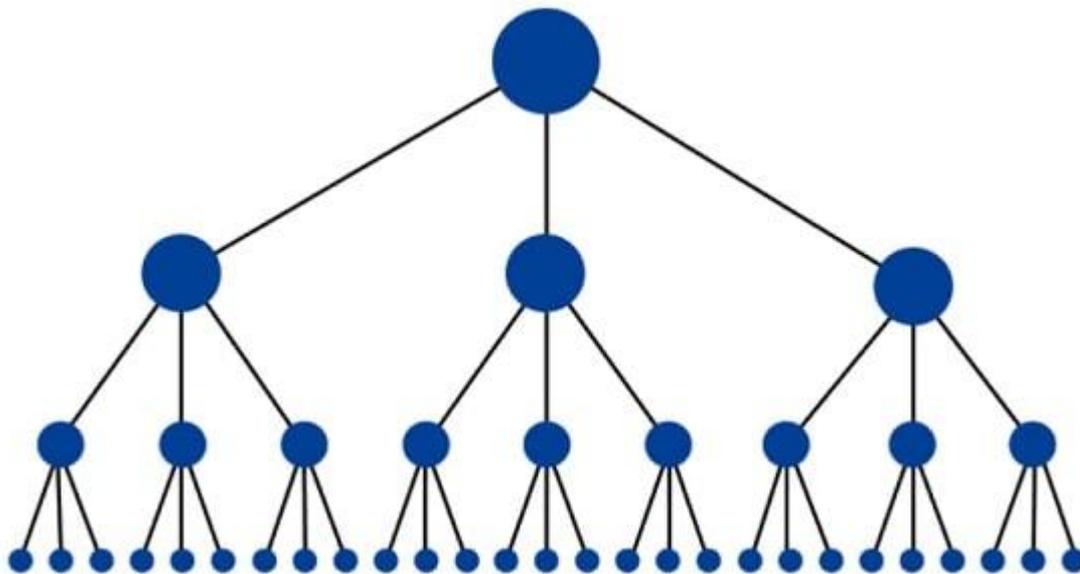


**Правильная структура веб
сайта под SEO:
примеры, виды и
рекомендации по разработке
структуры**

Что такое структура сайта и в чем ее важность



Структура сайта - это логическое построение всех страниц ресурса. Схема, по которой распределяется путь к папкам, категориям, подкатегориям, карточкам товаров (если они предусмотрены). С технической точки зрения, навигация ресурса представляет собой набор URL, логически выстроенных в определенной последовательности. Структура взаимосвязана с семантическим ядром. Именно оно говорит о том, какие папки и документы должны присутствовать на сайте. Поэтому, собрав семантику, уже можно сделать наброски схемы построения каждого будущего урла.

Хорошая структура = эффективное SEO- продвижение

F.ua «Тот Самый» — ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН

<https://f.ua/> ▼ Перекласти цю сторінку

+38(044)2062069 ✓Бытовая техника ✓Инструмент для сада и ремонта ✓Спорт ✓Туризм ✓Книги

✓Косметика ✓Игрушки ✓Часы ✓Посуда ✓Ноутбуки ...

Бытовая техника

Духовые шкафы - Плиты -
Встраиваемые - ...

Распродажа в интернет ...

Распродажа в интернет магазине.
Интернет-магазин ...

Мобильные телефоны

Xiaomi - Apple - Samsung - Sony -
Смартфоны - Huawei - Nokia

Для офиса, компьютеры

Для офиса, компьютеры ...
Компьютеры, серверы, ПО ...

Ноутбуки

【НОУТБУКИ】 100% Наличие -
Акции - Бонусы - Подарки ...

Акции

Эти акции проводятся только в
рассылке и на сайте не ...

Сайт с правильной структурой распределяет внутренний ссылочный вес по всем страницам в соответствии с их важностью и для пользователя, и для продвижения. Таким образом, это также влияет на ранжирование.

Типы структур сайтов: уровни иерархии и классификация



Путь от главной до товарной карточки занимает всего 3 клика, что максимально упрощает потребителю поиск продукта.

