

Wielojęzyczna strona internetowa

Architektura, hreflang, lokalizacja i formularze

Dobra strona wielojęzyczna nie jest kopią treści w innym języku. To system URL-i, komunikatów, formularzy i pomiaru zaprojektowany pod konkretne rynki.

GrowthWinger / CLAIM WINGER sp. z o.o.

Subject: Checklist for multilingual website architecture and localization.

Keywords: multilingual website, hreflang, SEO, UX, lead forms

Updated: lipiec 2026

Architektura informacji

- 1 Wybierz strukturę URL dla języków i rynków, zanim powstaną treści.
 - 2 Zadbaj o równoległe ścieżki między wersjami oraz czytelny przełącznik języka.
 - 3 Nie twórz pustych wersji językowych jako indexowalnych stron produkcyjnych.
-

SEO techniczne

- 1 Dodaj canonical, hreflang, sitemapę i robots zgodnie z gotowością wersji.
 - 2 Sprawdź metadane i schema dla każdej publicznej strony PL/EN.
 - 3 Zweryfikuj, czy Search Console pobiera sitemapę bez 403 i bez blokady serwera.
-

Lokalizacja copy

- 1 Dostosuj obietnicę wartości do rynku, nie tłumacz dosłownie headline'ów.
 - 2 Przejdź przez formularze, błędy, CTA, FAQ i mikrocopy po każdej zmianie języka.
 - 3 Wyrzuć robocze komunikaty, placeholderzy i wewnętrzny język projektu.
-

Formularze i pomiar

- 1 Wysyłaj locale, origin_path, form_type i market_scope razem z leadem.
- 2 Nie pokazuj fałszywego sukcesu, jeśli endpoint backendu nie jest skonfigurowany.
- 3 Mierz pobrania PDF tylko po zgodzie i tylko wtedy, gdy analytics jest włączony.

Następny krok

Jeżeli checklist pokazuje kilka otwartych decyzji, wyślij krótki brief. Wrócimy z rekomendacją kolejności działań.

<https://growthwinger.com/kontakt/>