**W poniedziałek do kawy ☕ polecamy ciekawy artykuł z naszej bazy wiedzy. Tym razem Paulina Bajorowicz zajęła się tematem duplicate content 📄📄. Mamy z nim do czynienia, gdy identyczne lub bardzo podobne treści znajdują się w różnych miejscach w Internecie.**

**W poniedziałek do kawy ☕ polecamy ciekawy artykuł z naszej bazy wiedzy. Tym razem Paulina Bajorowicz zajęła się tematem duplicate content 📄📄. Mamy z nim do czynienia, gdy identyczne lub bardzo podobne treści znajdują się w różnych miejscach w Internecie.**

**Zduplikowana treść, zwłaszcza na naszej własnej stronie, to trochę jak serwowanie tego samego dania na każdy posiłek. Tekst szybko „przeje się” naszym użytkownikom, a może nawet ich zirytuje. Dodatkowo Google może wyświetlać w wynikach wyszukiwania 🔎 nie tę stronę, na której faktycznie nam zależy przy określonym zapytaniu.**

**Jeszcze gorzej, jeżeli tekst skopiowaliśmy z cudzej strony, lub to ktoś podkradł ją z naszej. Tego rodzaju duplikacja może wpłynąć na autorytet i wiarygodność witryny, ponieważ wyszukiwarka może mieć problem z ustaleniem oryginalnego źródła treści lub z priorytetyzacją stron.**

**Z naszego artykułu dowiesz się m.in. jak uniknąć duplikacji i co zrobić jeśli już do niej dojdzie. Paulina Bajorowicz podpowiada, jak zidentyfikować duplicate content i wskazać Google, która treść jest preferowana, czyli oryginalna. 👇**

W poniedziałek do kawy ☕ polecamy ciekawy artykuł z naszej bazy wiedzy. Tym razem Paulina Bajorowicz zajęła się tematem duplicate content 📄📄. Mamy z nim do czynienia, gdy identyczne lub bardzo podobne treści znajdują się w różnych miejscach w Internecie.

Zduplikowana treść, zwłaszcza na naszej własnej stronie, to trochę jak serwowanie tego samego dania na każdy posiłek. Tekst szybko „przeje się” naszym użytkownikom, a może nawet ich zirytuje. Dodatkowo Google może wyświetlać w wynikach wyszukiwania 🔎 nie tę stronę, na której faktycznie nam zależy przy określonym zapytaniu.

Jeszcze gorzej, jeżeli tekst skopiowaliśmy z cudzej strony, lub to ktoś podkradł ją z naszej. Tego rodzaju duplikacja może wpłynąć na autorytet i wiarygodność witryny, ponieważ wyszukiwarka może mieć problem z ustaleniem oryginalnego źródła treści lub z priorytetyzacją stron.

Z naszego artykułu dowiesz się m.in. jak uniknąć duplikacji i co zrobić jeśli już do niej dojdzie. Paulina Bajorowicz podpowiada, jak zidentyfikować duplicate content i wskazać Google, która treść jest preferowana, czyli oryginalna. 👇