Алфавитная организация структуры

Алфавитный рубрикатор

[AIX - Web](#) Java, Linux, Mp3, Offroad, Perl

[Австралия - Аэропорты](#)

[Авиабилеты](#), [Анимация](#), [Архивы](#)

[Банки - Бюро услуг](#)

[Библиотеки](#), [Болезни](#), [Брок](#)

[Вакансии - Вязание](#)

[Вегетарианцы](#), [Видео](#), [ВУЗы](#)

[Гадания - Губернаторы](#)

[Галереи](#), [География](#), [Гимназии](#)

[Дайвинг - Духи](#)

[Диета](#), [Дискейсы](#), [Домены](#)

[Европа - Ежики](#)

[Египет](#), [Еда](#), [Единоборства](#)

[Живопись - Журналы](#)

[Животноводство](#), [Животные](#), [Журналы](#)

[Заказ - Зоопарки](#)

[Законы](#), [Земля](#), [Зоология](#)

[Игры - Йогурт](#)

[Инструменты](#), [Ислам](#), [История](#)

[Карты - Кэндо](#)

[Коллекции](#), [Космос](#), [Курорты](#)

[Лаборатории - Люстры](#)

[Патынь](#), [Литература](#), [Логистика](#)

[Магазины - Мяу!](#)

[Мебель](#), [Менеджмент](#), [Миллиция](#)

[Навигация - Нумизматика](#)

[Наркология](#), [Недвижимость](#), [Новости](#)

[Обзоры - Оценка](#)

[Олен](#), [Одежда](#), [Открытки](#)

[Память - Пэчворк](#)

[Педагогика](#), [Поэзия](#), [Президент](#)

[Работа - Рыбы](#)

[Резюме](#), [Ремонт](#), [Рыба](#)

[Салоны - Схемы](#)

[Семья](#), [Строительство](#), [Студенты](#)

[Табак - Тюнинг](#)

[Телеработа](#), [Теннис](#), [Трубы](#)

[Увлечения - Уют](#)

[Уфология](#), [Учебники](#), [Уют](#)

[Факс - Фэнтези](#)

[Фантастика](#), [Философия](#), [Фламенко](#)

[Хакеры - Художники](#)

[Химия](#), [Хобби](#), [Хостинг](#)

[Цветы - Цитология](#)

[Цветы](#), [Целители](#), [Цирк](#)

[Чай - Чудеса](#)

[Чаще](#), [Чертежи](#), [Чудеса света](#)

[Шахматы - Щенки](#)

[Шейпинг](#), [Шитье](#), [Школы](#)

[Экзотика - Этика](#)

[Экология](#), [Эксперименты](#), [Электроника](#)

[Юбилей - Юристы](#)

[Юбилей](#), [Юмористы](#), [Юристы](#)

[Яблоко - Япония](#)

[Яблоко](#), [Языки](#), [Япония](#)

Как правило, она применяется при структурировании словарей и энциклопедий, но может быть задействована и в каталогах, цель которых продемонстрировать и продать товар. Данный тип не всегда удобен в качестве основного, и может использоваться в качестве дополнительного при необходимости выстроить информацию в алфавитном порядке, упростив тем самым поиск.

Хронологическая организация

Архив - новости, статьи, комментарии

Архив новостей за 2009 год

Январь

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
	1	2	3	4		
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Февраль

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
				1		
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

Март

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Апрель

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
						1
2	3	4	5			
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Май

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
						1
2	3	4	5			
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Июнь

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Июль

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Август

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Сюжеты



11.10 18:24

[Выборы в Мосгордуму](#)

Выборы пока проходят без серьезных нарушений



11.10 08:54

[Дело журналиста Гонгалдзе](#)

На месте убийства Гонгалдзе снова нашли останки людей



11.10 06:06

[Матч Россия - Германия](#)

Сборная России проиграла Германии в Москве



11.10 06:04

[Попытка примирения Армении с Турцией](#)

Армения и Турция подписали соглашение о нормализации отношений

Подобная организация подразумевает, что запрос потребителя связан с определенной датой. Чаще всего данный способ применяется при размещении какой-либо новости, пресс-релиза или информации на сайте и позволяет быстро сориентироваться во времени, выбрав ту информацию, которая его интересует. Ограничением для потребителя станет требование к пониманию четких временных рамок: дата, месяц, период.

Географическая организация



Рекомендуется применять, если для доступа информации требуется сортировка по месторасположению. Это может быть, например, физическое размещение (удобное для места проживания потребителя) магазина, офиса или какого-либо центра, предоставляющие требуемые потребителю услуги или товары.

