

ВНУТРЕННЯЯ ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ



ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

Одним из важнейших этапов продвижения сайта является поисковая оптимизация (SEO), которая представляет собой комплекс мер по повышению позиции сайта в поисковых системах, и, таким образом, позволяет увеличить его целевую посещаемость.

На позицию сайта в выдаче поисковой системы влияет множество факторов, которые делятся на внешние и внутренние.

ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ

Внутренние факторы определяются самим сайтом (его контентом, структурой, заголовком, количеством и плотностью ключевых слов и т. д. — степенью оптимизации сайта под тот или иной поисковый запрос).

ОСНОВНЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ:

- Название домена. Поисковые системы учитывают наличие ключевых слов в названии домена в виде транслита, английского слова, либо русского слова в русскоязычных доменах. Также учитывается региональная принадлежность домена.
- Заголовок страницы. Должен содержать ключевые слова. Желательно, чтобы они были в той же форме, что и запрос пользователя в поисковой системе (например, если пользователь вводит запрос «большой слон», то страница с заголовком, содержащим фразу «большой слон» при всех прочих равных условиях будет выше, чем страница, в заголовке которой присутствует фраза «большие слоны»). Причём лучше, чтобы эта фраза находилась в начале заголовка. Рекомендуется не превышать 60 знаков содержание элемента title.

ОСНОВНЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ:

- Текст на странице (контент), наличие в нём ключевых слов, которые пользователь набирает в поисковой системе для поиска предоставляемой вами информации.
- Наличие ключевых слов в тексте страницы, соотношение количества ключевых слов к общему количеству слов.
- Выделение ключевых слов заголовками h1, h2.... (заголовок H1 используется только один раз на странице, все остальные подзаголовки выделяются H2 или H3)

ОСНОВНЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ:

- Общее количество ссылок на сайте. При этом нужно разделять все ссылки на внутренние и внешние. Для разных поисковых систем существуют рекомендации по количеству этих ссылок.

ОСНОВНЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ:

- HTML-разметка
 - наличие в коде страницы мета-тегов title, description и keywords.
 - атрибут alt у картинок должен содержать ключевые слова для поиска данной картинки.
 - ссылки должны быть выполнены с помощью тега <a>. Если ссылка выполнена с помощью JavaScript, то такая ссылка поисковой системой не учитывается. Если вы хотите, чтобы она была учтена, необходимо её продублировать обычной HTML — ссылкой.

ОСНОВНЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ:

- HTML-разметка
 - `meta name="revisit-after" content="XXdays"`
 - Сама разметка должна быть по возможности хорошо структурированной и без ошибок.
 - Мета-теги в порядке важности: `title`, `description`, `keywords`.
Содержимое тега `description` отображается некоторыми поисковыми системами как текст под ссылкой на сайт в выдаче (сниппет). Также в сниппет может попасть `title` или один из заголовков страницы, на которую он ссылается, в зависимости от того, какой текст сочтет наиболее релевантным запросу поисковый алгоритм. Содержимое тега `keywords` учитывается при определении соответствия страницы поисковому запросу. В значении атрибута `description` не желательно наличие более 200 знаков. В значении атрибута `keywords` не должно быть более 1000 знаков.

ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА

Внутренняя оптимизация сайта – это комплекс работ над сайтом, направленных на обеспечение соответствия кода и содержимого страниц ресурса требованиям поисковых систем.

Грамотная внутренняя оптимизация нацелена на устранение технических ошибок и улучшение ресурса - ваш сайт становится максимально релевантным (полезным, привлекательным) для поисковиков и пользователей, и как следствие, попадает в ТОП.

ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА



СОСТАВЛЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА

Начать работы по внутренней оптимизации стоит с подбора списка ключевых слов, по которым будет осуществляться продвижение сайта. Важно правильно сформировать семантическое ядро (СЯ) для того, чтобы вы получали из поиска не просто пользователей, а ваших потенциальных клиентов.

Оцените текущую информацию на сайте, составьте список масок ключевых слов, расширьте их, подобрав низкочастотных (нч-), среднечастотных (сч-), высокочастотных (вч-) запросы. Для поиска дополнительных масок, оценки популярности спроса, сезонности того или иного запроса, можно использовать стандартные бесплатные сервисы Яндекс.Вордстат или Планировщик ключевых слов от Google.

