TWORZENIE STRON | REDESIGN I SEO

Czego nie robić przy przeprojektowaniu strony, żeby nie stracić klientów z Google

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: sierpień 2026 · Czas czytania: ok. 6 min

Redesign strony to jeden z najszybszych sposobów na utratę pozycji w Google — jeśli zrobisz go bez planu SEO. Większość firm traci ruch nie przez zły projekt graficzny, ale przez konkretne, powtarzalne błędy techniczne i contentowe. Ten artykuł pokazuje, które z nich zdarzają się najczęściej i jak ich uniknąć.

Dlaczego redesign strony niszczy pozycje w Google

Google przez miesiące buduje obraz Twojej strony: zna jej strukturę, treści, adresy URL i linki. Kiedy przeprojektujesz stronę bez uwzględnienia tego obrazu, roboty Google trafiają na nową rzeczywistość, której nie rozpoznają. Efekt? Spadek pozycji, który bywa mylony z problemem algorytmu, a jest po prostu skutkiem przeprojektowania strony bez zabezpieczenia SEO. Błędy przy redesignie strony mają tę cechę, że ujawniają się z opóźnieniem — często 4 do 8 tygodni po wdrożeniu, kiedy trudno już połączyć przyczynę ze skutkiem.

1 Usunięcie treści, które przyciągały ruch

To najczęstszy błąd. Podczas redesignu skraca się teksty, usuwa podstrony uznane za nieestetyczne i likwiduje sekcje FAQ. Każda z nich mogła odpowiadać na konkretne zapytanie w Google. Jeśli usuniesz treść, która była widoczna w wynikach wyszukiwania, tracisz ruch z tych fraz — bez ostrzeżenia i bez możliwości szybkiego odbudowania.

2 Zmiana adresów URL bez zabezpieczenia przekierowań

Nowy szablon często zmienia strukturę adresów — np. z */oferta/malowanie-scian* na */uslugi/malowanie*. Google traktuje nowy adres jako nową stronę. Cały autorytet zbudowany przez miesiące przy starym URL przepada. Przekierowania 301 to osobne, techniczne zagadnienie opisane w innym artykule serii — tutaj zapamiętaj jedno: zmiana URL bez jakiegokolwiek planu to prosta droga do zerowania pozycji.

3 Pominięcie meta tytułów i opisów przy nowym szablonie

Nowy motyw WordPress lub nowy builder potrafi nadpisać wszystkie meta tagi ustawione wcześniej. Po wdrożeniu każda podstrona ma identyczny tytuł — np. nazwę firmy — albo pusty opis. Google traci sygnały,

https://widocznoscwsieci26.cloudhinter.com/posts/slownik-poczatkujacego-25-pojec-ktore-uslyszysz-od-agencji-marketingowej które pomagały dopasować stronę do konkretnych zapytań. Sprawdź to narzędziem do audytu SEO przed i po wdrożeniu.

4 Usunięcie danych strukturalnych

Opinie, FAQ, breadcrumbs, dane kontaktowe — jeśli były zakodowane w starym szablonie jako dane strukturalne (schema.org), nowy szablon ich nie przeniesie automatycznie. Tracisz rozszerzone wyniki w Google (gwiazdki, pytania, godziny otwarcia). W 2026 roku dane strukturalne mają dodatkowe znaczenie: to jeden z sygnałów, które zwiększają szansę pojawienia się w odpowiedziach AI Overviews.

5 Ignorowanie prędkości ładowania po redesignie

Nowy projekt graficzny prawie zawsze jest cięższy od poprzedniego — więcej animacji, większe zdjęcia, dodatkowe skrypty. Google mierzy Core Web Vitals i uwzględnia je przy ustalaniu pozycji. Strona, która ładowała się w 1,8 sekundy, po redesignie ładuje się w 4,5 sekundy — i traci pozycje nie dlatego, że jest gorzej zaprojektowana, ale dlatego, że jest wolniejsza.

6 Brak audytu przed startem redesignu

Większość firm zaczyna redesign od rozmowy z grafikiem, nie od sprawdzenia, co w obecnej stronie działa. Jeśli nie wiesz, które podstrony generują ruch, które frazy są w top 10 i skąd przychodzą leady — możesz przypadkowo usunąć to, co działa. audyt SEO przed redesignem to nie formalność, to mapa tego, czego nie wolno ruszyć.

Nie rób redesignu bez snapshotu obecnego stanu SEO Zanim zmienisz cokolwiek na stronie, zrób eksport: lista wszystkich URL-i, ich pozycje w Google, liczba wejść organicznych z ostatnich 6 miesięcy (GA4 + Google Search Console). To zajmuje godzinę. Bez tego nie wiesz, co chronić — i możesz usunąć podstrony, które sprowadzają Ci klientów, myśląc, że to tylko stary tekst.

Checklista: co sprawdzić przed i po redesignie strony

Zmiana strony a pozycje Google to temat, który można kontrolować — pod warunkiem, że masz listę punktów do weryfikacji. Numeracja poniżej porządkuje częstość błędów, nie ich wagę — każdy z nich potrafi samodzielnie zniszczyć wyniki organiczne.