Тематическая организация

Развлечения игры, юмор, знакомства, гороскопы ...	Отдых экскурсии, туризм, хобби ...	Спорт футбол, хоккей, спортивная пресса ...	Игровая флеш-игры, мини-игры, массовые онлайн-игры ...
СМИ новости, газеты, ТВ ...	Справки адреса, транспорт, карты, словари ...	Общество власть, законы, реклама ...	Порталы региональные, городские и районные ...
Дом семья, здоровье, красота, квартиры ...	Работа вакансии, трудоустройство ...	Учеба вузы, школы, рефераты, науки ...	Культура mp3, видео, фото, литература ...
Hi-Tech компьютеры, интернет, мобильные ...	Производство машиностроение, агропром, оборудование ...	Авто продажа, запчасти, автолюбители ...	Бизнес финансы, недвижимость, реклама ...

Одна из самых распространенных организаций. Ее применяют интернет-магазины, инфопорталы с большим объемом информации и многие другие сайты. Подразумевает градацию всей информации на отдельные категории по тематикам. Данная организация позволяет быстро сориентироваться на сайте, выбрав в один клик папку, интересующую пользователя.

Тематическая организация оптимальна для SEO, так как ведет от общих понятий к частным и позволяет реализовать все семантическое ядро на сайте.

Организация, ориентированная на целевую аудиторию

WORK.ua

Работодателю >

Найти вакансии Разместить резюме Войти

Сайт поиска работы №1 в Украине

Сейчас у нас 86808 актуальных вакансий.

Запрос Киев Найти вакансии

Например: бухгалтер, продажи и т.п. Расширенный поиск

WORK.ua

Соискателю >

Найти резюме Создать вакансию Войти

Находите сотрудников

Сейчас в нашей базе 2 млн резюме. Вам есть из кого выбрать.

Запрос Киев Найти резюме

Например: бухгалтер, продажи и т.п. Настройки

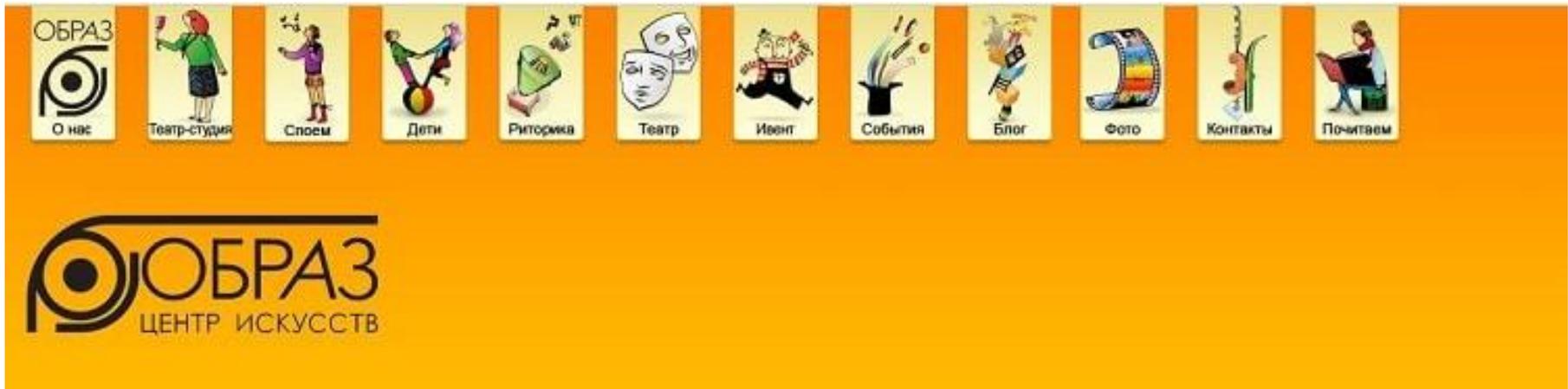
Данный вид организации структуры позволяет одновременно охватить все выявленные группы целевой аудитории с разными потребностями. Предоставляет удобство для пользователя, а также позволяет создать необходимые условия для использования ресурсом. В частности, это могут быть дополнительные функции веб-сайта, необходимые для определенной целевой группы, иной дизайн, даже иное меню для разных целевых аудиторий исходя из их интересов и т.д.

Менее популярные организации



Организация, основанная по задачам позволяет классифицировать информацию не по темам, а по задачам, которые актуальны для пользователя. Применяется под приоритетные и важные действия, которые разрабатываются в отдельных блоках.

Такая организация позволяет пользователю быстрее конвертироваться в клиента, но чаще выступает в качестве дополнительного классификатора.



Метафорическая организация чаще применяется для узкоспециализированных сайтов. Предполагает использование метафор (изображений, символов, различных знаков), для вызывания ассоциативного ряда у пользователя каким-либо продуктом, услугой.