ГРУППИРОВКА ЗАПРОСОВ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОЧЕК ВХОДА

Сгруппируйте подобранные ключевые запросы. На одной странице вы можете продвигать несколько ключевых слов. Используйте логическую группировку, а в том случае, когда у вас возникают сомнения о совместимости того или иного запроса друг с другом, прибегайте к анализу сайтов текущего ТОП-10 (ваших конкурентов).

Для каждого ключевого слова или группы слов необходимо определить посадочную (целевую) страницу. Проанализируйте какие страницы сайта сейчас ищутся по группе запросов в поисковых системах.

ГРУППИРОВКА ЗАПРОСОВ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОЧЕК ВХОДА

- Для определения точек входа для высококонкурентных запросов необходимо проанализировать конкурентов и посмотреть, какие страницы находятся в ТОПе*.
- * например, если в первых 20 результатах выдачи по вашему запросу находятся лишь главные страницы сайтов, то вам также стоит выбрать для продвижения главную страницу. Конечно, если запросов много (например, при продвижении портала), то под высокочастотные запросы можно оптимизировать и внутренние страницы.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

При проведении внутренней оптимизации используйте сайты конкурентов для подбора и группировки запросов, анализа и разработки структуры сайта, анализа необходимых элементов (поиск по сайту, как сделан каталог, прайс, характеристики товаров, конструктор, форма подбора, калькулятор кредита и пр.).

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Аудит сайта помогает определить техническую готовность сайта к продвижению и выявить основные ошибки, которые могут мешать индексации и ранжированию вашего ресурса поисковиками.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Главное зеркало сайта** (склеены ли зеркала с www и без www у сайта, какое зеркало является основным).
- **Корректная обработка 404 ошибки.** Если страница не существует или была удалена, необходимо подключение страницы с 404 ошибкой. Важно проверить, чтобы при обращении к ней, ответ сервер был HTTP/1.1 404 NotFound. В противном случае, такая страница может попасть в индекс ПС.
- **Канонические адреса** (rel="canonical"). Позволяет указать основную версию документа для поисковой машины из группы страниц с одинаковым контентом. Некорректное использование может привести к выпадению продвигаемых страниц из индекса.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Настройка ЧПУ на сайте.** «Человеко-понятные» URL используются в оптимизации страниц как для юзабилити, так и для поисковиков.
- **Навигация через скрипты.** Для ссылки на другую страницу сайта применяют тег <a>, что является верным с точки зрения SEO. Но иногда для этого используются и другие технологии, в частности, Flash или JavaScript. По таким ссылкам роботы не переходят, поэтому, если вы хотите, чтобы внутренняя оптимизация сайта приносила эффект, использовать их не стоит. Если этого избежать не удастся, то стоит продублировать такие ссылки при помощи тега <a>.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Удаление битых ссылок.** Не нужно «распылять» вес страницы на материалы с 404 ошибкой и отправлять пользователя/бота на несуществующие URL.
- **Скорость загрузки страницы.** Медленная загрузка страницы негативно влияет на отношение как пользователя, так и поисковика к сайту. Пользователь может уйти, не дождавшись полной загрузки страницы, а поисковый робот может удалить или пессимизировать страницу.
- **Кросс-браузерность.** Для уменьшения показателя отказа пользователями важно понимать как отображаются страницы вашего сайта в разных браузерах и при необходимости внести корректировки в код.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Клоакинг.** Использование различных методов оптимизации, в результате которых поисковые роботы и пользователи видят разное содержимое страниц сайта. Клоакинг считается исключительно «черным» методом оптимизации сайта, с которым борются все без исключения поисковые системы. К одному из методов клоакинга можно отнести скрытый текст на сайте.
- **Регион сайта.** Для ранжирования по геодезическим запросам, сайту должен быть присвоен целевой регион.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Множество редиректов.** Не рекомендуется использование множества редиректов – их можно применять только в том случае, когда это действительно необходимо.
- **Отсутствие технических дублей страниц.** Каждая страница сайта должна быть доступна только по одному физическому адресу, если это не так – необходимо удалить страницу или закрыть её от индексации в robots.txt. Также в адресе страницы не должны содержаться идентификаторы сессий, списки cgi – параметров.
- **Корректное использование тега noindex, атрибута nofollow.** Внутренняя оптимизация подразумевает проверку корректной индексации страниц и ссылок на ресурсе.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Надежный хостинг.** Доступность сайта 24x7, оперативное реагирование хостера на проблему простоя сайта – важная составляющая продвижения.
- **Оптимизация под МУ (Mobile-friendly).** Поиск информации в интернет с помощью смартфонов становится для пользователей обычным делом, поэтому сейчас поисковые машины в мобильной выдаче отдают предпочтение сайтам, оптимизированным под мобильные устройства.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Формирование sitemap.xml.** Карта в формате xml упрощает индексирование сайта поисковиками. Она указывает страницы сайта, время их последнего обновления, частоту обновления и важность индексации относительно других страниц.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ – БАЗОВЫЙ ЭТАП ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Основные моменты, на которые важно обратить внимание, проводя технический аудит:

