WYBÓR AGENCJI | WERYFIKACJA PRZED UMOWĄ

Jak sprawdzić agencję SEO przed podpisaniem umowy — pytania, które musisz zadać

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: sierpień 2026 · Czas czytania: ok. 5 min

Podpisujesz umowę z agencją SEO i przez kilka miesięcy nie masz pewności, czy pieniądze pracują na Twój biznes. Żeby tego uniknąć, musisz zadać konkretne pytania jeszcze na etapie ofertowania. Ten artykuł daje Ci gotową listę — z wyjaśnieniem, czego szukać w odpowiedziach i jakie sygnały powinny Cię niepokoić.

Co tak naprawdę kosztuje współpraca z agencją SEO

Zanim przejdziesz do pytań weryfikujących kompetencje, musisz rozumieć strukturę kosztów. Agencje wyceniają inaczej — jedne podają stałą miesięczną opłatę, inne dzielą budżet na retainer i osobne pozycje za treści, linki czy audyt. Bez wiedzy o tym, co zawiera cena, porównujesz jabłka z gruszkami.

Składnik kosztu Orientacyjny zakres (miesięcznie) Co go przesuwa w górę Retainer — obsługa techniczna i strategia 1 500–5 000 zł Złożoność serwisu, liczba podstron, konkurencyjność branży Tworzenie treści (artykuły, opisy) 500–3 000 zł Liczba tekstów, specjalistyczna tematyka, copywriter branżowy Pozyskiwanie linków zewnętrznych 500–4 000 zł Jakość domen, niszowość branży, wymagany wolumen Audyt SEO (jednorazowo) 1 000–6 000 zł Rozmiar serwisu, zakres techniczny, analiza konkurencji Tworzenie lub przebudowa strony 3 000–20 000 zł Technologia, liczba szablonów, integracje Raportowanie i analityka (GA4/Looker) 0–800 zł Często wliczone w retainer — warto sprawdzić wprost

To są przedziały orientacyjne — nie cennik Podane widełki to szacunki oparte na typowych ofertach rynkowych, nie gwarantowane stawki. Cena zależy od zakresu, branży, stanu technicznego serwisu i tego, co agencja wlicza w retainer, a co fakturuje osobno. Zanim porównasz oferty, poproś każdą agencję o rozbicie ceny na składniki — inaczej nie wiesz, za co płacisz.

Pytania, które oddzielają solidne agencje od reszty

Weryfikacja agencji SEO to nie przesłuchanie — to sprawdzenie, czy agencja potrafi wyjaśnić swoją pracę w sposób, który możesz skontrolować. Dobra agencja nie unika trudnych pytań. Jeśli odpowiedzi są ogólnikowe albo rozmowa szybko schodzi na gwarancje pozycji, traktuj to jako sygnał ostrzegawczy. Poniżej znajdziesz pytania pogrupowane według obszarów, które mają znaczenie dla marketing dla właścicieli firm — szczególnie tych, którzy po raz pierwszy wybierają partnera SEO.

> **Trzy odpowiedzi, które powinny Cię zatrzymać Gwarantujemy pozycję nr 1** — nikt nie może tego zagwarantować, bo algorytm Google nie jest pod kontrolą agencji. **Efekty zobaczysz już w pierwszym miesiącu** — organiczne SEO rzadko daje mierzalne wyniki szybciej niż w 4–8 tygodni, a stabilny wzrost widoczności trwa dłużej. **Nie zdradzamy metod, bo to nasza tajemnica** — transparentna agencja wyjaśnia, co robi i dlaczego. Brak przejrzystości w metodach to najczęstszy powód konfliktów po kilku miesiącach współpracy.

Pytania klientów — i co szukać w odpowiedziach

1. Jak agencja mierzy efekty i co znajdzie się w raporcie?

Pytaj o konkretne KPI: ruch organiczny, pozycje dla zdefiniowanych fraz, konwersje przypisane do kanału organicznego, widoczność w Google Search Console. Jeśli agencja mówi tylko o *poprawie wyników* bez wskazania, co dokładnie mierzy i w jakim narzędziu, nie masz podstaw do oceny jej pracy. Dobry raport pokazuje dane z GA4 lub Looker Studio i wyjaśnia, co zmieniło się względem poprzedniego okresu.

