

SEO

Search Engine Optimization

Поисковая оптимизация



Структура Ликбеза

1. Что такое SEO
2. Зачем нужно SEO
3. Что нужно для SEO
4. Какой должен быть адекватный сайт, чтобы он нормально был в поисковике

Что такое SEO?

Поисковое Продвижение сайта —

это комплекс мероприятий, направленный на **улучшение позиций сайта по тематическим запросам** в поисковых системах и, как следствие, увеличение количества целевых посетителей

Поисковая оптимизация это процесс редактирования и организации контента на странице или на сайте для увеличения его потенциальной **релевантности** по определенным ключевым словам в определенной поисковой системе. Оптимизация сайта в основном включает редактирование его контента и HTML кода для того, чтобы увеличить релевантность по определенным ключевым словам и чтобы удалить барьеры для процесса индексации поисковыми роботами.

Необходимые термины

- **ПС** – поисковая система – Google, Яндекс, Рамблер, Меил.ру и др
- **Релевантный** – степень соответствия найденной информации запросу пользователя
- **Ранжирование** – процесс выстраивания найденных по запросу пользователя страниц в порядке наибольшего соответствия запросу, то есть по уровню релевантности
- **Метатеги** - это HTML-теги, предназначенные для предоставления структурированных метаданных о веб-странице. Мы сегодня рассмотрим Title и Description
- **Теги H1-H6** – теги заголовков, для разметки текста.
- **Индексирование ПС** - процесс добавления сведений о сайте/странице роботом ПС в базу данных ПС
- **Вебмастер (Google, Яндекс и др)** - это сервис, предоставляющий информацию о том, как индексируются ваши сайты в поисковой система
- **Аналитика (Google Analytics, Яндекс Метрика)** - бесплатные сервисы для создания детальной статистики посетителей веб-сайтов.

Основные источники привлечения посетителей

- Контекстная реклама
- Медийная реклама
- **Поисковое продвижение (SEO)**
- Social Media Marketing (SMM) – продвижение в социальных сетях и блогах
- E-mail маркетинг

Процесс поиска

**КЛИЕНТ С ЖЕЛАНИЕМ
ПОКУПКИ ТОВАРА**



**ПОИСКОВАЯ
СИСТЕМА (ПС)**

Google

купить машину

Нашлось 11 млн. результатов

**ПОИСКОВЫЙ
ЗАПРОС**

Яндекс

Найдётся всё

Нашлось
35 млн.
ответов

купить машину

Найти

Преимущества и недостатки SEO (по сравнению с контекстной рекламой)

- **Преимущества:**

- нахождение в естественной выдаче ПС вызывает доверие у пользователей
- высокий CTR (отношение числа переходов к числу показов), больше посетителей
- дешевле стоимость одного посетителя (в 3-5 раз)
- долговременный эффект
- невозможность «скликивания» бюджета
- эффект по всем ПС

- **Недостатки:**

- большие сроки выхода в топ ПС
- конкретные результаты плохо предсказуемы
- невысокая стабильность результатов

Что нужно для SEO

3 направляющих по продвижению:

- Внутренняя оптимизация
- Внешняя оптимизация
- Поведенческая оптимизация

Внутренние факторы – направлены на оптимизация самого сайта, его контента, его кода.

Внешние факторы – направлены на внешнюю видимость и авторитет сайта

Поведенческая оптимизация – направлена на работу с пользователями на самом сайте.

Внутренние факторы

- Семантика
- Контент
- Дубли страниц и настройка структуры
- Технические настройки
- Перелинковка

Семантика

- Ключевое слово – поисковый запрос, который вводится целевой аудиторией в поисковую систему для поиска необходимых товаров или услуг.
- Семантика - список поисковых запросов. Для сайтов это список ключевых слов, распределенных по страницам сайта:

	А	В	С	Д
1	Категория	Ссылка	Запрос	Частота
2	Главная	http://fire-fly.com.ua/	интернет магазин подарков	1600
3			интернет магазин подарков киев	480
4			интернет магазин подарков украина	390
5			интернет магазин оригинальных подарков	110
6			интернет магазин прикольных подарков	40
7			интернет магазин мелочей	20
8			интернет магазин оригинальных подарков	30
9			интернет магазин мелочей +для дома	10