✓Eksport wszystkich URL-i ze starej strony i porównanie z nową strukturą

✓Sprawdzenie, czy meta tytuły i opisy zostały przeniesione lub przepisane — nie nadpisane przez szablon

✓Weryfikacja prędkości ładowania w Google PageSpeed Insights po wdrożeniu (cel: LCP poniżej 2,5 s)

✓Sprawdzenie, czy dane strukturalne (schema.org) są obecne w nowym szablonie

✓Porównanie liczby zaindeksowanych podstron przed i po redesignie w Google Search Console

✓Sprawdzenie, czy treści z podstron generujących ruch organiczny zostały zachowane lub przepisane z tymi samymi frazami

✓Weryfikacja nagłówków H1 — czy każda podstrona ma dokładnie jeden, unikalny H1

✓Test robots.txt i sitemap.xml po wdrożeniu — czy strona nie jest przypadkowo zablokowana dla robotów

✓Sprawdzenie linków wewnętrznych — czy po zmianie URL-i nie ma martwych odnośników

✓Monitoring pozycji kluczowych fraz przez pierwsze 4 tygodnie po redesignie

Z praktyki (dane uproszczone)

Firma usługowa z Warszawy zlecała redesign strony zewnętrznemu grafik-developerowi. Nowy projekt był estetyczniejszy i szybszy w nawigacji. Trzy tygodnie po wdrożeniu ruch organiczny spadł orientacyjnie o połowę. Analiza wykazała dwie niezależne przyczyny: usunięcie czterech podstron z opisami usług szczegółowych (każda odpowiadała na inne zapytanie) oraz zmianę struktury URL bez przekierowań. Trudno było precyzyjnie rozdzielić, który czynnik odpowiadał za jaką część spadku — oba działały jednocześnie. Odbudowa pozycji zajęła około czterech miesięcy, co w tym przypadku oznaczało konkretną przerwę w napływie zapytań przez formularz. Firma zgłosiła się do nas po fakcie. Gdyby **pozycjonowanie stron Warszawa** było elementem procesu redesignu od początku, a nie interwencją po awarii, strat prawdopodobnie dałoby się uniknąć — choć nie ma gwarancji, że wszystkie.

Najczęstsze pytania

1. Czy każdy redesign strony powoduje spadek pozycji w Google?

Nie. Jeśli zachowasz strukturę URL, treści i dane techniczne, pozycje mogą się utrzymać lub nawet poprawić — szczególnie gdy nowa strona ładuje się szybciej i ma lepszą strukturę

nagłówków. Spadki zdarzają się wtedy, gdy redesign zmienia te elementy bez planu.

2. Ile czasu zajmuje odbudowa pozycji po błędnym redesignie?

To zależy od skali zmian i konkurencyjności branży. W naszej praktyce orientacyjnie od 2 do 6 miesięcy przy aktywnej pracy nad SEO. Im więcej URL-i zostało zmienionych i im więcej treści usunięto, tym dłużej trwa odbudowa. Nie ma tu gwarancji konkretnego terminu.

3. Czy powinienem wstrzymać redesign, jeśli strona dobrze pozycjonuje się teraz?

Nie musisz wstrzymywać — ale powinieneś zrobić audyt SEO przed startem i ustalić, które elementy są nienaruszalne. Redesign strony a SEO to nie konflikt: dobry projekt graficzny i dobre pozycje mogą istnieć razem, jeśli developer i specjalista SEO pracują równolegle, nie kolejno.

Jeśli planujesz nową stronę lub redesign i chcesz, żeby pozycjonowanie stron Warszawa nie zaczynało się od zera po wdrożeniu — zacznij od sprawdzenia, co w obecnej stronie generuje ruch. To jedna godzina pracy z Google Search Console, która może zaoszczędzić kilka miesięcy odbudowy.

Podsumowanie

Przeprojektowanie strony i błędy SEO idą w parze wtedy, gdy SEO jest traktowane jako etap po wdrożeniu, a nie warunek wdrożenia. Najczęstsze pomyłki to: usunięcie treści generujących ruch, zmiana URL-i bez planu, utrata meta tagów przez nowy szablon i pominięcie danych strukturalnych. Każdy z tych błędów działa niezależnie — razem potrafią wyzerować pozycje zbudowane przez rok. Pierwszy krok jest prosty: przed rozmową z grafikiem otwórz Google Search Console i sprawdź, które podstrony sprowadzają Ci użytkowników. Tego nie ruszaj bez planu.

Planujesz redesign i nie chcesz tracić ruchu z Google?

▶ Sprawdzimy, które elementy Twojej obecnej strony chronić, i przygotujemy listę wymagań SEO dla developera przed startem projektu.: **Zamów bezpłatną wycenę**

Boostwave — agencja marketingowa z Warszawy, która zamienia widoczność w Google i w odpowiedziach AI w realne zapytania od klientów.

ℹ️ **Transparentność treści (AI):** Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację

publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act).
· https://boostwave.pl/

Eksperci Pozycjonowania BoostWave

BoostWave to agencja SEO, która pomaga lokalnym przedsiębiorcom dominować w wynikach wyszukiwania. Nie oferujemy tanich sztuczek, wdrażamy skuteczne strategie SXO.

Sprawdź nas: https://boostwave.pl

📍 **Adres:** ul. Hoża 86/410, 00-682 Warszawa

📞 **Telefon:** 510 768 987

✉️ **Email:** kontakt@boostwave.pl

⏰ **Godziny otwarcia:**

Poniedziałek - Piątek: 08:00 - 18:00

Sobota - Niedziela: Zamknięte

Skonsultuj się z nami