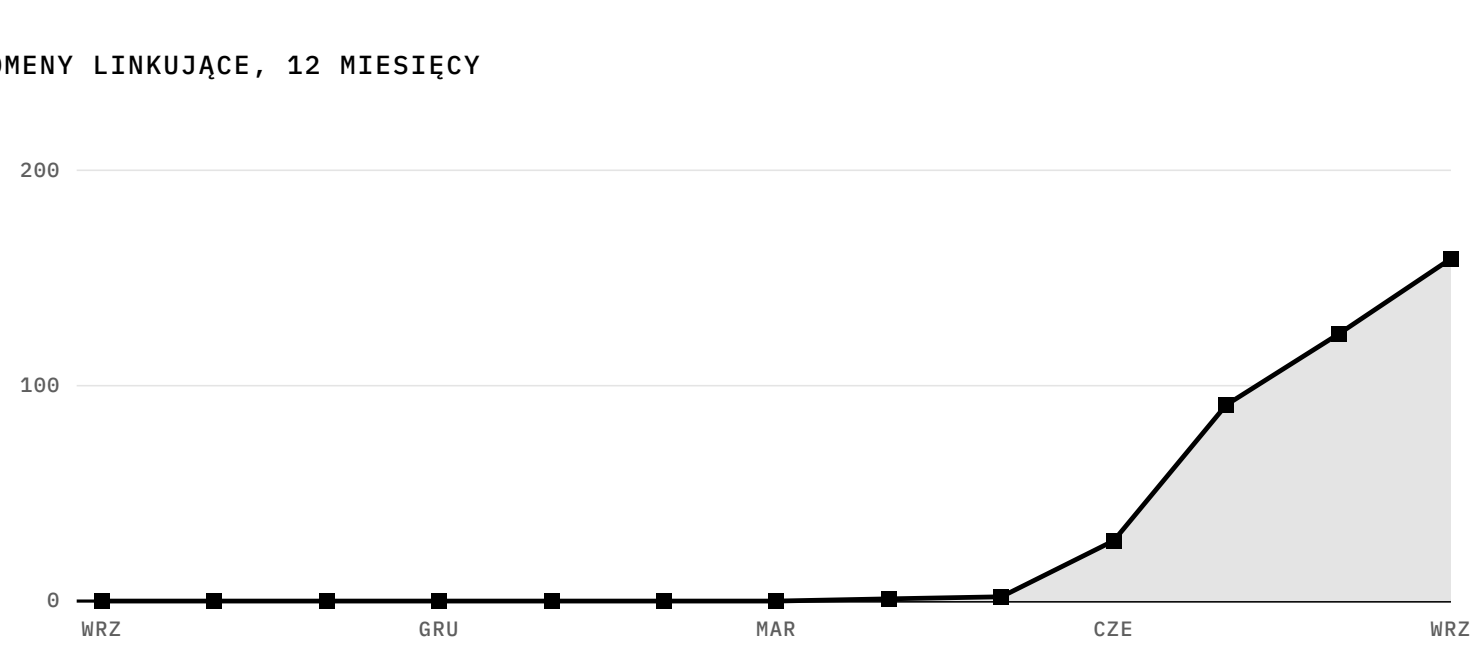
NAJCZĘSTSZE TEKSTY LINKÓW

High Quality Dofollow Backlinks DA 50 PA 40 Premium PBN Network Servic...	42
Boost berc.pl using backlinks and guest posts, on-page SEO, local SEO,...	23
berc.pl	7
Expert SEO Authority Backlinks for berc.pl to Boost Domain Authority. ...	5
Grow berc.pl with high-DR backlinks, editorial guest posts, on-page SE...	2
Take berc.pl to page one with contextual backlinks, premium guest post...	1
Grow berc.pl with guest posts and backlinks, on-page SEO, local SEO, w...	1
Scale berc.pl with backlinks and guest posts, on-page SEO, local SEO, ...	1

LINKI DO NIEISTNIEJĄCYCH STRON

Nie znaleziono.

DOMENY LINKUJĄCE, 12 MIESIĘCY



GOOGLE PAGESPEED

SZYBKOŚĆ

Pomiar Google PageSpeed na telefonie, a jeśli strona ma wystarczający ruch, także dane od prawdziwych użytkowników Chrome.

