

Premena stagnujúceho webu na stabilne rastúci projekt

Ak pracujete s obsahovým webom, ktorý obsahuje množstvo príspevkov, ale má minimálny organický rast, tento prípad vám bude povedomý. V tejto case study ukazujem, ako som pomocou SEO, UX a dátovej práce premenil stagnujúci web na stabilne rastúci projekt – bez platených kampaní a bez dramatických technických zásahov.

Web [Metalmania-Magazín](#) funguje približne 10 rokov. Príspevky pribúdali, no organická návštevnosť stagnovala.

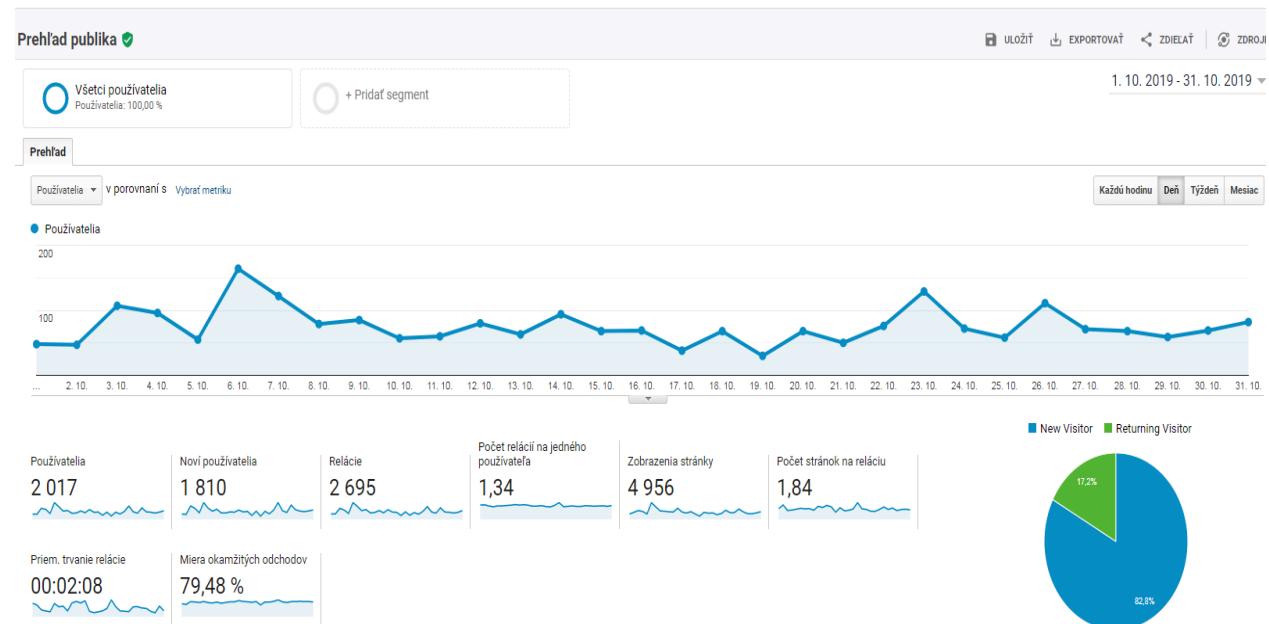
Analýza východiskového stavu: Rok 2019 ako zrkadlo stagnácie

Pred rokom 2020 portál vykazoval typické znaky stagnácie.

