

A végleges ellenőrzőlista: 21 kérdés, amit fel kell tenned egy SEO ügynökségnek, mielőtt aláírsz

Egy SEO ügynökség kiválasztása az egyik legfontosabb marketing döntés, amit meghozhatsz. Egy jó partnerrel az egekbe szökhet a bevétel, egy rosszal viszont csak az idődet és a pénzedet égeted.

Ez az ellenőrzőlista a te titkos fegyvered. Használd a tárgyalások során, hogy kiszűrd a sarlatánokat, és megtaláld azt a partnert, aki valóban az üzleti céljaidért dolgozik. Ne elégedj meg a felszínes válaszokkal – a részletekben rejlik az ördög (és a profit).



I. RÉSZ: Stratégia és Üzleti Célok

Ezekkel a kérdésekkel felmérheted, hogy az ügynökség az üzleti eredményeidre fókuszál-e, vagy csak a technikai részletekben vész el.

1. Hogyan kapcsoljátok össze a SEO stratégiát a konkrét üzleti céljaimmal (pl. árbevétel-növekedés, lead generálás)?

- *Mire figyelj:* A jó válasz a konverzióról, a ROI-ról és az üzleti KPI-okról szól, nem csak a helyezésekről és a forgalomról.

2. Milyen folyamatot követtek a kulcsszó kutatás és a versenytárs-elemzés során?

- *Mire figyelj:* Keress olyan válaszokat, amik említik a keresési szándék (search intent) elemzését, a long-tail kulcsszavakat és a "content gap" analízist.

3. Hogyan határozzátok meg a célközönségünket és az ő online viselkedésüket?

- *Mire figyelj:* Egy profi ügynökség nem csak kulcsszavakat, hanem felhasználói perszónákat is elemez, hogy megértse, mi motiválja a vásárlóidat.

4. Hogyan integráljátok a mesterséges intelligenciát (MI) a stratégiánkba, és hol látjátok az emberi szakértelem szerepét?

- *Mire figyelj:* Az MI egy eszköz a kutatásra és adatelemzésre, de a stratégiai döntéseket és a kreatív tartalmakat emberi szakértőnek kell felügyelnie.

II. RÉSZ: Munkamódszer és Technikai Hozzáértés

Itt derül ki, hogy a gyakorlatban mennyire profik. A "hogyan" legalább annyira fontos, mint a "mit".

5. Pontosan mit tartalmaz egy technikai SEO auditotok? Milyen eszközöket használtok hozzá?

- *Mire figyelj:* A válasznak tartalmaznia kell olyan elemeket, mint a Core Web Vitals, indexelhetőség, oldalstruktúra, strukturált adatok. Eszközök: Screaming Frog, Ahrefs, SEMrush.

6. Mi a linképítési filozófiátok? Milyen típusú linkeket szereztek és milyen módszerekkel?

- *Mire figyelj:* A kulcsszó a **minőség a mennyiség felett**. Ha "több ezer linket" ígérnek gyorsan, az egy hatalmas vörös zászló. A jó válasz a releváns, iparági oldalakról, PR cikkekből, vendégblogolásból származó linkekről szól.

7. Hogyan zajlik a tartalomkészítési folyamat? Ki írja a szövegeket, és hogyan biztosítjátok a szakmai hitelességet (E-E-A-T)?

- *Mire figyelj:* Fontos, hogy a szövegírók értsenek a te iparágadhoz, és a tartalom a te márkád hangján szólaljon meg. Az E-E-A-T (Szakértelem, Tapasztalat, Tekintély, Megbízhatóság) említése plusz pont.

8. Tudtok mutatni egy konkrét esettanulmányt egy, a miénkhez hasonló iparágban működő cégtől?

- *Mire figyelj:* Ne elégedj meg egy logóval a weboldalukon. Kérj konkrét számokat: mennyi volt a forgalom előtte, mennyi lett utána, milyen konverziós eredményeket értek el.

9. Hogyan kezelitek a Google algoritmus frissítéseit? Mi a protokoll, ha egy frissítés negatívan érinti az oldalunkat?

- *Mire figyelj:* A proaktív monitoring és a gyors, adatvezérelt reakció a jó válasz. A pánik és a "majd meglátjuk" a rossz.