Может просто нести развлекательную форму. Абсолютно не несет пользы с точки зрения SEO, поэтому для сайтов, которые планируются продвигаться, не используется.

Гибридная организация

The screenshot shows a website interface for a hybrid organization. At the top, there is a search bar with the text "Найди лекарство или статью" and a dropdown menu currently set to "лекарства". Below the search bar is a navigation menu with four main categories: "Лекарства" (with a sub-item "Справочник, заказ онлайн"), "Статьи" (with a sub-item "Медицина, здоровье, красота"), "Консультация врача" (with a sub-item "Квалифицированные врачи, фармацевты"), and "Косметика" (with a sub-item "Косметические средства и предметы ухода"). A red box highlights a filter menu on the left side of the page, which includes the following options: "По фармакотерапевтической группе" (checked), "По алфавиту", "По производителю", "По международному названию", "По АТХ-классификации", and "По действующему веществу". Two red arrows point from the search bar area towards the filter menu and the main content area. The main content area displays a list of medical products under the heading "Фармакотерапевтическая классификация лекарств и товаров медицинского назначения". The list includes various categories such as "Диагностические средства", "Лекарственные сборы", "Антибиотики, сульфаниламиды и противомикробные", "Лечение дискинезии и желчегонные препараты", "Антидиабетические препараты", "Медицинская техника", "Антигипертензивные препараты", "Миорелаксанты", "Антидоты", "Нестероидные противовоспалительные и анальгезирующие", "БАДы", "Общие анестетики", "Болезни мочеполовой системы", "Онкологические препараты", "Вакцины, сыворотки, фаги", "Перевязочные и резиновые изделия", "Витамины, их аналоги, поливитамины", "Препараты, участвующие в обменных процессах", "Вяжущие средства", "При заболеваниях нервной системы", and "Гепатопротекторы", "Противоаллергические (антигистаминные) препараты".

Представляет собой комбинацию из разных способов организации информации на одном сайте.

Применяется для удобства потребителей и упрощения поиска требуемой им информации. В этом случае структура охватывает все и сразу, поэтому человеку проще сориентироваться на сайте, выбрав тот вариант поиска, который ему наиболее удобен. Как видите, тип структуры должен ориентироваться исключительно на вид и цель сайта, а также быть удобен для целевой аудитории, позволяя ей найти интересующее, выполнив минимальные действия.

Основные требования к структуре сайта

- Информации на сайте одновременно влияет на два показателя: пользовательский фактор и эффективность и скорость ранжирования ресурса поисковиков.

3 правила разработки правильной и удобной для пользователя структуры

1. Структура должна быть максимально понятной посетителю. Градация всех товаров по их предназначению должна быть интуитивно доступна.
2. Вложенность страниц каталога должна быть максимально оптимизирована и логична.
3. Простая навигация. Разместите меню, навигационные цепочки (хлебные крошки) и вспомогательные блоки (например, сопутствующие товары).

Требования разработки схемы сайта для ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

Чтобы страница проще ранжировалась и выходила в ТОП по определенным запросам, необходимо проработать ЧПУ. Человекопонятные URL помогут пользователю сориентироваться на странице.

Пример неправильного урла:

mysite.com.ua/index.php?docid=17_88UaWp8hXtvMnFA-4P-e8Vj8MQItEPbk&ln=ru

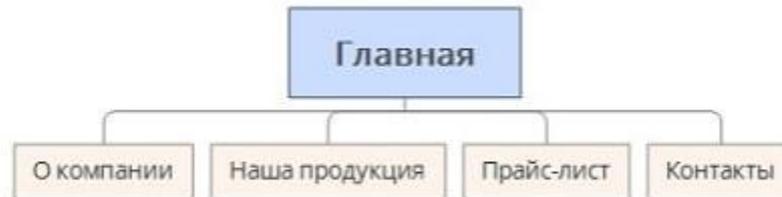
Пример правильного: <mysite.com.ua/catalog/divany/uglovooy>

Как видите, вложенность каталога просматривается только во втором случае, что позволяет и пользователю, и поисковику прочитать и оценить URL, поняв что находится на странице.

Проектирование структуры сайта в зависимости от вида и целей

Любая структура сайта независимо от его вида напоминает древовидную схему, где главная страница - это ствол, а категории и подкатегории - ветки и листья. Принцип размещения и построения категорий и подкатегорий зависит от вида сайта и его целей.