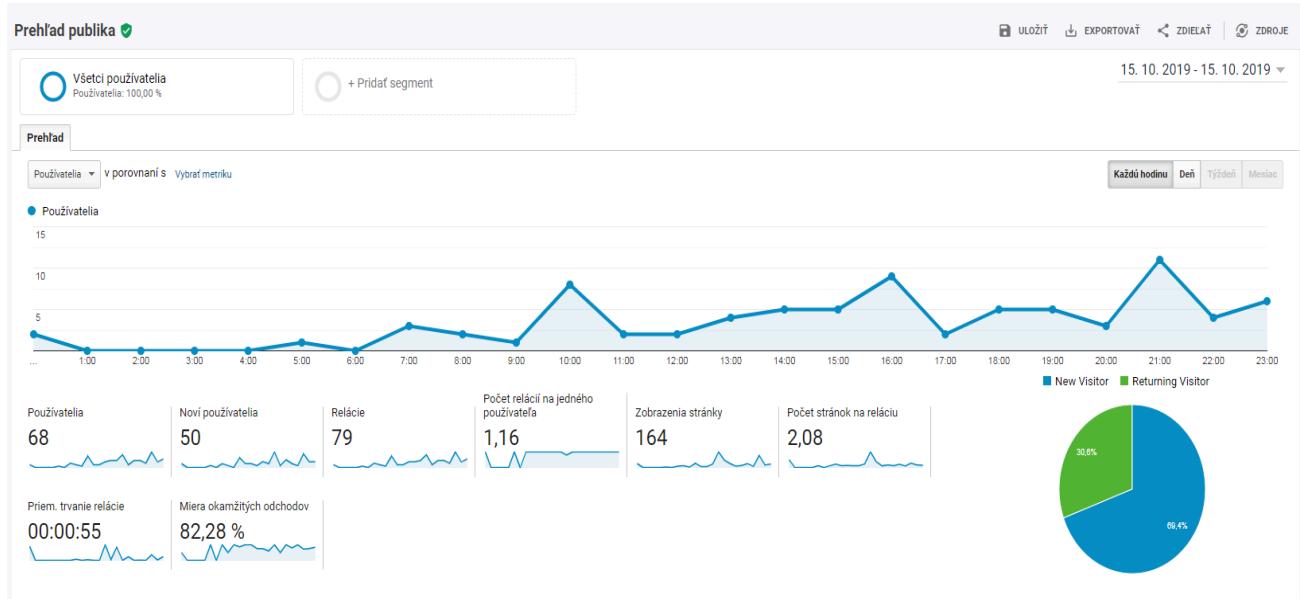
Kľúčové metriky konca roka 2019:

- Mesačne ~2 000 používateľov
- Denné minimá: 56 návštevníkov
- Bounce rate: ~80 %
- Stránka fungovala ako archív, nie magazín

Mesačná návštevnosť 2019



Denná návštevnosť 2019



Identifikované problémy

Najväčším problémom neboli nedostatok materiálu, ale fakt, že web bol navrhnutý ako archív pre interných fanúšikov – nie ako magazín pre bežných návštěvníkov z vyhľadávania.

1. UX & navigácia (abecedné menu ako zásadná bariéra):

Hlavné menu bolo postavené na abecednom princípe (napr. Iron Maiden pod písmenom „I“). Tento spôsob dáva zmysel len pre skalných fanúšikov, ktorí presne vedia, čo hľadajú. Bežný používateľ však nepostupuje abecedne – hľadá témy, odporúčania a kontext.

