

# Check-up Strony Www

Bezpieczeństwo, Zaufanie i Widoczność

Firma przykładowa

<https://www.firma-przykladowa.pl/>

10/07/2026 - Analiza zewnętrzna i nieinwazyjna

**Klient:** Firma przykładowa

**Analizowana strona:** <https://www.firma-przykladowa.pl/>

**Data:** 10/07/2026

**Rodzaj kontroli:** Analiza zewnętrzna i nieinwazyjna

**Przygotował:** Juri

## 1. Podsumowanie w prostych słowach

Ten publiczny przykład ma pokazać format check-upu: krótki, konkretny raport, czytelny nawet dla kogoś, kto nie zajmuje się stroną na co dzień. W tym przypadku strona komunikuje działalność dość jasno, ale traci coś na urządzeniach mobilnych i w jasności ścieżki kontaktu; ma też kilka prostych punktów technicznych do sprawdzenia przez webmastera.

W skrócie: celem nie jest udowodnienie, że strona jest "bezpieczna" czy "zgodna z przepisami", lecz wskazanie w praktycznej kolejności, co warto naprawić najpierw, by nie tracić zaufania, czytelności i zapytań.

## 2. Tabela priorytetów

Problem	Wpływ	Priorytet	Kto to naprawia
Teksty drugorzędne słabo czytelne na mobile	Część użytkowników z trudem czyta opisy i przydatne szczegóły na smartfonie	Wysoki	Webmaster / frontend
Główne CTA niejasne	Część odwiedzających nie rozumie od razu, jak się skontaktować lub poprosić o wycenę	Średni	Właściciel / webmaster
Brak podstawowych nagłówków przeglądarki	Konfiguracja techniczna przekazuje mniej wiarygodności niż powinna	Niski	Webmaster / hosting

## 3. Główne ustalenia

### Ustalenie 1 - Teksty drugorzędne słabo czytelne na mobile

#### Co zauważyłem

Strona główna pozostaje użyteczna na telefonie, ale niektóre opisy i teksty drugorzędne mają słaby kontrast i mały rozmiar czcionki względem tła.

#### Dlaczego to ważne

Część odwiedzających wchodzi ze smartfona i w ciągu kilku sekund decyduje, czy zostać, czy wyjść: jeśli tekst trudno się czyta, spada jasność oferty.

### **Co zrobić**

Zwiększyć kontrast, rozmiar i odstępy tekstów drugorzędnych w najważniejszych sekcjach informacyjnych, a następnie ponownie sprawdzić stronę główną na prawdziwym smartfonie.

### **Kto to naprawia**

Webmaster / frontend

## **Ustalenie 2 - Główne CTA niejasne**

### **Co zauważyłem**

Strona dobrze prezentuje działalność, ale kolejny użyteczny krok nie wybrzmiewa od razu: odwiedzający musi sam zorientować się, czy zadzwonić, napisać, czy poprosić o wycenę.

### **Dlaczego to ważne**

Gdy CTA nie jest jednoznaczne, część wizyt pozostaje bierna i nie zamienia się w kontakt.

### **Co zrobić**

Zastąpić ogólne CTA bardziej precyzyjnym zaproszeniem i powtórzyć je w kluczowych miejscach strony, zostawiając telefon i formularz łatwe do znalezienia.

### **Kto to naprawia**

Właściciel odpowiada za treść, webmaster za pozycję i styl

## **Ustalenie 3 - Brak podstawowych nagłówków przeglądarki**

### **Co zauważyłem**

Kontrola zewnętrzna pokazuje brak niektórych typowych nagłówków hardeningowych przeglądarki, takich jak `X-Content-Type-Options` i `Referrer-Policy`.

### **Dlaczego to ważne**

To nie jest sygnał alarmowy, ale wskazuje na konfigurację techniczną możliwą do poprawy na stronie, która ma przekazywać wiarygodność.

### **Co zrobić**

Poprosić webmastera lub dostawcę hostingu o sprawdzenie głównych podstawowych nagłówków po stronie serwera lub CDN, bez zmieniania niczego innego na stronie.

### **Kto to naprawia**

Webmaster / hosting

## **Ustalenie 4 - Zbyt ogólny title i opis SEO**

### **Co zauważyłem**

Strona główna ma title, ale jest on mało konkretny w odniesieniu do usługi i lokalizacji, a meta description niewystarczająco zachęca do kliknięcia w wynikach wyszukiwania.

## Dlaczego to ważne

Strona jasna również dla Google zaczyna lepiej: pomaga to zarówno widoczności, jak i odbiorowi usługi jeszcze przed otwarciem strony.

## Co zrobić

Przepisać title i meta description strony głównej, uwzględniając działalność, obszar geograficzny i główną korzyść, zachowując prosty ton.

## Kto to naprawia

Właściciel odpowiada za tekst, webmaster za aktualizację

# 4. Szybkie poprawki

1. Zwiększyć kontrast i czytelność tekstów drugorzędnych na mobilnej stronie głównej.
2. Uczynić główny przycisk kontaktu lub wyceny bardziej jednoznacznym.
3. Poprosić webmastera o sprawdzenie głównych podstawowych nagłówków przeglądarki.

# 5. Najważniejszy załącznik techniczny

Dowód	Wynik w skrócie	Kto działa
Strona główna mobile	Użyteczna, ale czytelność tekstów drugorzędnych do poprawy	Webmaster
Ścieżka kontaktu	Obecna, ale CTA wymaga większej jasności	Właściciel / webmaster
HTTPS	Aktywne, bez widocznych ostrzeżeń	Brak pilności
Nagłówki przeglądarki	Brakuje niektórych podstawowych nagłówków	Webmaster / hosting
SEO strony głównej	Title i description do doprecyzowania	Właściciel / webmaster

# 6. Uwaga końcowa

Ten raport jest zanonimizowany i nie opisuje prawdziwej firmy. Służy wyłącznie pokazaniu formatu dostarczanego materiału i poziomu jasności, jaki otrzymuje klient.