91

TELEFON: STRONA GŁÓWNA

LCP 3,2 s

100

KOMPUTER: STRONA GŁÓWNA

LCP 0,7 s

POZOSTAŁE STRONY NA TELEFONIE

STRONA	WYNIK	LCP
/uslugi	98	2,3 s
/realizacje	96	2,6 s
/audit	95	2,9 s
/kariera	98	2,3 s
/en	92	3,2 s
/blog	95	2,7 s
/polityka-prywatnosci	96	2,3 s

PEŁNY RAPORT

OCENA TREŚCI NAJWAŻNIEJSZYCH STRON

Czy Google i asystenci AI mogą zacytować te strony. Mierzymy nagłówki-pytania, akapity o długości odpowiedzi, autora i datę, a model ocenia resztę.

30/100

USŁUGI, KTÓRE ZWIĘKSZAJĄ SPRZEDAŻ | LUKAS HOLDINGS

/uslugi

440 SŁÓW | 0 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 0 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: NIE | DATA: NIE

Strona usług jest bardzo krótka i składa się głównie z wezwań do kontaktu, bez opisania, na czym konkretnie polegają poszczególne usługi. Google ani asystenci AI nie mają tu czego zacytować, bo brakuje samodzielnych odpowiedzi, danych o autorze i daty publikacji.

CO DZIAŁA

- Jasno określono model rozliczenia: wpływ usługi na przychód, a nie liczba godzin.
- Podano konkretny punkt zaczepienia czasowego, czyli datę Black Friday 2026 (27 listopada).
- Widoczna jest tożsamość firmy: warszawski holding technologiczny działający w Europie i Azji, z adresem siedziby.

DO POPRAWY

- Strona nie opisuje żadnej usługi, tylko zapowiada rozmowę. Poprawka: dodaj po jednym akapicie na usługę (AI, e-commerce, SEO) z zakresem działań, typowym czasem wdrożenia i przykładowym efektem liczbowym.
- Brak autora i daty publikacji, co osłabia wiarygodność. Poprawka: podpisz treść imieniem i nazwiskiem osoby odpowiedzialnej za usługi oraz dodaj datę aktualizacji.
- Nie ma ani jednego nagłówka w formie pytania, więc strona nie wpisuje się w zapytania użytkowników. Poprawka: zamień ogólne nagłówki na pytania klientów i pod każdym daj zwięzłą odpowiedź w 2-3 zdaniach.
- W treści pozostały komunikaty zastępcze, np. zapewnienie, że nazwę firmy uzupełni się za klienta. Poprawka: usuń teksty techniczne i wstaw realne przykłady klientów lub case studies.

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Ile kosztuje wdrożenie SEO lub AI i po jakim czasie widać wzrost sprzedaży?
- Jak wygląda współpraca z LuKas Holdings od pierwszej rozmowy do wdrożenia?
- Które działania w e-commerce dają największy wzrost przychodu przed Black Friday?

AKAPIT DO WKLEJENIA

> LuKas Holdings z Warszawy prowadzi usługi z zakresu AI, e-commerce i SEO i rozlicza je wpływem na przychód, a nie liczbą przepracowanych godzin. Firma deklaruje, że w ciągu 30-minutowej rozmowy wskazuje, gdzie przedsiębiorstwo traci sprzedaż i co naprawić w pierwszej kolejności. Holding działa w Europie i Azji, rozwija własne marki oraz inwestycje, a jego siedziba znajduje się przy ul. Stefana Batorego 18/10 w Warszawie. Terminy zakupowe warto planować z wyprzedzeniem, bo Black Friday 2026 wypada 27 listopada, więc wdrożenia w e-commerce i SEO powinny ruszyć z kilkumiesięcznym zapasem. Strona nie podaje jeszcze szczegółowego zakresu poszczególnych usług ani cennika, dlatego konkretny plan działania ustala się podczas rozmowy. Każdy miesiąc zwłoki oznacza klientów przechodzących do konkurencji, dlatego najpierw porządkuje się obszar generujący największą stratę przychodu.

45/100

REALIZACJE I WYNIKI KLIENTÓW | LUKAS HOLDINGS

/realizacje

335 SŁÓW | 0 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 0 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: NIE | DATA: NIE

Strona pokazuje dwa anonimowe case studies i konkretne kategorie wyników, ale brakuje dat, autora i samych liczb, przez co trudno zweryfikować efekty i cytować ją w odpowiedziach AI.

CO DZIAŁA

- Czytelna struktura case studies z podziałem na rynki i typ klienta.
- Jasna zasada anonimizacji połączona z obietnicą pokazania źródła każdej liczby.
- Wyraźne CTA z terminem 30 minut i odniesieniem do Black Friday 2026.