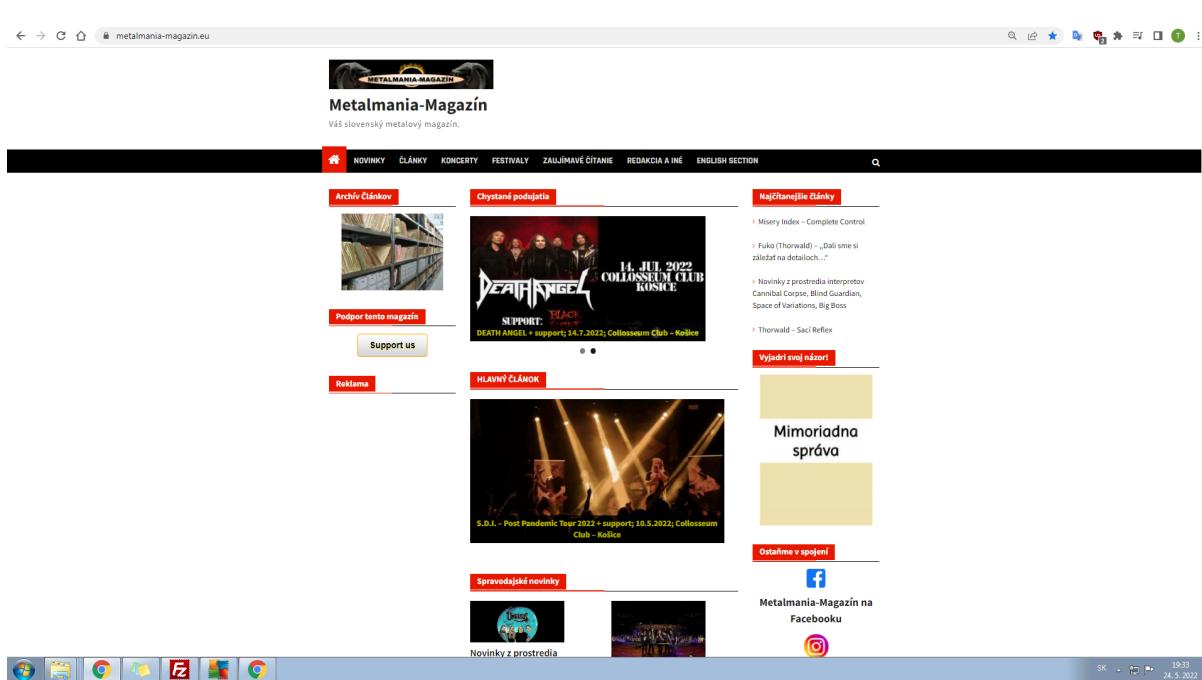
2. Formátovanie

Väčšina článkov pozostávala z dlhých, kompaktných blokov textu bez vizuálnych prestávok. Tento formát výrazne znížoval čitateľnosť, predlžoval kognitívnu záťaž a negatívne ovplyvňoval mieru okamžitých odchodov.

3. Technické SEO a interná štruktúra:

Nevyužívalo sa vnútorné prelinkovanie, chýbala breadcrumb navigácia a mnoho príspevkov nemalo vyplnené meta tituly a meta popisy. Vyhľadávače tak nemali dostatočný kontext na správne pochopenie štruktúry a významu publikovaných príspevkov.

Pôvodný dizajn



Strategický zlom: Implementácia SEO a modernizácia (2020 – 2022)

Zlom nastal v rokoch 2020 – 2021, keď som si osvojil základy SEO a začal ich systematicky aplikovať priamo na stránke.

Fáza 1: Základy On-page SEO a reštrukturalizácia contentu

Prvé SEO zásahy nesmerovali k výmene nástrojov, ale k **sprieňadneniu textov**. Cieľom bolo, aby bol web čitateľný nielen pre vyhľadávače, ale aj pre bežných návštěvníkov.

- **Čitateľnosť a štruktúra:**
Aplikoval som pravidlo maximálne štyroch viet na odsek. Dlhšie články boli rozdelené pomocou podnadpisov, pričom sa striktne dbalo na hierarchiu nadpisov (unikátny H1, následne H2 a H3).
- **Základná on-page optimalizácia (Yoast):**
Po základných úpravách prišli na rad nástroje. Tým prvotným bol Yoast. Postupne pribudli zmysluplné Meta Title a Meta Descriptiony. Neskôr som Yoast vymenil za Rank Math.
- **Obrázky**
Súčasťou tejto fázy bola aj postupná optimalizácia obrázkov. Pôvodné súbory s generickými názvami (napr. dsc1021.jpg) boli nahradené deskriptívnymi názvami (napr. eterna-presov-gig.webp). Okrem toho sa vyplnili všetky alternatívne názvy.
- **Navigácia a interné prepojenia:**
V neskoršej fáze bola implementovaná breadcrumb navigácia, ktorá zlepšila orientáciu používateľov na webe a zároveň pomohla vyhľadávačom lepšie pochopiť hierarchiu a vzťahy medzi jednotlivými sekciami webu.

Fáza 2: Redizajn a UX transformácia (2022)

V máji 2022 prešiel web radikálnym redizajnom.