2. Co się dzieje z moją stroną i treściami po zakończeniu umowy?

To pytanie ujawnia, czy agencja buduje Twój zasób, czy swój. Treści, które powstaną w ramach współpracy, powinny być Twoją własnością. Linki zewnętrzne pozyskane do Twojej domeny zostają — ale sprawdź, czy agencja nie korzysta z sieci prywatnych blogów (PBN), które mogą stracić wartość lub zaszkodzić domenie po zakończeniu współpracy. Zapytaj też, czy masz dostęp do konta GSC i GA4 na własnym koncie Google — nie tylko przez panel agencji.

3. Jak wygląda umowa z agencją — co obejmuje okres wypowiedzenia?

Umowa z agencją SEO powinna jasno określać: zakres usług, KPI, które agencja bierze pod uwagę, okres rozliczeniowy, warunki wypowiedzenia i to, co dzieje się z zasobami po rozwiązaniu współpracy. Unikaj umów bez możliwości wyjścia przez 12 miesięcy, jeśli agencja nie oferuje żadnych kamieni milowych ani punktów oceny w tym czasie. Standardem rynkowym jest wypowiedzenie z 1–3-miesięcznym okresem.

4. Czy agencja ma doświadczenie w mojej branży lub typie serwisu?

Doświadczenie branżowe nie jest warunkiem koniecznym, ale przyspiesza pracę. Ważniejsze jest, czy agencja potrafi pokazać case study z podobnym typem serwisu — sklep internetowy, serwis lokalny, B2B z długim cyklem sprzedaży. Pytaj o konkretne wyniki: jaki był stan wyjściowy, co zmieniono, co wzrosło i w jakim czasie. Jeśli agencja GEO nie może pokazać żadnych przykładów z powołaniem się na NDA, poproś przynajmniej o opis metodyki dla Twojego przypadku.

Weryfikacja agencji SEO nie kończy się na rozmowie handlowej. Przed podpisaniem umowy przejrzyj też publicznie dostępne informacje: KRS, NIP, adres siedziby. Sprawdź, czy agencja ma własną stronę zoptymalizowaną pod SEO — jeśli pozycjonuje innych, jej własna widoczność to naturalny test kompetencji. Jeśli szukasz szerszego kontekstu dotyczącego **marketing dla właścicieli firm**, warto zapoznać się z tym, jak zmieniają się kanały dotarcia — piszemy o tym osobno.

Osobnym tematem, który celowo pomijamy w tym artykule, są **7 zmian w marketingu** wpływających na to, jak agencje powinny dziś budować widoczność — w tym optymalizacja pod odpowiedzi AI i dane strukturalne. To zagadnienie ma swoje miejsce w innym tekście z tej serii.

Podsumowanie: co zrobić przed podpisaniem umowy

Jak wybrać agencję SEO bez ryzyka? Zadaj pytania o KPI, raportowanie, własność zasobów i warunki wyjścia z umowy — zanim cokolwiek podpiszesz. Porównuj oferty na poziomie składników ceny, nie tylko sumy. Jeśli agencja nie potrafi wyjaśnić, co konkretnie robi i jak to zmierzysz, to sygnał, że albo nie wie, albo nie chce, żebyś wiedział. Pierwszy krok: poproś każdą agencję o rozbicie oferty na pozycje i zapytaj, co dzieje się z Twoją domeną i treściami po zakończeniu współpracy.

Chcesz wiedzieć, co konkretnie zrobimy z Twoją stroną — i jak to zmierzysz?

▶ Przeprowadzamy bezpłatną rozmowę wstępną, podczas której pokazujemy stan Twojej widoczności i proponujemy plan działania na 90 dni z konkretnymi KPI.: **Umów bezpłatną konsultację**

Boostwave to warszawska agencja SEO i marketingowa, która pomaga firmom zamieniać widoczność w Google i odpowiedziach AI w realnych klientów.

ℹ️ **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/

BoostWave - Skuteczne SEO

Jesteśmy ekspertami SEO, specjalizująca się w pomaganiu lokalnym przedsiębiorcom zdobywać TOP3 w Google. Zamiast pustych obietnic, wdrażamy zaawansowany Link Building.

Więcej informacji: https://boostwave.pl

📍 **Adres:** ul. Hoża 86/410, 00-682 Warszawa

📞 **Telefon:** 510 768 987

✉️ **Email:** kontakt@boostwave.pl

⏰ **Godziny otwarcia:**

Poniedziałek - Piątek: 08:00 - 18:00

Sobota - Niedziela: Zamknięte

Skonsultuj się z nami