DO POPRAWY

- Brak dat publikacji i aktualizacji realizacji. Dodaj przy każdym case study miesiąc i rok wdrożenia oraz datę ostatniej aktualizacji wyników.
- Brak autora lub zespołu odpowiedzialnego za wyniki. Wskaż imię, rolę i doświadczenie osoby, która prowadziła projekt, oraz link do metodologii pomiaru.
- Treść zapowiada wykresy i źródła liczb, ale nie podaje żadnych konkretnych wartości. Wstaw obok każdego wskaźnika liczbę przed i po, na przykład wzrost przychodu o X procent i spadek kosztu pozyskania klienta o Y procent.
- Brak odpowiedzi na pytania klientów i brak bloków podsumowujących. Dodaj sekcję FAQ z pytaniami o czas wdrożenia, koszt i pomiar oraz krótkie akapity z bezpośrednią odpowiedzią na początku każdej sekcji.

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Jakie wyniki osiągnęliście dla marki DTC ze Stanów Zjednoczonych?
- Ile trwa migracja z Shopify na MedusaJS i co daje firmie?
- Jak mierzycie sprzedaż i zwrot z SEO oraz reklam w e-commerce?

AKAPIT DO WKLEJENIA

> LuKas Holdings pokazuje realizacje z mierzalnymi efektami: amerykańska marka DTC przez 7 miesięcy poprawiała przychód sklepu, obniżała koszt pozyskania klienta i zwiększała kliknięcia z Google, a polska marka środków czystości w pięć tygodni dostała własny sklep z płatnościami BLIK i dokładnym pomiarem sprzedaży z reklam. Opisy są anonimowe, klientów identyfikujemy przez typ produktu i rynek, ale podajemy zakres danych i źródło każdej liczby. Strona obejmuje też migrację z Shopify na MedusaJS, czyli projekt dla firm, które potrzebują większej kontroli nad kosztami i szybkością sklepu. Na stronie znajdziesz dwa główne case studies oraz opis podejścia do pomiaru. Jeśli chcesz sprawdzić, gdzie tracisz sprzedaż, umów 30-minutową rozmowę. Warto działać przed Black Friday 2026, który wypada 27 listopada. Przygotuj brief z celem, obecnym stackiem i pytaniem o pomiar, a LuKas Holdings pokaże, co naprawić najpierw. Dzięki temu łatwiej ocenić, czy podobny projekt ma sens w Twojej firmie.

62/100

DARMOWY AUDYT STRONY: SEO, SZYBKOŚĆ, GOOGLE I AI

/audit

715 SŁÓW | 0 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 1 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: NIE | DATA: NIE

Strona jasno tłumaczy, czym jest darmowy audyt, ile trwa i skąd pochodzą dane (Ahrefs), a sekcja pytań rozwiewa wątpliwości o prywatność i płatności. Brakuje jednak autora, daty publikacji, dowodów w postaci wyników klientów oraz nagłówków w formie pytań, co osłabia E-E-A-T i szanse na cytowanie przez asystentów AI.

CO DZIAŁA

- Konkretna oferta z liczbami: czas 2 minut, limit 40 audytów dziennie, próg 49,99 zł za pełny raport
- Pełna przejrzystość źródeł danych (Ahrefs i Semrush) oraz tego, że wartości ruchu są szacunkami
- Sekcja pytań odpowiada na realne obiekcje: brak karty, brak logowania, prywatność raportu, faktury i NIP

DO POPRAWY

- Strona nie ma autora ani daty publikacji lub aktualizacji, co utrudnia ocenę wiarygodności. Dodaj imię i nazwisko eksperta z linkiem do profilu (np. LinkedIn) oraz widoczną datę ostatniej aktualizacji przy H1.
- Nagłówki sekcji nie są pytaniami, mimo że pod H2 "Najczęstsze pytania" znajdują się odpowiedzi. Zamień H2 na pytania, np. "Czy audyt jest naprawdę darmowy?", a każde pytanie ustaw jako osobny H3 z odpowiedzią w pierwszym zdaniu.
- Brak dowodów skuteczności: nie ma case studies, wyników klientów, opinii ani liczby wykonanych audytów. Dodaj 2-3 mini historie z liczbami (np. wzrost ruchu o X procent w Y miesięcy) i podaj, ile audytów już wykonano.
- Brakuje ceny i zakresu płatnego monitoringu poza wzmianką o 49,99 zł. Wypisz pakiety z kwotami brutto i tym, co dokładnie zawierają, aby użytkownik i AI mogli zacytować konkretną ofertę.

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Czy darmowy audyt strony SEO jest naprawdę darmowy i co dokładnie zawiera?
- Ile trwa audyt i czy muszę podawać dane karty lub zakładać konto?
- Czy ChatGPT, Perplexity i AI Overviews mogą przeczytać i zacytować moją stronę?