10. Kik fognak ténylegesen a projektemen dolgozni, és milyen tapasztalattal rendelkeznek?

- *Mire figyelj:* Fontos tudni, hogy egy tapasztalt senior vagy egy junior kolléga kezeli-e majd a fiókot.

11. Milyen eszközöket használtok a mindennapi munkához, és ezek költsége be van-e építve az árba?

- *Mire figyelj:* A professzionális eszközök (pl. Ahrefs, SEMrush) drágák. Tisztázd, hogy ezek díját tartalmazza-e az ajánlat.



III. RÉSZ: Riportolás és Kommunikáció

A jó partnerség alapja a transzparens kommunikáció és a közös célok követése.

12. Milyen kulcsfontosságú teljesítménymutatókat (KPI) követték, és miért pont azokat?

- *Mire figyelj:* A válasznak túl kell mutatnia a helyezéseken. Fókuszáljon az organikus forgalomra, a konverziókra, a látogatói viselkedésre és a ROI-ra.

13. Milyen gyakran és milyen formában kapok riportokat? Kérhetek egy mintariportot?

- *Mire figyelj:* Egy jó riport közérthető, vizuális (pl. Looker Studio) és az üzleti céljaidra fókuszál.

14. Ki lesz a dedikált kapcsolattartóm, és milyen csatornákon (email, telefon, Slack) érhetem el?

- *Mire figyelj:* Fontos, hogy legyen egy dedikált személy, aki ismeri a projektedet és felelősséget vállal érte.

15. Milyen rendszerességgel tartunk stratégiai megbeszéléseket a haladásról és a következő lépésekről?

- *Mire figyelj:* A havi vagy negyedéves stratégiai meeting elengedhetetlen a közös irány tartásához.

16. Hogyan mérjük a SEO befektetés megtérülését (ROI)?

- *Mire figyelj:* Egy profi ügynökségnek van módszere arra, hogy összekösse az organikus forgalom növekedését a tényleges bevételi adatokkal.

IV. RÉSZ: Szerződés és Árazás

Az üzleti feltételek tisztázása megelőzi a későbbi félreértéseket.

17. Milyen árazási modellekkel dolgoztok (havi díj, projektalapú, sikerdíj)?

- *Mire figyelj:* Győződj meg róla, hogy érted az egyes modellek előnyeit és hátrányait a te helyzetekben.

18. Mit tartalmaz pontosan a havi díj, és milyen feladatok jelentenek extra költséget?

- *Mire figyelj:* Kérdezz rá a rejtett költségekre! A tartalomírás, a linképítési költségek vagy a webfejlesztői munkák díja általában külön tétel lehet.

19. Milyen hosszú a szerződés időtartama, és mik a felmondási feltételek?

- *Mire figyelj:* Kerüld a hosszú, 1-2 éves hűségidőt. Egy magabiztos ügynökség 3-6 hónapos, vagy rugalmasabb szerződést is mer kötni.

20. Kié a létrehozott tartalom és a megszerzett linkek, ha az együttműködésünk véget ér?

- *Mire figyelj:* A válasznak egyértelműen annak kell lennie, hogy minden a tiéd. Ez az iparági standard.

21. Hogyan biztosítjátok az átláthatóságot a munkavégzés és az elszámolás terén?

- *Mire figyelj:* Kérdezz rá, hogy kapsz-e hozzáférést a projektmenedzsment eszközhöz, vagy látod-e, hogy pontosan milyen feladatokon dolgoztak egy adott hónapban.

Ha egy ügynökség magabiztosan, konkrétumokkal és esettanulmányokkal alátámasztva tud válaszolni ezekre a kérdésekre, jó úton jársz. Ne feledd, nem a legolcsóbb vagy a legnagyobbat ígérő partnert keresed, hanem azt, aki a leginkább megérti az üzletedet és bizonyíthatóan képes eredményeket szállítani.

Mi készen állunk a kérdéseidre. És te?

Ha szeretnéd, hogy egy profi, adatvezérelt csapat segítsen a növekedésben, vedd fel velünk a kapcsolatot egy ingyenes, 30 perces stratégiai konzultációra.

[Kérem az Ingyenes Konzultációt!](#)