- **Zjednodušenie layoutu:** Pôvodné tri sidebary boli zrušené v prospech čistého, moderného vzhľadu.
- **Koniec abecedy:** Web prešiel na magazínový štýl s dôrazom na najčítanejšie a najnovšie články, čo zodpovedá prirodzenému správaniu používateľov.

Aktuálny dizajn

The screenshot shows the homepage of Metalmania-Magazin. At the top is a header with the logo 'METALMANIA-MAGAZÍN' featuring two stylized dragons flanking a central emblem. Below the logo is the text 'Metalmania-Magazín' and 'Váš slovenský metalový magazín.' A navigation bar follows, containing links for 'NOVINKY', 'ČLÁNKY', 'KONCERTY', 'FESTIVÁLY', 'REDAKCIA A INÉ', 'ENGLISH SECTION', 'ARCHÍV', 'PPC ESHOPY', and a search icon. The main content area is divided into several sections: 'Chystané podujatia' (Upcoming events) featuring a large image of a golden eagle with wings spread wide; 'HLAVNÝ ČLÁNKOV' (Main Article) showing a silhouette of a person with arms raised against stage lights; and 'Najčítanejšie články' (Most read articles) and 'Najnovšie komentáre' (Latest comments), both listing recent news items. A 'Podpor tento magazín' (Support this magazine) button and a 'Support us' button are also visible.

Dátovo orientovaná stratégia: Google Search Console v akcii

Po technických zmenách sa stredobodom našej pozornosti nestali tabuľky, ale samotná hudba. Redakcia naďalej reagovala na nové albumy, podujatia a dianie na scéne. Dáta z Google Search Console však postupne začali slúžiť ako spätná väzba – ukazovali, o čo majú čitatelia najväčší záujem a kde má zmysel ísť do hľbky.

Experiment: Tagy ako mini landing pages (2024+)

Oznámenia o chystaných koncertoch sú na webe riešené ako samostatné podstránky. V roku 2024 som začal tieto stránky prepájať pomocou tagov (značiek) tak, aby vytvárali tematické vstupné stránky zodpovedajúce reálnemu vyhľadávaniu používateľov.

WordPress štandardne **neumožňuje priradovať tagy k podstránkam**, preto som využil plugin Pages with category and tag a rozšíril tak jeho pôvodné možnosti. Výsledkom bol jednoduchý, no efektívny systém, kde sa tagy správali ako **mini landing pages postavené na vyhľadávacom zámere**.

Príkladom je značka: „[Metalové koncerty Bratislava](#)“, ktorá združuje všetky relevantné koncerné oznámenia pre konkrétnu lokalitu a rok – presne v podobe, v akej tento typ dopytov zadávajú používateľia do Googlu.

Rovnako princíp som aplikoval aj pri článkoch. Napríklad tag „[Najlepšie metalové albumy všetkých čias](#)“ spája recenzie albumov, ktoré majú minimálne hodnotenie 5,5 bodov zo 6.

Vedľajší efekt: nadmerný počet tagov a UX kompromis

Tento prístup mal aj svoje limity. Pri niektorých postoch vznikalo veľké množstvo značiek, čo negatívne ovplyvňovalo používateľskú skúsenosť.

Riešením nebolo odstránenie tagov z pohľadu vyhľadávačov, ale ich **oddelenie od používateľského rozhrania**. Pomocou jednoduchých úprav kódu sa podarilo dosiahnuť stav, kedy sú tagové stránky naďalej dostupné pre vyhľadávače a interné prelinkovanie, no bežný návštěvník nimi nie je vizuálne zahľtený.

Hoci neovládam programovacie jazyky, pri tomto kroku som využil **Vibe Coding** – praktický prístup, kde je cieľom funkčné riešenie problému, nie technologická dokonalosť.

Linkbuilding

Od roku **2020** som začal riešiť aj linkbuilding. Nikdy som nekupoval odkazy, nepoužíval PBN siete a necielil na kvantitu. Väčšinou išlo o publikovanie guest postov na iných weboch. Menšia časť bola riešená aj formou výmeny odkazov a registráciami do relevantných katalógov.