Структура сайта визитки



Сайт-визитка чаще всего выступает в виде простого ресурса с несколькими страницами для раскрытия потребителю ценной информации о компании. Поэтому структура данного сайта, чаще всего, самая простая и линейная, с минимальной вложенностью, а необходимый минимум страниц на сайте определяется исходя из тематики и специфики бизнеса.

Структура коммерческого сайта компании



Коммерческий сайт - технически сложный проект, который, чаще всего, несет не только цель продать услугу, но и подробно рассказать клиенту о компании. Соответственно, структура должна максимально охватывать всю информацию. Чтобы перейти с категории в подкатеорию 3 уровня, нужно сделать всего 2 клика.

Структура сайта интернет магазина



Интернет-магазины - самые сложные и объемные с точки зрения структуры сайта. Большое количество товаров и их разновидностей принуждают создавать тысячи страниц. На помощь пользователю приходят различные фильтры, которые позволяют сортировать товар по интересующим запросам.

Структура информационного портала



Информационные порталы предусматривают множество направлений на различную тематику. Например, городские информационные порталы совмещают в себе новости в разделах спорт, события, происшествия и т.д. Исходя из этого, должна выстраиваться четкая иерархия разделов и подразделов, соответствующих тематике.

Как сделать структуру сайта

Разработка структуры сайта - это последовательные этапы сбора информации и ее логического размещения.

Семантическое проектирование сайта

Исходные запросы	Ассоциации и жаргонизмы	Бренды (оригинал)	Бренды (локализация)	Фильтр	Запросы под фильтр
телефон	мобилка	Acer	асер	2 sim карты	2 +sim карты
смартфон	мобила	Aggressor	агрессор		2 +сим карты
мобильный телефон	сотовый телефон	AirOn	айон		2 +sim
	сотовый	Alcatel	алькатель		2 +сим
	мобильный	Apple	Эпп		две +sim
		Archos	арчос		две +сим карты
		Astro	астро		двумя симками
		Asus	асус		двумя +sim картами
		Bravis	равис		двумя +сим картами
		Caterpillar	кэтерпиллер		dual sim
		Coolpad	кулпдей		2 симкартами
		Dex	декс		двухсимочный
		Etan	лари		2 симками
		Fly	флай		2 симки
		GigaByte	гигабайт		2сим
		Globex	глобекс		2sim

Семантика позволяет узнать количество страниц по определенным характеристикам товара (например, цвету, размерам, производителю, бренду и т. д.), а также составить перечень ключевых слов, если они будут задействованы в названиях подкатегорий или URL.

Обобщение категорий

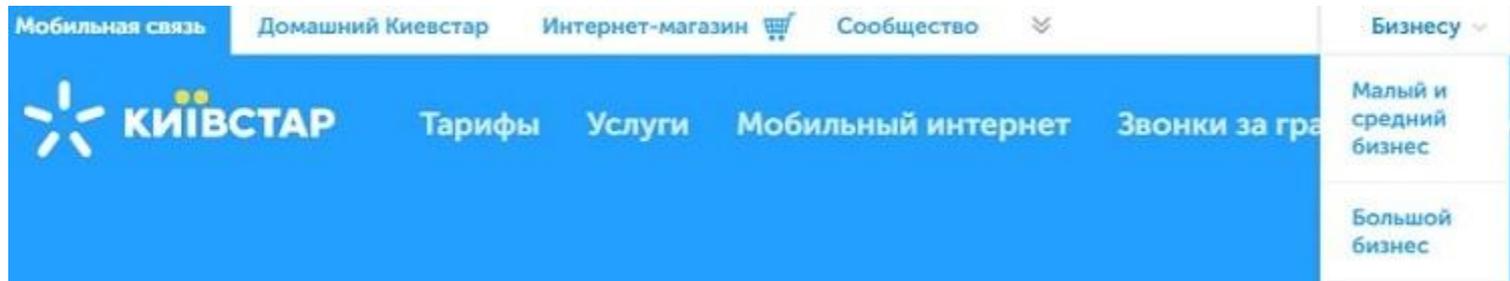
Бренды и производители	Декоративная косметика	Косметика по уходу	Парфюмерия	Маникюр и педикюр	Нижнее белье	Инструменты для укладки волос
 Банная линия Бурлящие шарики для ванны Гель для душа Для интимной гигиены Жидкое мыло Масло для душа Мочалки Мыло нарезное Пена для ванны Соль для ванны	 Для тела Ароматерапия Дезодоранты Депиляция Для груди Для ног Для рук Для шеи Коррекция фигуры Лечение травм Лубриканты Массаж Наборы для тела От растяжек Пищевые добавки Скрабы Увлажнение и питание кожи тела	 Уход за волосами Восстановление волос Гладкость и блеск Для кончиков волос Завивка Защита волос от солнца Защита цвета Кондиционеры (бальзамы) Краски для волос Ламинирование Маски для волос Наборы для волос От выпадения От перхоти Пробники Увлажнение и питание волос	 Укладка волос Блеск Воск, пасты Выпрямление волос Гели Для выходящих волос Для объема Лаки для волос Пенки (Муссы) Прикорневой объем Термозащитные средства Формирование локонов	 Для детей Детские влажные салфетки Детские гели для душа Детские зубные пасты Детские зубные щетки Детские кондиционеры для волос Детские кремы и присыпки Детские масла и лосьоны для тела Детские мочалки Детские расчески Детские средства от солнца Детские шампуни Детское мыло Наборы для детей		
 Бритье Бальзам после бритья Гель для бритья Гель после бритья Крем для бритья Крем после бритья				 Для глаз Антиотечные и от темных кругов Демакияж для кожи		