- **Формирование корректного файла robots.txt.**

ROBOTS.TXT - представляет собой файл в корневой директории сайта, содержащий инструкцию для поисковых роботов.

В файле robots.txt можно ограничить индексацию страниц, которые не должны попасть в выдачу поисковых систем (например, дубли или страницы поиска по сайту), а также указать основное зеркало сайта, скорость сканирования страниц, путь к карте сайта в формате xml.

ROBOTS.TXT

- Если проводится внутренняя оптимизация нового сайта, то, скорее всего, придется создать robots.txt с нуля и разместить его в корневой директории. Сделать это легко – достаточно открыть блокнот и внести в него необходимые директивы. После чего файл необходимо сохранить и загрузить в корневую директорию сайта.

ROBOTS.TXT

User-agent: - указывает, для какого поискового робота предназначены инструкции. Для того чтобы указать инструкцию для всех поисковых систем сразу, необходимо использовать в User-agent «звездочку» - *

Disallow: - указывает, какую директорию сайта не нужно индексировать. Например, закрыть файл или папку от индексации можно, указав следующие директивы:

Disallow:/file.html

Disallow:/папка/

ROBOTS.TXT

Если вы не хотите закрывать от индексации страницы сайта, то достаточно указать следующее:

User-agent:*

Disallow:

ROBOTS.TXT

Для робота Яндекса создается своя секция и указывается основное зеркало сайта с помощью директивы host:

User-agent: Yandex

Disallow:

Host: www.site.ru

ОПТИМИЗАЦИЯ КОНТЕНТА

Текст на странице является одним из самых важных факторов ранжирования. При написании SEO-текстов следует придерживаться следующих правил:

- Объем текста, плотность ключевых слов на странице определяется в результате анализа текстов конкурентов. Помните, что вы пишете, в первую очередь для пользователей, а уже потом для поисковых систем.
- Используйте только уникальный текст. Плагиат не приветствуется поисковыми системами, более того сайт может быть пессимизирован.
- Равномерно распределяйте ключевые слова на странице.
- Пишите тексты в соответствии с запросами пользователей. Пользователь, перешедший по своему запросу на сайт, должен найти то, что искал.
- Контент должен быть высокого качества, полезным и интересным для пользователей.
- Уделите внимание структуре. Текст должен быть читабельным, разбитым на абзацы, списки.

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТА-ТЕГОВ НА СТРАНИЦЕ

```
<head>
```

```
<title>Лидогенерация. Продвижение сайта по лидам и звонкам</title>
```

Лидогенерация. Продвижение сайта по лидам и звонкам

 lead.artox-media.ru ▾

Разработка лендинга и продвижение по лидам: с оплатой за звонки, регистрацию или др. Используйте услуги лидогенерации для вашего бизнеса максимально эффективно!

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТА-ТЕГОВ НА СТРАНИЦЕ

Мета-тег title играет важную роль для поискового робота - он учитывает его при определении содержания страниц.

