

Google otwiera drzwi dla Instagrama. Od 10 lipca 2025 posty z profesjonalnych kont trafiają do wyników wyszukiwania

Od 10 lipca 2025 roku Google rozpoczęło szerokie indeksowanie publicznych postów z profesjonalnych kont na Instagramie – zdjęć, wideo i rolek. To pierwsza tak duża integracja treści social media z wynikami wyszukiwania, która może całkowicie zmienić podejście marek do widoczności organicznej.

Posty pojawiają się bezpośrednio w wynikach wyszukiwania – najczęściej w formie karuzeli lub siatki zdjęć – pomiędzy klasycznymi wynikami tekstowymi. Google pokazuje je na zapytania, w których kluczowe są obraz, aktualność, inspiracja lub opinia użytkownika.

Nowy format obejmuje szeroką gamę fraz:

- **marki i osoby publiczne** (np. „nowa kolekcja Zara”, „Robert Lewandowski Instagram”),
- **frazy inspiracyjne** (np. „letnie stylizacje”, „pomysły na balkon”),
- **produkty i trendy** (np. „modne sneakersy 2025”, „trendy makijaż”),
- **wydarzenia i aktualności** (np. „relacja z festiwalu X”),
- **miejsca i podróże** (np. „gdzie zjeść w Krakowie”, „co zobaczyć w Rzymie”).

To otwiera nowy rozdział w SEO – posty na Instagramie, wcześniej ograniczone do zasięgów w aplikacji, teraz mogą generować długofalowy ruch z Google.

To jeden z najbardziej przełomowych kroków w integracji social mediów z wyszukiwarką. Dotąd Instagram był zamkniętą platformą z ograniczonym wpływem na SEO – teraz staje się realnym źródłem ruchu organicznego. Dla marek oznacza to, że strategia SEO musi uwzględniać nie tylko treści na stronie, ale też aktywność w social mediach. Optymalizacja altów, hashtagi i spójność wizualna przestają być tylko kwestią estetyki – stają się elementem realnego pozycjonowania w Google — **komentuje Marcin Depa, SEO Specialist w agencji Harbingers**

Jak zwiększyć widoczność postów w Google?

Wraz z tą zmianą, Instagramowe treści zyskują „drugie życie”. Żeby zwiększyć szanse na pojawienie się w wynikach, marki i twórcy powinni zadbać o:

- **dodawanie tekstów alternatywnych (alt)** do zdjęć – to dziś nie tylko kwestia dostępności, ale też sygnał dla wyszukiwarki,
- **strategiczne użycie hashtagów**, które działają jak słowa kluczowe,
- **publikację treści evergreen**, które nie tracą na wartości po kilku dniach – bo teraz mogą żyć w Google miesiącami.

Źródło: [Cemoh – Instagram Posts to Appear in Google Search](#)