После сбора семантики перед вами откроется огромный перечень различных товаров с их характеристиками. Необходимо выбрать продукцию, схожую по тематике, обобщив ее в одну категорию. Например, шампуни, бальзамы, маски, масла для волос логично разместить в категорию «Уход за волосами», а уже эта категория может делиться на десятки подкатегорий с разными особенностями.

Расставление приоритетов в навигации

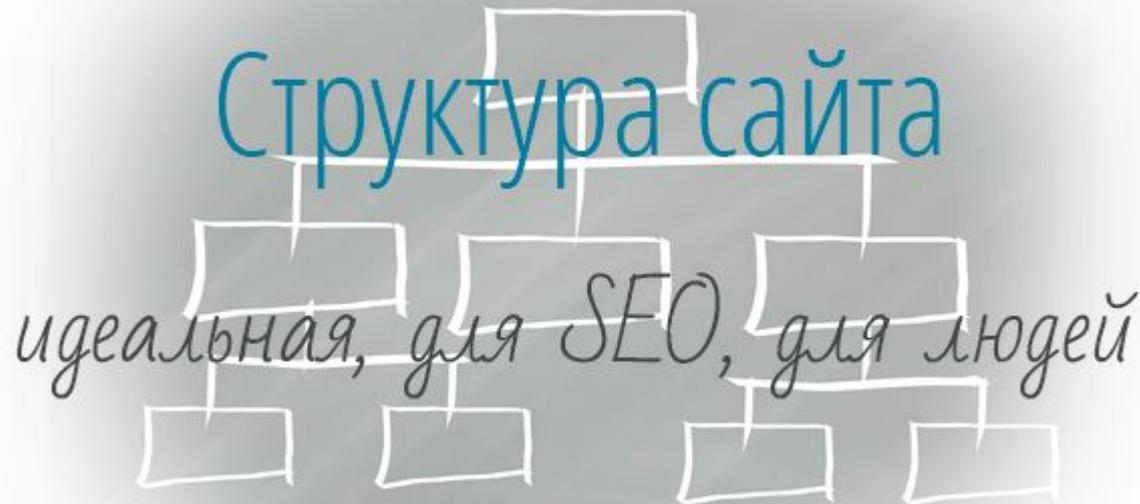
Разработав разделы, необходимо определить их иерархию. Она строится на том, что у компании продает в большей степени, а что в меньшей. Например, если компания занимается продажей кондиционеров, то в меню категория должна стоять сразу после главной страницы, а услуга сервисного обслуживания - дальше. Аналогичным способом стоит размещать категории «о компании», «доставка» и другие, которые планируются создаваться. Это делается для того, чтобы потребитель сразу смог увидеть категорию и найти товары, которые его интересуют.

Раскрытие потребностей для разных групп ЦА



Если сайт будет охватывать сразу несколько групп целевой аудитории, и у каждой будет своя группа потребностей, то для каждой необходимо создать отдельную категорию в навигации, а в некоторых случаях вообще отдельный раздел сайта с собственным меню. Например, целевая аудитория делится на группу физических и юридических лиц или юридических лиц по форме деятельности.

Правильная структура сайта –
залог его успеха и эффективности!



БЛОГ SEO ДИЛЕТАНТА
amateurblogger.ru

Спасибо за внимание!



НЕ СТОИТ ОВАЦИЙ