WYBÓR AGENCJI | KOSZTY SEO

Ile kosztuje pozycjonowanie strony internetowej i od czego zależy cena?

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

Cena pozycjonowania strony w Polsce waha się od kilkuset do kilkunastu tysięcy złotych miesięcznie — i obie kwoty mogą być uzasadnione. Różnica leży w zakresie, konkurencyjności branży i tym, czego faktycznie potrzebujesz. Ten artykuł rozkłada tę kwotę na czynniki i pokazuje, który wariant pasuje do jakiej sytuacji.

Trzy warianty cenowe: co dostajesz za każdą kwotę

Pytanie *ile kosztuje pozycjonowanie strony* nie ma jednej odpowiedzi — ale ma konkretne widełki. Poniższa tabela pokazuje trzy realne warianty, z którymi spotykasz się na rynku. Kwoty są orientacyjne i oparte na obserwacji ofert agencji działających w Polsce w 2024–2025 roku.

Wariant Miesięczny koszt SEO Co obejmuje Podstawowy (lokalny usługowiec, mała strona) 800–2 000 zł Audyt startowy, optymalizacja on-page, 2–4 teksty miesięcznie, raportowanie Średni (firma usługowa lub mały e-commerce) 2 000–5 000 zł Rozbudowana strategia, link building, content plan, monitoring pozycji, GA4 Zaawansowany (e-commerce, branża konkurencyjna) 5 000–15 000 zł+ Pełny content marketing, agresywny link building, audyty techniczne, raportowanie Looker

To nie są ceny z sufitu. Wariant podstawowy odpowiada realnemu zakresowi pracy przy stronie wizytówkowej w niskiej konkurencji. Wariant zaawansowany to minimum, jeśli walczysz o frazy pokroju *sklep z elektroniką* czy *prawnik Warszawa*. Jeśli agencja oferuje Ci pełne SEO za 300–400 zł miesięcznie — zapytaj, co dokładnie wchodzi w zakres. Zwykle nie wchodzi prawie nic.

Pięć czynników, które realnie zmieniają cenę SEO

Konkurencyjność branży i fraz

Im więcej firm walczy o te same słowa kluczowe, tym więcej pracy potrzeba, żeby się przebić. Fraza *hydraulik Warszawa* to

Stan techniczny strony na starcie

Jeśli strona ma błędy indeksowania, zduplikowane treści lub brakujące dane strukturalne, pierwsze tygodnie idą na

zupełnie inny nakład niż *hydraulik Wesoła*. Agencja, która nie pyta o Twoje frazy przed wyceną, wycenia w ciemno.

naprawę, nie na wzrost. Dobry audyt SEO ujawnia te problemy zanim podpiszesz umowę — i wpływa na cenę pierwszych miesięcy.

Liczba i częstotliwość tworzonych treści

Copywriting to jeden z największych składników kosztu. Dwa teksty miesięcznie to inne pieniądze niż osiem. Zapytaj agencję, ile znaków miesięcznie wchodzi w pakiet i kto je pisze — specjalista z branży czy generyczny autor.

Kiedy tańszy wariant wystarczy, a kiedy przepłacasz za za mały zakres

Wariant podstawowy (800–2 000 zł) sprawdza się, gdy prowadzisz lokalny biznes usługowy, Twoja strona ma do kilkudziesięciu podstron i celujesz w frazy z konkretną lokalizacją — np. *fryzjer Mokotów* albo *księgowa Praga-Południe*. Przy niskiej konkurencji i dobrze zoptymalizowanej stronie pierwsze sygnały wzrostu widać orientacyjnie po 4–8 tygodniach, stabilny ruch pojawia się po 2–4 miesiącach.

Wariant średni (2 000–5 000 zł) to realne minimum dla e-commerce z kilkuset produktami lub firmy B2B, która chce pozyskiwać leady z Google. Tutaj sam content i link building pochłaniają większość budżetu — i słusznie, bo bez nich pozycje nie rosną w konkurencyjnych branżach. Jeśli chcesz lepiej rozumieć terminologię, zanim podpiszesz umowę, przejrzyj 25 pojęć od agencji marketingowej — to skróci rozmowę z każdą agencją o połowę.

Wariant zaawansowany (5 000 zł+) nie jest dla każdego. Jeśli Twój rynek jest ogólnopolski, frazy są bardzo konkurencyjne lub sklep ma tysiące produktów z dynamicznymi kategoriami — mniejszy budżet po prostu nie wyrobi tempa potrzebnego do przebicia się. Pełny potencjał SEO w takich przypadkach widać najwcześniej po 6–9 miesiącach.