Рекомендации по составлению мета-тега:

- соответствует содержанию страницы и содержит ключевые слова
- читабельный: имеет смысл, а не набор ключевых фраз
- без переспама
- размещайте ключевые слова в начале тега, а слова из запроса в одном пассаже
- кликабельный и привлекательный: для увеличения CTR
- используйте переформулировки и подсветки в заголовках – это добавит еще больше релевантности вашей странице
- для оптимизации важно, чтобы все страницы имели разные названия в соответствии с их содержанием (уникальный тайтл по отношению к другим страницам сайта и др.сайта).

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТА-ТЕГОВ НА СТРАНИЦЕ

Что касается длины заголовка, то Яндекс показывает в выдаче до 60 символов, учитывает 186 слов, а Google значительно меньше - 12 слов (порядка 70 символов).

Мета-тег Description содержит краткое описание страницы (до 200 символов).

Содержимое тега description может использоваться поисковиками для формирования сниппета*, особенно это актуально в отношении Google.

** сниппет, что в дословном переводе значит «фрагмент» - это часть текста с сайта или с description, которую пользователи видят в результатах выдачи поисковой системы.*



ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТА-ТЕГОВ НА СТРАНИЦЕ

Сниппет очень важен, т.к. только высокие позиции не гарантируют хороший трафик - во многом он зависит от привлекательного сниппета. Кроме того, с усилением влияния поведенческих факторов при ранжировании, содержательный и интересный сниппет является обязательным условием грамотной внутренней оптимизации сайта.

Рекомендации по составлению description:

- длина – 150-200 символов, 1-2 предложения
- читабельный, дополняет title и кратко описывает содержимое страницы
- без переспама
- уникальный по отношению к другим страницам сайта и др. сайтам
- возможность использования спецсимволов ® ☺ ★!
- кликабельный, содержит призыв к действию

ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕГОВ НА СТРАНИЦЕ

- **Тег ALT.** Этот тег позволит провести оптимизацию картинок. В alt необходимо включать текст, описывающий изображение, и в него можно включить ключевые слова – поисковые системы учитывают их при ранжировании сайтов. Кроме того, если у пользователя в браузере отключен показ картинок, то в любом случае он сможет увидеть подпись к ним.
- **Теги H1- H6.** Заголовки H1 является вторым по значимости тегом после мета-тега Title. Он должен включать ключевые слова, но ни в коем случае не представлять собой только их перечисление. В теги H2 – H6 могут быть заключены заголовки абзацев, содержащие ключевые слова. Но на данный момент при ранжировании страниц поисковики не придают большое значение содержанию этих тегов.

ВНУТРЕННЯЯ ПЕРЕЛИНКОВКА СТРАНИЦ

Перелиновка страниц позволяет перераспределить вес на продвигаемые страницы. Кроме того, при продвижении по низкочастотным запросам, а иногда и среднечастотным, внутренняя перелинковка помогает вывести сайт в ТОП без покупки ссылок.

Внутренняя оптимизация сайта подразумевает постоянное развитие ресурса, добавление новых страниц. Например, создайте страницы «Статьи», «Словарь терминов» и проставьте ссылки на продвигаемые страницы. Это добавит им вес и поможет вывести запросы в ТОП.

Для текста ссылок следует использовать ключевые слова не только в прямом вхождении, но и их словоформы и переформулировки.



ВНУТРЕННЯЯ ПЕРЕЛИНКОВКА СТРАНИЦ

Также хороший прием перелинковки – разместить под статьей ссылки на другие интересные материалы сайта. Это поспособствует тому, чтобы клиент провел больше времени на вашем сайте.

Внутренняя оптимизация сайта, сделанная по всем правилам, станет важным шагом к успешному продвижению вашего ресурса в интернете. Но занимаясь продвижением сайта самостоятельно, вы рискуете не только не попасть в желаемый ТОП, но и ухудшить свои позиции. Чтобы грамотно провести оптимизацию сайта и не попасть под фильтры поисковых систем, следует обладать серьезной теоретической базой и большим опытом.