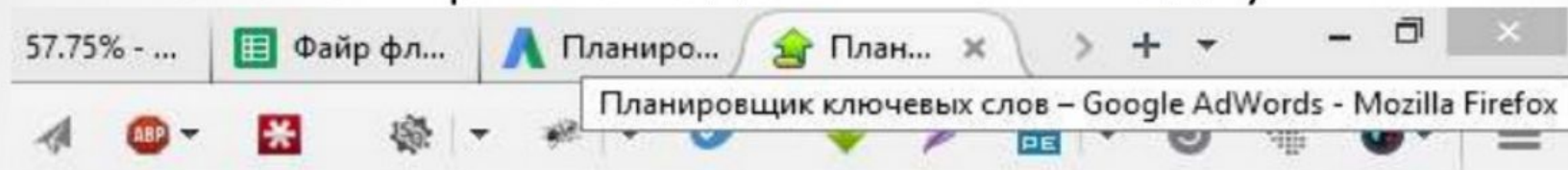
Сбор семантики

- Собираем семантику с помощью сервисов:
 - adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home
 - wordstat.yandex.ru
 - keywordtool.io
- Для сбора мы выделяем первые ключевые (тематика, разделы, вопросы-проблемы)
- Смотрим конкурентов – содержание сайта, структура.
- Выписываем это в структуру сайта (указывает какие категории или страницы нужно еще создать)
- Далее ищем различные синонимы, склонения для каждого слова из списка
- Используем жаргонизмы, варианты слов на иностранных языках.
- Добавляем геопривязку «Украина», «в Украине», «Киев», «в Киеве»
- И все эти варианты заносим в сервисы сбора семантики. В частности мы используем Google, так как им пользуется примерно 70% людей в Украине
- И далее выбираем все что сами придумали +

Контент

Контент состоит из

- Title – заголовок страницы, видит поисковик, видит человек при наведении на вкладку



- Description – описание страницы – виден только в сниппете

Мини шарманка - Интернет магазин оригинальных ...

fire-fly.com.ua > ... > Главная > Прикольные подарки ▾

★★★★★ Рейтинг: 10/10 - 83 голоса - 150,00 € - В наличии

Музыкальная шкатулка ручная - лучшая цена на карманные ручные музыкальные шкатулки, мини шарманки в Киеве и Украине. У нас можно купить ...

- Текст на странице
- Картинки, инфографика, видео

Оптимизация контента

Title

- Должен содержать наиболее важные запросы, по которым продвигается сайт
- Должен быть уникальным (относительно внутренних страниц и относительно всех страниц в мире)
- Должен быть не очень длинным (отображается Google – 70 знаков, Яндекс – 60 знаков) в основном это около 100 СИМВОЛОВ
- Без повторов поисковых запросов
- Максимально соответствовать правилам русского языка
- Состоять из одного предложения – не разрывать пассаж

Пример:

Подарки на 14 февраля - купить лучшие оригинальные подарки на день Валентина, парню и девушке, мужу и жене

Оптимизация контента

Description

- Краткое описание сайта. По сути дополнение того что есть в Title
- Идеальная длинна 150-220 символов
- Должен быть уникальный для каждой страницы
- Писать используя поисковые запросы, но писать красиво для людей.
- По минимуму общих слов, только красивые слова

Пример:

❁ (👁️👁️) ❁ Плюшевый мишка! У нас самые качественные большие плюшевые мишки размером от 1 метра до 200 сантиметров! Лучшие цены в Киеве и Украине - недорогие мишки!

Оптимизация контента

Тексты

- В начале текста должен быть заголовок H1 включающий самый частотный запрос.
- Текст, который легко читать
- Текст без ошибок и поменьше воды
- Разделять текст на логические блоки, каждому блоку писать заголовок, описывающий блок (заголовок H2-H4)
- Для продвигаемых категорий примерно 2000 символов, для Информационных статей примерно 8000 символов, для товаров 500-1000 символов.
- Страница без текста – бессмысленная, ПС ее убирает из индекса
- Оптимизировать текст ключевыми словами. То есть в написанный текст вставляем ключевые слова, но чтоб это было органично. Если написали «У нас можно купить машину», а запрос у вас «купить машину на газу», то вы пишете «У нас можно купить машину на газу.»

Тексты

- Тошнота слова – количество определенного слова, относительно всех других слов. Если каких то слов очень большая частота.

Например:

Кондиционеры встречаются 50 раз

Купить – 42 раза

Цена – 39 раз

комната – 7 раз

прохлада – 5 раз

летом – 4 раза

- То у текста тошнота слишком большая.
- Проверяем тошноту <http://istio.com/rus/text/analyz/>
- Идеальная тошнота не более 5-7 для интернет магазинов, и 8-10 для информ статей
- Вхождение ключевых слов – должны быть прямые и словоформы
- Необходимо использовать синонимы и все тематические слова.
- LSA Латентно-семантический анализ – определяет связи между словами. Знает если текст про БУ машины, там должны быть слова «пробег», «год выпуска» и тд (по тематике)
- В тексте должны быть списки, разные заголовки, выделение жирным центровых слов, курсив и тд. Текст должен быть живой!

Контент

- Картинки должны присутствовать
- Видео тоже
- Инфографика вообще идеал
- Ссылки на другие ресурсы
- Опросники, калькуляторы и тд

Оптимизация контента

Тексты

- ❑ В начале текста должен быть заголовок H1 включающий самый частотный запрос.
- ❑ Текст, который легко читать
- ❑ Текст без ошибок и поменьше воды
- ❑ Разделять текст на логические блоки, каждому блоку писать заголовок, описывающий блок (заголовок H2-H4)
- ❑ Для продвигаемых категорий примерно 2000 символов, для Информационных статей примерно 8000 символов, для товаров 500-1000 символов.
- ❑ Страница без текста – бессмысленная, ПС ее убирает из индекса
- ❑ Оптимизировать текст ключевыми словами. То есть в написанный текст вставляем ключевые слова, но чтоб это было органично. Если написали «У нас можно купить машину», а запрос у вас «купить машину на газу», то вы пишете «У нас можно купить машину на газу.»

