AUDYT SEO | WYCENA I ZAKRES

Cena audytu SEO to suma kilku odrębnych prac, nie jedna liczba

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: wrzesień 2026 · Czas czytania: ok. 4 min

Przedziały cenowe audytów SEO wahają się od kilkuset do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Różnica nie wynika z marży agencji, lecz z zakresu prac. Ten artykuł rozkłada koszt na składowe, pokazuje, co wchodzi w każdy przedział i po czym poznać, czy wycena jest adekwatna do problemu.

Cztery składowe, które tworzą cenę audytu

Audyt SEO to nie jeden dokument. To zestaw analiz, które mogą być realizowane razem albo osobno, zależnie od tego, co jest źródłem problemu. Zanim porównasz oferty, sprawdź, co dokładnie obejmuje każda z nich — bo te same słowa mogą oznaczać zupełnie różny zakres pracy.

Analiza widoczności organicznej	Sprawdzenie pozycji w wynikach wyszukiwania dla wybranych zapytań, historii widoczności i porównania z konkurencją. Narzędzia: Semrush, Ahrefs, Search Console. Orientacyjny czas: 4–8 godzin roboczych. To punkt wyjścia każdego rzetelnego przeglądu.
Analiza techniczna strony	Crawl witryny, identyfikacja błędów indeksowania, problemów ze strukturą URL, duplikatów treści, problemów z Core Web Vitals. Im większy serwis, tym więcej https://poradnik-pingowanie-seo.trexgame.net/strategia-content-marketingu-od-celu-biznesowego-do-kalendarza-tresci godzin. Uwaga: audyt techniczny serwera to osobne zagadnienie — wymaga dostępu do logów i innej metodyki.
Optymalizacja treści SEO i analiza istniejących zasobów	Ocena, które strony generują ruch, które go tracą i dlaczego. Weryfikacja pokrycia tematycznego, kanibalizacji fraz, jakości nagłówków i meta tagów. Kwestia audytu treści jako osobnego procesu ma własny artykuł w tej serii — tu liczy się tylko wycena tego zakresu jako składowej.

Analiza profilu linków i autorytetu domeny	Ocena skąd i jakie domeny linkują do serwisu, identyfikacja linków szkodliwych, porównanie z konkurencją. Istotna przy starszych domenach, które mogły przejść przez agresywne kampanie link-buildingowe.

Z praktyki (dane uproszczone)

Firma usługowa z Warszawy, serwis ok. 80 podstron, zatrudnienie 12 osób, branża doradcza. Cel: strona jako źródło leadów, nie tylko wizytówka. Dotychczasowe pozycjonowanie prowadzone przez jedną osobę wewnętrznie przez dwa lata. Problem zgłoszony: ruch rośnie, ale zapytania ofertowe nie. Na etapie wyceny audytu okazało się, że ruch pochodzi głównie z fraz informacyjnych bez intencji zakupowej, a strony produktowe praktycznie nie są indeksowane poprawnie. Zakres audytu objął analizę widoczności, przegląd techniczny i ocenę pokrycia lejka sprzedażowego. Łączny koszt: ok. 4 800 zł netto. Efektem nie była natychmiastowa poprawa pozycji — to osobny etap — lecz lista 23 konkretnych zmian priorytetyzowanych według wpływu na KPI marketingowe. Dwa z nich wdrożono w ciągu tygodnia i zdjęły blokadę indeksowania z pięciu kluczowych podstron. Tych dwóch efektów nie da się rozdzielić: usunięcie błędu technicznego i wzrost widoczności tych stron nastąpiły równolegle.

Widełki kosztowe i co faktycznie obejmują

Poniższe przedziały dotyczą audytu jako jednorazowej usługi, bez abonamentu na pozycjonowanie. Ceny są orientacyjne i zależą od wielkości serwisu, branży i dostępności danych historycznych. **Sprawdzisz to dokładniej**, porównując zakres punkt po punkcie z tym, co opisano wyżej jako składowe.

Przedział cenowy Typowy zakres Dla kogo 500–1 500 zł Analiza widoczności, podstawowy crawl, raport z narzędzi bez interpretacji Małe serwisy, wstępna diagnoza przed podjęciem decyzji o współpracy 2 000–5 000 zł Pełna analiza techniczna, widoczność, wstępna ocena treści, priorytety działań Firmy usługowe i B2B, serwisy 20–200 podstron 5 000–12 000 zł Kompleksowy przegląd wszystkich składowych, analiza konkurencji, mapa rekomendacji z szacunkami wpływu na KPI Serwisy e-commerce, rozbudowane portale, firmy z historią działań SEO 12 000 zł i więcej Audyt wieloetapowy, testy A/B, analiza danych z GA4 i Looker Studio, warsztaty wdrożeniowe Duże organizacje, serwisy wielojęzyczne, projekty z długą historią

Najtańsze oferty poniżej 500 zł to najczęściej automatyczne raporty z jednego narzędzia bez żadnej interpretacji. Mają wartość zerową jako podstawa decyzji. Droższe warianty nie

gwarantują lepszych wyników pozycjonowania — gwarantują szerszy zakres diagnozy. To, co zrobisz z rekomendacjami, decyduje o efekcie.

> ✓Sprawdź, czy wycena wymienia konkretne składowe, nie tylko hasło audyt SEO
>
> ✓Zapytaj, ile stron obejmuje crawl i czy limit wpływa na cenę
>
> ✓Ustal, czy analiza treści jest w cenie, czy to osobna pozycja
>
> ✓Zweryfikuj, w jakim formacie dostajesz wyniki: surowy raport czy lista rekomendacji z priorytetami
>
> ✓Zapytaj, czy rekomendacje zawierają szacunki wpływu na KPI marketingowe, np. ruch organiczny, współczynnik konwersji
>
> ✓Sprawdź, czy w zakres wchodzi omówienie wyników i sesja pytań — to czas pracy, który kosztuje
>
> ✓Oceń, czy audyt jest punktem wyjścia do dalszej współpracy, czy samodzielnym produktem — to zmienia jego strukturę

Najczęstsze pytania

1. Czy tańszy audyt oznacza gorszy?

Nie zawsze, ale zależność jest silna. Audyt za 800 zł może być wystarczający dla serwisu z 15 podstronami i prostą strukturą. Ten sam budżet na serwis z 300 podstronami i historią różnych działań SEO nie pozwoli na rzetelną diagnozę. Pytaj o zakres, nie porównuj samej ceny.

2. Jak długo trwa audyt i kiedy widać pierwsze efekty?

Czas realizacji zależy od zakresu: od 3 dni dla podstawowej analizy do 4–6 tygodni przy kompleksowym projekcie. Efekty widoczne w wynikach wyszukiwania pojawiają się dopiero po wdrożeniu rekomendacji — zwykle po 6–12 tygodniach od zmian technicznych, dłużej przy treściach. Audyt sam w sobie nic nie zmienia w Google.

Chcesz wiedzieć, jaki zakres audytu pasuje do Twojej sytuacji?

Boostwave ocenia serwis przed wyceną i wskazuje, które składowe mają sens dla Twojego celu — bez pakietów na zapas.: **Porozmawiaj o audycie**

Transparentność treści (AI): Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy

zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act). · https://boostwave.pl