AKAPIT DO WKLEJENIA

> Tak, audyt jest w pełni darmowy i nie wymaga karty ani zakładania konta. Po podaniu adresu strony w ciągu około 2 minut otrzymujesz raport z wynikiem, listą błędów, danymi o ruchu i konkurencji oraz planem naprawy na 90 dni, obejmujący siedem obszarów: SEO techniczne, treść i dane strukturalne, szybkość, widoczność w Google, konkurencję, gotowość na AI oraz bezpieczeństwo i pocztę. Dane o ruchu, frazach i linkach pochodzą z Ahrefs, narzędzia, którego abonament kosztuje kilkaset dolarów miesięcznie, więc nie musisz kupować własnego dostępu, żeby zobaczyć, gdzie stoisz. Dzienny limit to 40 audytów. Jeśli chcesz więcej, za 49,99 zł rozszerzasz raport do wersji pełnej z monitoringiem i gotowym kodem JSON-LD, ale nie jest to obowiązkowe. Każde zamówienie, także miesięczny monitoring, otrzymuje fakturę.

40/100

KARIERA W LUKAS HOLDINGS

/kariera

410 SŁÓW | 1 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 0 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: NIE | DATA: NIE

Strona kariery LuKas Holdings komunikuje kulturę pracy i elastyczne formy zatrudnienia, ale nie zawiera ani jednej konkretnej oferty, widełek, osoby kontaktowej czy daty publikacji, więc ani Google, ani asystenci AI nie mają czego zacytować. Nie jest też jasne, jak marka berc.pl wiąże się z nazwą LuKas Holdings.

CO DZIAŁA

- Język korzyści jest konkretny: jasno pada deklaracja, że rozliczacie z zasięgów, sprzedaży i wdrożeń, a nie z godzin przy biurku.
- Czytelna struktura nagłówków H3 z benefitami (wpływ, narzędzia AI, forma umowy) i wyraźne wezwanie do wysłania CV.
- Podany adres siedziby w Warszawie i zachęta do rozmowy telefonicznej dają podstawę do kontaktu.

DO POPRAWY

- Brak nazwiska, roli i danych kontaktowych osoby rekrutującej, więc nie ma żadnego sygnału doświadczenia i wiarygodności po stronie zespołu. Poprawka: dodaj sekcję z rekruterem (imię, nazwisko, link do LinkedIn, e-mail) i zdaniem o jego specjalizacji.
- Nigdzie nie ma daty publikacji ani aktualizacji, a przy ogłoszeniach o pracę to podstawowy sygnał świeżości. Poprawka: wstaw widoczną datę ostatniej aktualizacji strony oraz daty ważności poszczególnych ogłoszeń.
- Sekcja "Otwarte rekrutacje" nie zawiera żadnego stanowiska, widełek ani modelu pracy. Poprawka: wypisz konkretne oferty z nazwą roli, widełkami, lokalizacją lub trybem zdalnym i linkiem do aplikowania.
- Treść nie odpowiada wprost na pytania kandydatów i nie ma bloków gotowych do zacytowania. Poprawka: dodaj sekcję FAQ z krótkimi odpowiedziami po 2-3 zdania (widełki, proces, czas odpowiedzi, tryb pracy).

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Ile zarabia się w LuKas Holdings i jakie są widełki na poszczególnych stanowiskach?
- Jak wygląda proces rekrutacji w LuKas Holdings i ile trwa do pierwszej decyzji?
- Czy w LuKas Holdings można pracować zdalnie lub na część etatu?

AKAPIT DO WKLEJENIA

LuKas Holdings to warszawski holding technologiczny, który zatrudnia osoby odpowiedzialne za wynik. Pracujesz nad markami sprzedającymi na trzech kontynentach, w obszarach AI, e-commerce i SEO, a rozliczenie idzie z efektów: zasięgów, sprzedaży i wdrożeń, nie z godzin przy biurku. Firma daje cel i swobodę, dostęp do narzędzi AI i automatyzacji oraz krótką drogę od pomysłu do wdrożenia w małym zespole. Forma współpracy jest elastyczna: B2B albo umowa o pracę, pełny etat lub jego część. Gdy nie ma ogłoszenia dopasowanego do Twoich kompetencji, warto mimo to wysłać CV i kilka zdań o tym, czym chcesz się zajmować, bo czytana jest każda aplikacja. Siedziba mieści się przy ul. Stefana Batorego 18/108 w Warszawie. Rozmowę telefoniczną można umówić od razu, a w 30 minut firma pokazuje, gdzie tracisz sprzedaż. Nie ma tu długiej ścieżki decyzyjnej ani prezentacji, które nie wchodzą w życie.

