

Мултиезични сайтове

Иво Апостолов, 11 юни 2010
Интер Експо Център, София
SEO конференция 2010

Кой съм аз и за какво се боря?

ЕЛЕНА
music on-line

Музиката не просто радва хората, тя дава живот и енергия.

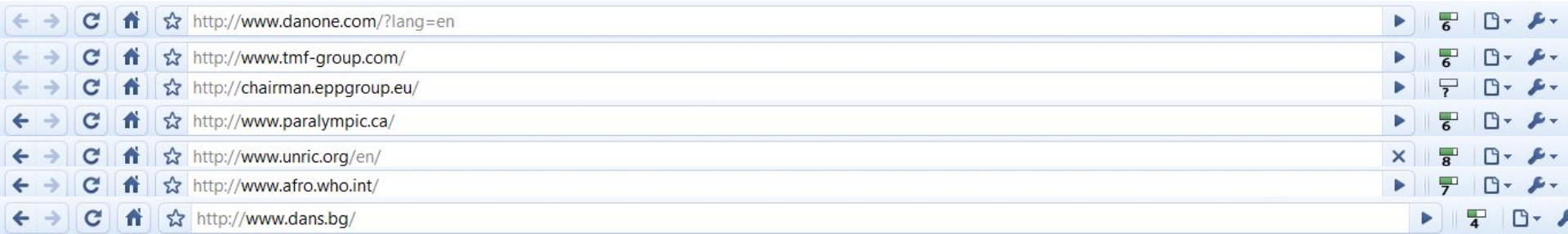
Открийте заедно с музиката своя извор на енергия.

20.07.1999 г.

COUNTER

- Започнал съм от...

Къде се ползва труда ми?



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Държавна агенция "Национална сигурност"

- ▶ Начало
- ▶ За ДАНС
- ▶ Председател на ДАНС
- ▶ Нормативна уредба
- ▶ Парламентарен контрол
- ▶ Мерки срещу изпирането на пари
- ▶ Информация
- ▶ История
- ▶ Сътрудничество
- ▶ Жалби, предложения и сигнали

Достъп до информацията, касаеща изпитанията за изрази на интерес, в качеството на Resource Centre за внедряване на политиката за контрол на тютюна и проект за изграждане на сградата в Регионалния център за Африка, моля, обърнете внимание на следното:

The deadline for submission of EOIs is hereby extended from 31 May until 15 July 2010. The Calls for EOI document and background information on the project can be found on the WHO website

[Call for Expressions of Interest](#)

[Background Information](#)



Upcoming events

- 14 Jun 2010

Featured publications

Strategic Orientations

Как се изгражда сайт на повече от един език?

- Трябва ли ни мултиезичен сайт?
- Изготвяне на workflow, кога, какво се случва? – Usability
- Изготвяне на план за pre-decision – потребителят трябва да мисли колкото се може по-малко
- Формат на адреси, език на адресите, структура на самия сайт

Workflow?!?

- На какъв език се зарежда сайтът при посещение на нов потребител?
- А ако сайтът не е наличен на езика на потребителя?
- Къде във вътрешна страница води връзката за промяна на езика?
- Къде води тя, ако страницата няма превод?
- А ако страницата отваря няколко записа, част от които са преведени, а друга не?

Workflow...

- А ако различните версии имат различна структура?
- А ако различната структура е динамична?
- А ако става дума за регионално съдържание, което е на един език?
- На какъв език се отваря сайтът на завръщаш се потребител?
- А ако потребител с език X, отвори директен линк към страница на език Y?

Pre-decision

- Потребителят трябва да има възможност да прави колкото се може по-малко решения. Така намаля рискът да вземе грешно решение, което ще доведе до бутона X;
- Ако потребителят не може да види нещо, то по-добре въобще да няма възможност да отваря страница, в която да разбере, че това което иска, не е налично;

Pre-decision

- Лишаването на потребителят от възможности за грешка не означава той да бъде лишен от възможност за избор.

Към коя страница да насочваме линковете?

- Ако имате мултиезичен сайт, за който правите линк билдинг, основният въпрос е към кой адрес да пренасочвате – дали към индекс страницата на езика (в зависимост от сайта, от който идва линкът) или просто към индекса?

Най-доброто решение

- Ако имате правилно изграден language determination – най-добрият вариант е да ползвате различни домейни/поддомейни и да насочвате към всеки за конкретният език. Защо?

Google.fr (виж мета описанието на първият резултат) изкарва френската версия на сайта при търсене за Danone

Google.com изкарва същите резултати + резултатите на английски език под него

Адресът и в двата случая е един и същ, сайтът е един и същ

Въпреки това, в който и Google да натиснете върху връзката, самият сайт ще отвори езиковата версия според default езика на Вашия браузър (или IP).

Ако се ползваха обаче отделни домейни/поддомейни, резултатът би бил два индексирани сайта, всеки за конкретния език.

Решения за WP, Joomla!, Drupal

- qTranslate – WordPress
- Joom!Fish – Joomla!
- I18n – Drupal или вградената мултисайт функция

Автоматизирани преводи

- Ниско качество на превода, неприятно усещане за потребителя
- Да се избягва ако сайтът е с бизнес цел
- Няма никакъв положителен ефект върху SEO (преведените страници не се индексират)
- Има смесени приложения, които имат много добър SEO ефект (сателити)

Събдомейн, папка, домейн?

- Най-добрият вариант от SEO гледна точка е отделен домейн, по възможност национален.
- Следва под-домейн.
- Следва папка.
- Най-лошият вариант е променлива в адреса.

ХОСТИНГ?

- Отделен за всеки език или един?
- Технологично би било трудно при ползване на система, която управлява съдържанието централизирано, да има отделен хостинг.
- Най-важното е хостингът да е бърз и добър.

Избор на език на начална страница

Автоматизирайте го:

- По език на браузъра
- По IP на потребителя

... това обаче няма пряко отношение към SEO, независимо дали ползвате landing.

- Landing page е допълнително време на потребителя, в което да затвори прозореца, преди да се запознае с това, което предлагате.

Малки тайни

- Не ползвайте друп-дауни за смяна на езика: по-трудно се индексират;
- Създайте “регионални страници”, за да имате повече съдържание (пример “австрийска” версия на сайта);
- Ползвайте fallback language;
- Ползайте местните езици в адресите (кирилица за български);

Още по-малки тайни

- Дефинирайте правилно езика на страницата във въвеждащия XML
- Ползвайте мета таг, за да помогнете на търсачките относно езика на съдържанието

```
<meta http-equiv="content-language"  
      content="en, us">
```

- Превеждайте дори незначителни подробности от шаблони и съдържание (alt, title)

Последващ превод

- Индексира се значително по-бързо
- При правилно кодирани страници, до голяма степен печели от силата на съдържанието до момента
- Колкото повече езици... толкова повече вътрешни връзки в сайта
- Избягвайте непреведени текстове, ползвайте fallback

Най-важното, когато
изграждате мултиезичен сайт
е...

...да питате, когато не сте сигурни 😊

Въпроси?

Джумла! Ден

Ако искате да се запознаете с Джумла!
Посетете Джумла! Ден 2010 на 26 и 27
юни във ВТУ Тодор Каблешков в
София!!!

Повече подробности на:

<http://den.joomla-bg.com>