INGYENES • NYOMTATHATÓ SEO-CHECKLIST

Google-forgalom-visszaesés: 7 lépéses ellenőrzőlista

Előbb bizonyítsd, hogy valódi a csökkenés. Utána azonosítsd az okot, és csak azután javíts. Pipáld ki az elvégzett vizsgálatokat!

Vizsgált weboldal: _____ Dátum: _____

01 Erősítsd meg, hogy valódi a visszaesés

- [ ] Hasonlítsd össze a Google Search Console elmúlt 28 napját az előző 28 nappal.
- [ ] Nézd meg a trendet 3–6 hónapra visszamenőleg: lehet szezonális ingadozás?
- [ ] Ellenőrizd, hogy egyszeri kiugrásról vagy tartós csökkenésről van-e szó.
- [ ] Vesd össze a Search Console kattintásait a GA4 organikus keresési forgalmával.

MIT JELENT? Ha mindkét rendszer csökkenést mutat, a forgalomvesztés valószínűleg tényleges. Ha csak a GA4 esik, először a mérési beállításokat vizsgáld.

02 Derítsd ki, melyik mutató romlott

- [ ] Hasonlítsd össze a kattintásokat és a megjelenítéseket.
- [ ] Ellenőrizd az átlagos CTR változását.
- [ ] Ellenőrizd az átlagos pozíció változását.

Gyors értelmezési segédlet

Változás	Lehetséges magyarázat
Kattintás és megjelenítés is esik	Láthatóságvesztés, indexelési hiba vagy keresletcsökkenés
Megjelenítés stabil, CTR esik	SERP-változás, gyengébb cím vagy más találati elem
Pozíció és megjelenítés esik	Rangsorvesztés, verseny vagy keresleti változás
Pozíció stabil, kattintás esik	CTR-romlás, zero-click keresések vagy SERP-elemek

03 Válaszd szét az érintett oldalakat

- [ ] Nyisd meg a Search Console Teljesítmény → Lapok nézetét.
- [ ] Keresd meg a legtöbb kattintást vesztő URL-eket.
- [ ] Csoportosítsd a veszteseket: blog, szolgáltatás, kategória, termék.
- [ ] Döntsd el: 1–2 oldal érintett, egy tartalomtípus, vagy az egész webhely?

MIT JELENT? Szűk körű esés esetén gyakran oldalspecifikus problémát kell keresni. Teljes webhelyet érintő esésnél előbb a technikai és szélesebb keresési okokat vizsgáld.

04 Vizsgáld meg a kulcsszavakat és a találati oldalt

- [ ] Nyisd meg a Search Console Teljesítmény → Lekérdezések jelentését.
- [ ] Azonosítsd a legnagyobb kattintásveszteségű kereséseket.
- [ ] Különítsd el a márkás és nem márkás kereséseket.
- [ ] Nézd meg a fontos kereséseket a Google-ben; az inkognitó nézet sem ad teljesen semleges rangsoradatot.
- [ ] Vizsgáld meg: AI Overview, hirdetés, featured snippet vagy más SERP-elem jelent meg?

MIT JELENT? Stabil pozíció mellett romló CTR esetén a találati oldal változása is magyarázhatja a kevesebb kattintást; önmagában nem bizonyítja az okot.

05 Ellenőrizd a technikai SEO-t

- [ ] Nézd át a Search Console Indexelés → Oldalak jelentését.
- [ ] Keresd a noindex, 404, 5xx, átirányítási hiba és Feltérképezve – jelenleg nincs indexelve jelzéseket.
- [ ] Ellenőrizd, hogy a robots.txt nem tilt-e fontos URL-eket.
- [ ] Teszteld a fontos URL-eket az URL-ellenőrzés eszközzel.
- [ ] Nézd meg az XML-sitemap frissességét.
- [ ] Ellenőrizd a canonical címkéket, átirányításokat és redirect-láncokat.
- [ ] Írd össze a korábbi változtatásokat: redesign, domain-/URL-csere, sablon- vagy bővítményfrissítés.

MIT JELENT? A dátumok egybeesése hasznos nyom, de nem bizonyít ok-okozati kapcsolatot.

06 Vizsgáld a Google-jelzéseket és frissítéseket

- [ ] Nyisd meg a Search Console Biztonság és manuális intézkedések jelentéseit.
- [ ] Ellenőrizd a biztonsági problémákat és manuális intézkedéseket.
- [ ] Nézd meg, volt-e a visszaesés körül Google core update vagy más keresési frissítés.
- [ ] Vesd össze a forgalomgörbe töréspontját a frissítések és webhelymódosítások dátumával.

MIT JELENT? Core update után először vizsgáld meg a vesztes oldalakat és keresési szándékot; ne kezdj bizonyíték nélkül teljes átalakításba.

07 Válaszd ki a javítást az ok alapján

- [ ] Mérési hiba: GA4, mérőkód, hozzájáruláskezelés és csatornacsoportosítás ellenőrzése.
- [ ] Indexelési hiba: noindex, robots.txt, canonical, sitemap és redirect javítása.
- [ ] Tartalmi veszteség: releváns frissítés saját tapasztalattal, adatokkal és példákkal.
- [ ] CTR-probléma: pontosabb, ígéretét teljesítő SEO-cím és meta description tesztelése.
- [ ] AI Overviews / SERP-változás: egyedi, forrásértékű tartalom és alternatív forgalmi csatornák.
- [ ] Keresletcsökkenés: új releváns keresések felmérése és tartalmi fókusz módosítása.

Vizsgálati jegyzetek és teendők

A leginkább érintett URL-ek és kulcsszavak:

Feltételezett ok és bizonyíték:

Első javítás / felelős / határidő:

Újramérés időpontja és eredménye:

Példa: Ha a megjelenítések stabilak, de a kattintások 30%-kal visszaestek, először a CTR-t és a találati oldal változásait ellenőrizd. A cím javítása, saját adat vagy egyedi tapasztalat hasznos lehet – de csak akkor, ha az elemzés is ezt indokolja.

Útmutató: honlapmagus.hu • A checklist diagnosztikai segédlet, nem automatikus hiba-megállapítás.