62/100

LUKAS HOLDINGS: AI, E-COMMERCE AND SEO THAT GROW SALES

/en

1288 SŁÓW | 2 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 2 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: NIE | DATA: NIE

Strona klarownie przedstawia holding technologiczny z Warszawy, jego usługi, własne marki i inwestycje, z mocnym akcentem na praktykę zamiast teorii. Brakuje jednak twardych dowodów zaufania: nie ma autora, daty publikacji ani liczb w studiach przypadków, a sekcja pytań i odpowiedzi jest szczątkowa, co ogranicza szanse na cytowanie w Google i asystentach AI.

CO DZIAŁA

- Konkretne przykłady wdrożeń z dwóch rynków: marka DTC ze Stanów Zjednoczonych oraz polska marka środków czystości ze sklepem uruchomionym w pięć tygodni i płatnościami BLIK.
- Widoczne kompetencje potwierdzone certyfikatami UC Davis, Ahrefs Academy, Surfer i Edureka, w tym tytuł AI Search Optimization Expert.
- Jasny podział na trzy filary (usługi technologiczne, własne marki, inwestycje), z adresem siedziby i rokiem założenia 2024, co wzmacnia rozpoznawalność podmiotu.

DO POPRAWY

- Strona nie ma autora ani daty publikacji czy aktualizacji, więc czytelnik i wyszukiwarka nie wiedzą, kto odpowiada za treść i czy jest świeża. Dodaj pod każdą sekcją podpis z imieniem, nazwiskiem, rolą i linkiem do profilu eksperta oraz widoczną datę ostatniej aktualizacji.
- Tylko dwa nagłówki mają formę pytań, a bloki odpowiedzi są nieliczne. Dodaj sekcję FAQ z pięcioma lub sześcioma pytaniami (ile trwa wdrożenie SEO, jak mierzycie zwrot z inwestycji, czy obsługujecie firmy spoza Polski) i krótkimi odpowiedziami do 60 słów.
- Studia przypadków mówią o przychodach i koszcie pozyskania klienta, ale nie podają ani jednej wartości procentowej czy kwotowej. Uzupełnij każdy przykład o liczby (np. wzrost przychodu o X procent od lutego do sierpnia) oraz link do pełnego opisu wdrożenia.
- Serwis działa tylko w wersji angielskiej mimo polskiej siedziby i polskiego klienta docelowego, brak też danych rejestrowych typu NIP. Dodaj wersję polską z poprawnymi oznaczeniami hreflang, a w stopce umieść NIP, REGON i KRS.

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Ile kosztuje wdrożenie AI i SEO w firmie i od czego zależy cena?
- Jak szybko zobaczę pierwsze efekty współpracy i jak je mierzycie?
- Czym różni się widoczność w Google od widoczności w ChatGPT i wyszukiwarkach AI?

AKAPIT DO WKLEJENIA

> LuKas Holdings to warszawski holding technologiczny założony w 2024 roku, który łączy usługi technologiczne dla firm, własne marki i inwestycje w Europie oraz Azji. Firma wdraża AI, buduje sklepy internetowe i odpowiada za widoczność w Google oraz w wyszukiwarkach AI, a pierwsze zmiany wdraża w ciągu dwóch tygodni od startu współpracy. Zespół pracuje na trzech kontynentach, od Warszawy po San Francisco, i rozwija własne marki w finansach, e-commerce i usługach eSIM. Jedna z nich to sklep z podkładkami nikotynowymi w Stanach Zjednoczonych, gdzie od lutego do sierpnia poprawiono przychody i obniżono koszt pozyskania klienta. Kolejny przykład to polska marka środków czystości, której sklep uruchomiono w pięć tygodni, z płatnościami BLIK i pomiarem sprzedaży z reklam. Kompetencje potwierdzają certyfikaty UC Davis i Ahrefs Academy. Każda rekomendacja jest najpierw testowana we własnych markach. Wystarczy 30-minutowa rozmowa, żeby zobaczyć, gdzie tracisz sprzedaż.

74/100

+125% PRZYCHODU W 7 MIESIĘCY: CASE STUDY DTC

/realizacje/saszetki-bez-nikotyny

1462 SŁÓW | 1 NAGŁÓWKI-PYTANIA | 1 AKAPITY-ODPOWIEDZI | AUTOR: TAK | DATA: TAK

Rozbudowane case study z twardymi danymi i podanymi źródłami (Google Search Console, Shopify, GA4, Ahrefs), ale o niskiej cytowalności przez AI z powodu urwanego H1, zaledwie jednego pytania w nagłówkach i jednego bloku odpowiedzi oraz anonimowego klienta. Materiał dobrze pokazuje wyniki, gorzej odpowiada na pytania wprost.