Základné kritérium

- texty mali plnohodnotnú informačnú hodnotu
- odkazy smerovali na Metalmania-Magazín **len tam, kde dávali zmysel pre čitateľa**

Tu treba spomenúť aj dva hostovské príspevky na fantasy weboch:

FantasyPlanet.cz

Tam som vytvoril článok „[Corum – Knieža v šarlátovom plášti, zabudnutý hrdina fantasy](#)“, kde som prirodzene prepájal tvorbu Michaela Moorcocka s metalovými kapelami, ktoré jeho dielo ovplyvnilo. V texte bol zakomponovaný spätný odkaz na kategóriu [Domine](#) na Metalmania-Magazíne – priamo v kontexte zmienky o kapele.

Podobne pre slovenský web **Fandom.sk** vznikol článok „[Metalové kapely, ktoré vytvorili zaujímavé fantasy príbehy](#)“. Tam som umiestnil odkaz na rozhovor s líderom formácie Rhapsody of Fire.

Selektívne výmeny odkazov

Menšiu časť spätných odkazov som získal aj formou výmeny, avšak výhradne:

- s tematicky príbuznými webmi
- v rámci contentu (nie v pätičke, sidebaroch alebo linklistoch)
- bez masového škálovania

Cieľom nebolo „nazbierať odkazy“, ale **budovať prirodzenú autoritu webu**.

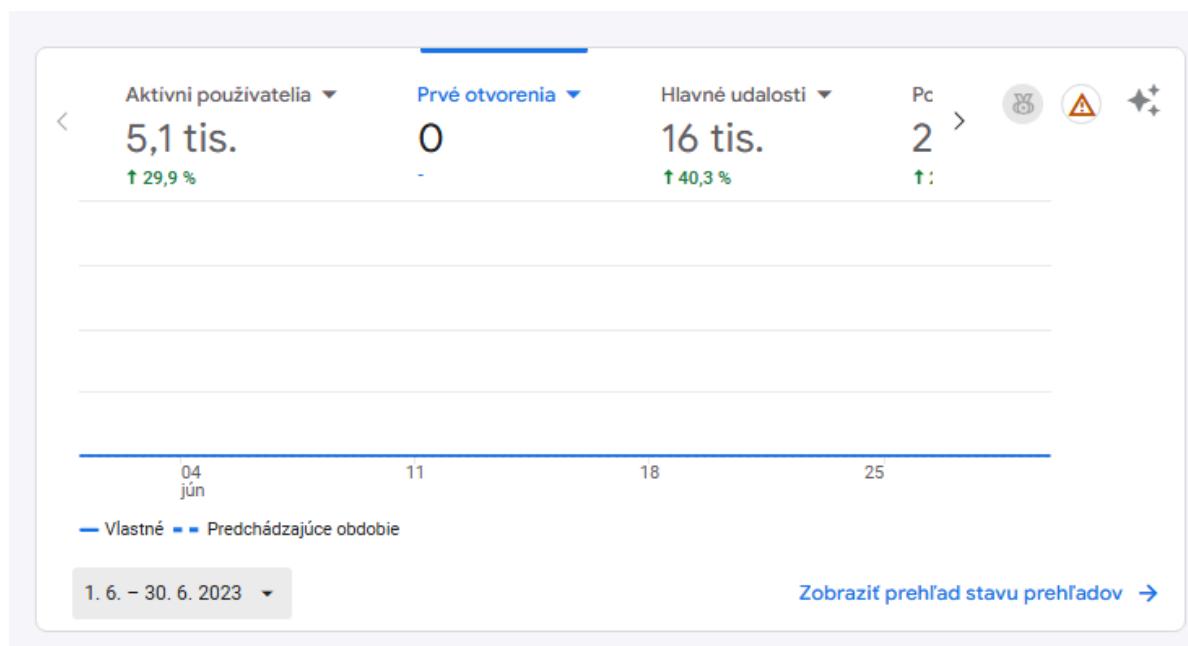
Rast návštěvnosti

Výsledky tejto snahy sú jasne viditeľné v porovnaní dát z rokov 2019 a 2023–2025.