Czego nie robić: Nie wybieraj agencji wyłącznie po cenie. Najtańsza oferta często oznacza automatyczne linki z farm, teksty pisane bez znajomości branży i brak raportowania. Efektem bywa nie tylko brak wzrostu, ale kara od Google, którą potem trzeba naprawiać za dodatkowe pieniądze. Zanim podpiszesz umowę, sprawdź, co dokładnie wchodzi w zakres — liczba tekstów, linków, audytów, godzin pracy. Jeśli agencja nie potrafi tego wyspecyfikować, nie podpisuj.

Z praktyki (dane uproszczone)

Firma usługowa z Warszawy (branża: remonty) startowała z budżetem 1 800 zł miesięcznie. Strona miała 12 podstron, zerowy profil linków i nieoptymalizowane meta tagi. Po audycie i wdrożeniach technicznych w pierwszych 6 tygodniach widoczność w Google wzrosła o kilkanaście fraz lokalnych. Po 4 miesiącach strona generowała zapytania z organica — wcześniej wszystkie leady szły z poleceń. Nie da się precyzyjnie oddzielić efektu optymalizacji technicznej od efektu nowych treści, bo oba działały równolegle. Budżet był adekwatny do niskiej konkurencji lokalnej — przy frazach ogólnopolskich ten sam zakres by nie wystarczył.

Najczęstsze pytania

1. Czy cena SEO w Warszawie jest wyższa niż w innych miastach?

Orientacyjnie tak, ale nie dlatego, że agencje z Warszawy mają wyższe stawki godzinowe. Powodem jest wyższa konkurencja na frazy lokalne słownik marketingowy — *cena SEO Warszawa* to droższy rynek niż np. *SEO Białystok*, bo więcej firm walczy o te same pozycje. Sam zakres pracy jest więc większy.

2. Czy miesięczny koszt pozycjonowania jest stały przez cały czas trwania umowy?

Zależy od modelu rozliczeń. Część agencji pracuje na stałym abonamencie, część na zakresie godzinowym lub pakietach treści. Uczciwa umowa określa, co wchodzi w cenę co miesiąc — liczbę tekstów, linków, raportów. Jeśli zakres zmienia się w trakcie, cena powinna to odzwierciedlać, nie być ukryta w aneksie.

3. Ile kosztuje pozycjonowanie lokalne w porównaniu do ogólnopolskiego?

Pozycjonowanie lokalne jest zwykle tańsze, bo celujesz w węższy zestaw fraz i mniejszy obszar geograficzny. Przy dobrze ustawionym profilu Google Business i spójnych danych NAP efekty lokalne często pojawiają się szybciej niż przy kampaniach ogólnopolskich. Orientacyjnie wariant lokalny mieści się w przedziale 800–2 500 zł miesięcznie, zależnie od konkurencji w danej dzielnicy lub mieście. Warto też wiedzieć, czym różni się SEO od SEM, żeby nie mylić tych dwóch kanałów przy porównywaniu ofert.

Jeśli zastanawiasz się, jak agencja powinna raportować postępy i jakie KPI ustalać na starcie, to osobne zagadnienie — wróć do niego po podjęciu decyzji o budżecie. Przy porównywaniu ofert pomocny jest też słownik 25 pojęć od agencji marketingowej, który tłumaczy terminy, jakich agencje używają w umowach.

Podsumowanie

Ile kosztuje pozycjonowanie strony? Realne widełki to 800–15 000 zł miesięcznie, a właściwa kwota zależy od trzech rzeczy: konkurencyjności Twoich fraz, stanu technicznego strony i zakresu treści, których potrzebujesz. Nie szukaj najtańszej oferty — szukaj oferty z jasno określonym zakresem i mierzalnymi efektami. Zanim podpiszesz umowę, poproś agencję o specyfikację: ile tekstów, ile linków, jakie raporty, w jakim cyklu. Jeśli nie potrafi tego podać, to sygnał ostrzegawczy.

Chcesz wiedzieć, ile kosztowałoby pozycjonowanie Twojej strony?

▶ Przeanalizujemy Twoją stronę, branżę i konkurencję, a następnie przygotujemy wycenę z konkretnym zakresem — bez ogólników.: **Zamów bezpłatną wycenę**

Boostwave — agencja marketingowa z Warszawy, która zamienia widoczność w Google i w odpowiedziach AI w realne zapytania od 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

BoostWave to agencja SEO, która pomaga biznesom ze stolicy dominować w wynikach wyszukiwania. Nie oferujemy tanich sztuczek, stawiamy na skuteczne strategie SXO.

Sprawdź nas: 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

Darmowa Wycena SEO