CO DZIAŁA

- Każda liczba ma źródło i zakres dat (GSC, Shopify, GA4, Ahrefs), co buduje wiarygodność i pozwala zweryfikować wyniki.
- Konkretne, porównywalne wartości: przychód +125%, kliknięcia z 523 do 5 566 tygodniowo, cytowania w AI z 26 do 1 692, koszt klienta z 67,62 do 31,63 dolara.
- Czytelna struktura miesiąc po miesiącu z jasnym podziałem na problem, działania i efekt końcowy.

DO POPRAWY

- H1 jest urwany i zaczyna się od słowa „przychodu”, przez co nie niesie sensu ani frazy kluczowej. Popraw na pełne zdanie, np. „Case study: +125% przychodu w 7 miesięcy dla marki saszetek bez nikotyny z USA”.
- W całym tekście jest tylko jedno pytanie w nagłówku i jeden blok bezpośredniej odpowiedzi, więc asystenci AI nie mają czego zacytować. Dodaj 3 do 4 nagłówków H2 w formie pytań i pod każdym akapit z odpowiedzią w pierwszym zdaniu.
- Klient jest anonimowy, nie podano nazwy marki ani jej skali, co osłabia E-E-A-T i utrudnia weryfikację. Jeśli NDA na to pozwala, wskaż nazwę lub przynajmniej przedział obrotu i liczbę SKU, a jeśli nie, wyjaśnij we wstępie powód anonimizacji.
- Autor case study jest wskazany, ale nigdzie nie widać jego roli ani doświadczenia. Dodaj krótką notkę na końcu: imię, stanowisko i lata pracy w SEO lub e-commerce.

NAGŁÓWKI DO DODANIA

- Jak obniżyć koszt pozyskania klienta w sklepie DTC na rynku amerykańskim?
- Jak sprawić, żeby ChatGPT i Perplexity polecały Twoją markę?
- Czy artykuły poradnikowe sprzedają lepiej niż strony kolekcji w e-commerce?

AKAPIT DO WKLEJENIA

> Siedem miesięcy współpracy ze sklepem DTC sprzedającym saszetki bez nikotyny w USA dało wzrost przychodu o 125% i spadek kosztu pozyskania klienta z 67,62 do 31,63 dolara. Ruch z Google wzrósł ze 523 do 5 566 kliknięć tygodniowo, a liczba cytowań marki w odpowiedziach AI skoczyła z 26 do 1 692. Przejęliśmy SEO, widoczność w AI oraz pomiar sprzedaży i reklamy, a treści zbudowaliśmy wokół realnych pytań klientów przed zakupem: rankingów, porównań i poradników. W sierpniu 79% kliknięć pochodziło z zapytań bez nazwy marki, czego wcześniej praktycznie nie było. Efekt to nie jeden skok, lecz suma cotygodniowych wdrożeń: od audytu i strategii fraz, przez poprawki techniczne, po przebudowę pomiaru w maju, która pokazała, które kanały faktycznie zarabiają.

GOTOWY KOD DANYCH STRUKTURALNYCH

Kod uzupełniony tym, co znaleźliśmy na stronie. Pola oznaczone UZUPEŁNIJ zna tylko właściciel.

OPIS FIRMY (ORGANIZATION)

Na stronie głównej, w <head> albo przed </body>.

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "LuKas Holdings",
  "url": "https://berc.pl/",
  "logo": "https://berc.pl/logo.svg",
  "description": "Holding technologiczny z Warszawy. Wdrażamy AI, budujemy sklepy internetowe i sprawiamy, że klienci znajdują Cię
w Google i w ChatGPT.",
  "email": "kontakt@berc.pl",
  "sameAs": [
    "UZUPEŁNIJ"
  ]
}
</script>
```

NAZWA WITRYNY (WEBSITE)

Na stronie głównej. Podpowiada Google nazwę strony w wynikach.

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "WebSite",
  "name": "LuKas Holdings",
  "url": "https://berc.pl/",
  "inLanguage": "pl"
}
</script>
```

HARMONOGRAM

PLAN NA 90 DNI

30 DNI

- Popraw adres raportów rua w rekordzie DMARC, aby raporty trafiały do realnej skrzynki.
- Uzupełnij dane Organization o pole sameAs z linkami do profili firmy.

60 DNI

- Przejrzyj listę 86 domen z linkami spamowymi, zgłoś je w Google Search Console i w narzędziu do wykluczania linków.
- Utrzymaj wysoką szybkość strony przy dodawaniu nowych treści, pilnując wyniku PageSpeed na telefonach.