Porovnanie kľúčových období:

- **Bod zlomu (jún 2023):** Web dosiahol rekordných **5,1 tisíc aktívnych používateľov**, čo predstavuje **152 % nárast** oproti novembru 2019.
- **Udržateľnosť rastu:** Aj v obdobiach bez extrémnych píkov si web udržiava vysoký štandard. V marci 2024 to bolo **3,3 tisíc používateľov** a v októbri 2025 stabilných **3,6 tisíc**.
- **Engagement (Interakcie):** Počet „Hlavných udalostí“ (kľúčových interakcií na webe) sa zvýšil z pôvodných ~5 000 na **14 000 až 16 000 mesačne**. To znamená, že SEO priviedlo nielen viac ľudí, ale aj relevantnejších čitateľov.

Jún 2023



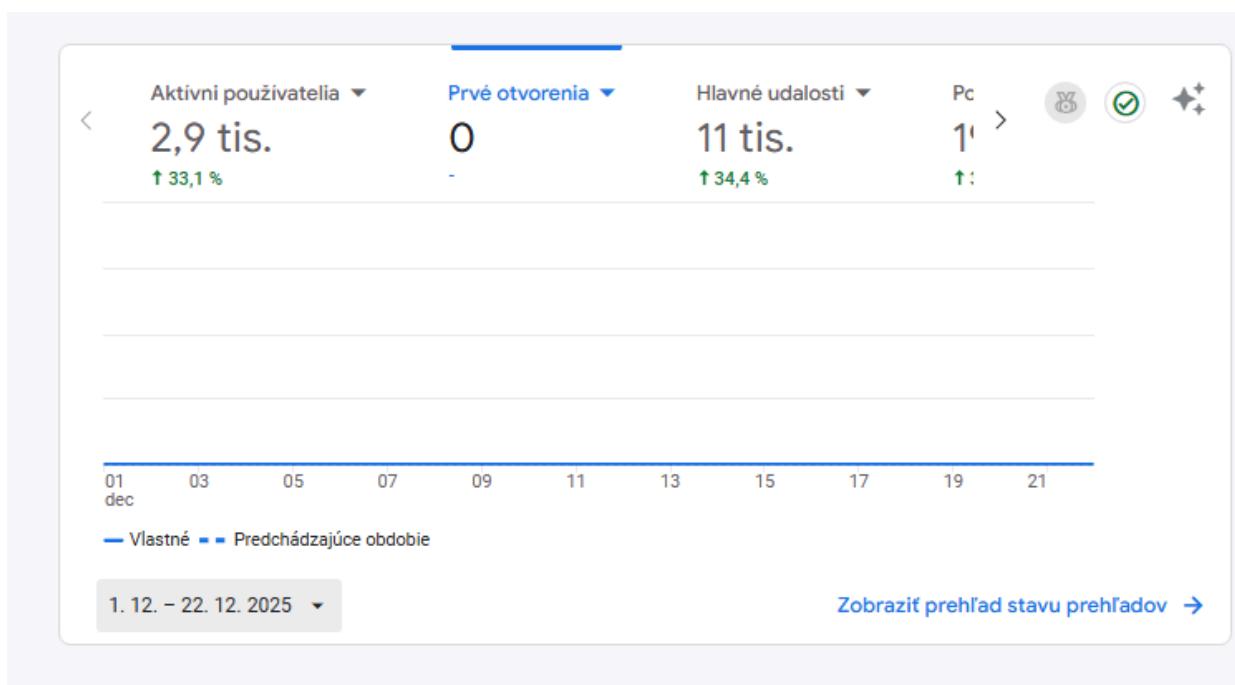
SEO ako beh na dlhú trat'

Prípadová štúdia Metalmania-Magazín ukazuje, že ani desaťročná história a tisíce článkov nie sú zárukou úspechu v modernom vyhľadávaní, ak web ignoruje technické štandardy a UX.

Hlavné piliere úspechu:

- Vzdelávanie:** Pochopenie základov SEO zmenilo pohľad na tvorbu contentu.
- Technická hygiena:** WebP obrázky, Rank Math a čistý kód sú základom pre Google.
- Dátová analýza:** GSC nie je len štatistika, ale návod na to, čo písat.
- UX nadovšetko:** Odstránenie prekážok (ako abecedný zoznam) zvýšilo retenciu používateľov.