90 DNI

- Pozyskuj wartościowe linki i publikuj treści eksperckie, aby budować widoczność zamiast opierać się na spamie.
- Rozwijaj treści w formacie łatwym do cytowania przez wyszukiwarki AI, wykorzystując otwarty dostęp robotów i plik llms.txt.

CO JUŻ DZIAŁA

- Strona szybko się ładuje: PageSpeed na telefonach to 91/100 lub więcej na wszystkich sprawdzonych podstronach.
- Tytuły stron są unikalne na wszystkich 50 sprawdzonych stronach, opisowe i zgodne z zaleceniami Google.
- Serwer wysyła wszystkie 6 zalecanych nagłówków bezpieczeństwa, co chroni odwiedzających i buduje zaufanie.
- Robots.txt nie blokuje robotów ChatGPT, Claude ani Perplexity, więc treści mogą być cytowane w odpowiedziach AI.

SZCZEGÓŁY

WSZYSTKIE WYNIKI

Każdy wynik ma dowód: adresy i wartości, które go potwierdzają. Rozwiń, żeby zobaczyć, co zrobić.

WIDOCZNOŚĆ I KONKURENCJA

NISKI PRIORYTET

Spamowe linki prowadzące do strony

Wśród najczęstszych tekstów linków są typowe dla farm linków i spamu SEO (domen: 86).

DLACZEGO TO WAŻNE

Google zwykle ignoruje takie linki, ale zaśmiecają profil i utrudniają ocenę, które linki naprawdę pomagają.

CO ZROBIĆ

Monitorować profil linków; plik disavow tylko przy ręcznej karze od Google albo gwałtownym spadku po fali spamu.

DOWODY

- High Quality Dofollow Backlinks DA 50 PA 40 Premium PBN Network Service berc.pl Rank First… (42 domen)
- Boost berc.pl using backlinks and guest posts, on-page SEO, local SEO, custom web developm… (23 domen)
- Expert SEO Authority Backlinks for berc.pl to Boost Domain Authority. Strengthen Website R… (5 domen)
- Grow berc.pl with high-DR backlinks, editorial guest posts, on-page SEO, local SEO, web de… (2 domen)
- Take berc.pl to page one with contextual backlinks, premium guest posts, on-page SEO, loca… (1 domen)

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: MAŁY

SEO TECHNICZNE

DO SPRAWDZENIA

Strony wyłączone z Google (noindex)

Linkowane strony z noindex: 1. To bywa celowe (koszyk, logowanie), ale warto potwierdzić listę.

CO ZROBIĆ

Zdjąć noindex ze stron, które mają być w wynikach wyszukiwania.

DOWODY

- https://berc.pl/audit/Od4-e9JMd_3teOLcQNLsZw

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: ŚREDNI

SZYBKOŚĆ

DO SPRAWDZENIA

Brak danych od prawdziwych użytkowników

Google nie ma jeszcze danych Core Web Vitals z Chrome dla tej domeny (zbyt mały ruch). Oceniamy tylko test laboratoryjny.

DANE STRUKTURALNE

NISKI PRIORYTET

Niekompletne dane strukturalne

Typy danych bez pól zalecanych przez Google: Organization.

DLACZEGO TO WAŻNE

Kompletny opis zwiększa szansę na rozszerzony wynik i na to, że AI przytoczy właściwe fakty.

CO ZROBIĆ

Dopisać brakujące pola wymienione przy każdym typie.

DOWODY

- Organization (50×): brak sameAs

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: MAŁY

POCZTA I DOMENA

ŚREDNI PRIORYTET

DMARC ustawiony, ale nie działa w pełni

Wykryty problem: adres raportów "your-cloudflare-address@dmarc-reports.cloudflare.net" wygląda na niewypełniony szablon, raporty nigdzie nie trafiają.

DLACZEGO TO WAŻNE

Bez działających raportów nie wiecie, kto wysyła maile w imieniu domeny ani czy wasza poczta przechodzi weryfikację.

CO ZROBIĆ

Wpisać prawdziwy adres rua (skrzynka albo usługa raportów) i docelowo politykę quarantine lub reject.