Dnes je Metalmania-Magazín živým dôkazom, že so správnou stratégiou môže aj špecializovaný hudobný web konkurovať v prvej línii výsledkov vyhľadávania.



Súčasný stav a ďalší vývoj

Optimalizácia webu nekončí dosiahnutím stabilného organického rastu. V súčasnosti sa pozornosť sústredí na dve oblasti, ktoré výrazne ovplyvňujú budúcu viditeľnosť webu vo vyhľadávačoch.

Core Web Vitals a technická stabilita

Jednou z priorít je udržiavanie webu v súlade s metrikami Core Web Vitals. Cieľom nie je honba za dokonalými skóre, ale zabezpečenie rýchleho načítania, vizuálnej stability a plynulej interakcie pre používateľov.

Viditeľnosť v AI vyhľadávaní a generatívnych odpovediach

Popri klasickom SEO sa web postupne objavuje aj v kontexte AI vyhľadávania a generatívnych odpovedí. Hoci v súčasnosti neexistuje presný návod ako cielene optimalizovať pre AI vyhľadávače.

Pri testovaní AI vyhľadávania v anonymnom režime sa pri dopytoch ako „metalové koncerty na Slovensku“ Metalmania-Magazín objavuje medzi odporúčanými zdrojmi.

The screenshot shows a search results page from a web browser. The search query is "metalove koncerty košice". The results are filtered by "Všetko" (All) and show two main sections: "Prehľad od AI" (AI Summary) and "Nadchádzajúce a plánované akcie:" (Upcoming and planned events:).

Prehľad od AI

V Košiciach sa metalové koncerty organizujú najmä v [Colosseum Club](#), kde sa plánujú akcie ako [Colossalyst](#), [Orkrist](#) a [Khadaver](#) (31.1.2026) a aj veľké mená ako [Kataklysm](#) s [Vaderom](#) a [Blood Red Throne](#) (7.3.2026), takže sledujte Facebook a web Colosseum Clubu pre aktuálny program, ktorý je centrom metalovej subkultúry. [🔗](#)

Nadchádzajúce a plánované akcie:

- **31. januára 2026 (Sobota):** Colossalyst, Orkrist, Khadaver o 17:30 v Colosseum Club.
- **7. marca 2026 (Sobota):** Kataklysm (Freedom or Death Tour 2026) s hostami Vader a Blood Red Throne v Colosseum Club. [🔗](#)

Kde hľadať ďalšie info:

- **Colosseum Club:** Ich [Facebook](#) a [oficiálny web](#) sú najlepším zdrojom nadchádzajúcich metalových eventov v Košiciach.
- **Metalmania-Magazín:** Sledujte ich tag pre aktualizácie o metalových koncertoch. [🔗](#)

Uistite sa, že kontrolujete tieto zdroje častejšie, keďže koncertná sezóna sa prípravuje aj na rok 2026!

The right side of the screenshot displays three recommended cards from Metalmania-Magazín:

- Metalové koncerty Košice | Metalmania-Magazín**: Includes a thumbnail of a concert stage and the text "Colossalyst, Orkrist, Khadaver; 31.1.2026; Colosseum Club – Košice. PREMIÉRA..."
- Colosseum Club Košice | Kosice**: Includes a thumbnail of a person and the text "30. 10. 2025 — sk KOŠICE... STE..."
- Colosseum Club Košice – Where subculture lives**: Includes a thumbnail of three people and the text "Fanúšikovia sa môžu tešíť na koncerty plné známych skladieb a neopakovateľnej atmosféry..."

Záver

Táto case study dokumentuje praktický prístup k SEO a UX optimalizácii obsahového webu v prostredí, kde neexistoval rozpočet na reklamu ani kompletný technologický reštart.

Z pohľadu digitálneho marketingu ide o príklad, ako možno kombináciou dát z Google Search Console, úprav informačnej architektúry a zlepšenia čitateľnosti dosiahnuť dlhodobý organický rast.