DOWODY

- `adres raportów "your-cloudflare-address@dmarc-reports.cloudflare.net" wygląda na niewypełniony szablon, raporty nigdzie nie trafiają`
- `v=DMARC1; p=quarantine; pct=100; rua=mailto:23efe4f3649e4d5da9b99397e2d23bf1@dmarc-reports.cloudflare.net,mailto:your-cloudflare-address@dmarc-reports.cloudflare.net`

NAKŁAD PRACY: DO 2 GODZIN · WPŁYW: ŚREDNI

▼ SPRAWDZONE I W PORZĄDKU (23)

HTTPS wymuszony. Cała witryna działa na https://, a wersja http:// przekierowuje.	SEO techniczne
Brak zepsutych linków wewnętrznych. Wszystkie linki wewnętrzne na sprawdzonych stronach (51) prowadzą do działających adresów.	SEO techniczne
Canonical na każdej stronie. Tag canonical: 50 z 50 stron.	SEO techniczne
Mapa strony poprawna. Adresy w sitemap.xml: 50. Wszystkie sprawdzone odpowiadają 200 bez przekierowań.	SEO techniczne
Szybki serwer. Średni czas odpowiedzi to 70 ms.	SEO techniczne
hreflang poprawny. Spójne oznaczenia wersji językowych na wszystkich stronach z hreflang (50).	SEO techniczne
Unikalne tytuły. Unikalny tytuł: 50 z 50 stron.	Treść i metadane
Tytuły zgodne z zaleceniami Google. Sprawdzone tytuły: 50; opisowe, bez upychania fraz i zgodne z nagłówkami.	Treść i metadane
Opisy meta na wszystkich stronach. Meta description: 50 z 50 stron.	Treść i metadane
H1 na każdej stronie. Nagłówek H1: 50 z 50 stron.	Treść i metadane
Firma opisana w danych strukturalnych. Strona główna ma Organization.	Dane strukturalne
Roboty AI mają dostęp. robots.txt nie blokuje robotów ChatGPT, Claude ani Perplexity.	Gotowość na AI
llms.txt obecny. Plik /llms.txt istnieje i ma poprawny format.	Gotowość na AI
Komplet nagłówków bezpieczeństwa. Serwer wysyła wszystkie 6 zalecanych nagłówków.	Bezpieczeństwo
Brak wystawionych plików wrażliwych. Sprawdzone ścieżki (.env, .git, kopie konfiguracji, phpinfo) nie są publiczne.	Bezpieczeństwo
Obrazy przygotowane poprawnie. Sprawdzone obrazy: 28; wymiary, formaty i ładowanie w porządku.	Szybkość
Strony zaufania na miejscu. Kontakt, informacje o firmie i polityka prywatności są dostępne.	Treść i metadane
Artykuły podpisane i datowane. Sprawdzone artykuły: 20.	Treść i metadane
SPF poprawny. Rekord SPF kończy się na ~all i mieści się w limicie (3/10 zapytań).	Poczta i domena
DKIM skonfigurowany. Znaleziono klucze DKIM: protonmail, protonmail2, protonmail3, resend.	Poczta i domena
Szybka strona na telefonach. PageSpeed na telefonie: 91/100 lub więcej na sprawdzonych stronach.	Szybkość
Pomiar ruchu wdrożony. Wykryte narzędzia: PostHog.	Pomiar i zgody
Treść dostępna bez JavaScriptu. Sprawdzone strony (3) mają tę samą treść przed i po uruchomieniu JavaScriptu.	Gotowość na AI

POCZTA W DOMENIE

Serwer poczty	Proton Mail
SPF	~all
DKIM	protonmail, protonmail2, protonmail3, resend
DMARC	p=quarantine

NAGŁÓWKI BEZPIECZEŃSTWA

strict-transport-security	jest
content-security-policy	jest
x-frame-options	jest
x-content-type-options	jest
referrer-policy	jest
permissions-policy	jest

TECHNOLOGIA I POMIAR

SVELTEKIT · CLOUDFLARE · POSTHOG

Pełna lista 53 sprawdzonych adresów, ze statusem, czasem odpowiedzi, długością tytułów i opisów, jest w wersji online raportu: https://berc.pl/audit/Od4-e9JMd_3teOLcQNLsZw

JAK POWSTAŁ RAPORT

Przeanalizowaliśmy 53 podstron berc.pl tak, jak widzi je robot Google: kody odpowiedzi, metadane, nagłówki, dane strukturalne, linki wewnętrzne, mapę strony i robots.txt. Szybkość zmierzył Google PageSpeed Insights, a konfigurację poczty sprawdziliśmy w DNS. Dane o ruchu, frazach, linkach i konkurencji pochodzą z Ahrefs i są szacunkami, nie danymi z waszej analityki.

Wnioski i plan przygotował model AI na podstawie tych wyników; każda pozycja odwołuje się do konkretnego wyniku z dowodami powyżej. Automatyczna analiza nie zna specyfiki waszego biznesu, dlatego najlepiej omówić ją z nami przed wdrażaniem zmian.