

SEO

Search Engine Optimization

Поисковая оптимизация



Коротаев Дмитрий
Б02-620-1

Введение

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
- **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.

Зачем мне нужно SEO?

- **История 1.** Представьте себе продуктовые полки в супермаркете. Есть товары внизу, есть товары вверху, а есть те, которые на уровне Ваших глаз. Представьте что вы делаете и кукурузу, и горошек, и кильку в томате. И в Ашане Ваша килька стоит на уровне глаз человека, а вот горошек с кукурузкой вообще внизу у ног. Как Вы думаете, люди с килькой будут и горошек брать? Или Они его не найдут? (Часто слышу слова «Зачем нам это, мы и так в ТОПе»... очень часто)
- **История 2.** Иногда слышу слова – «Когда мне понадобятся клиенты, я сделаю НОРМАЛЬНУЮ рекламу. Часто это или в метро, на столбах, на билбордах, флаера. Это тоже работает. Но человечество все больше и больше переходит в интернет. Фраза – без бумажки ты букашка, теперь перерос – если тебя нет в интернете, тебя вообще нет (особенно это касается компаний). И все пользуются поиском, чтоб узнать, найти, купить, заказать. И если тебя не будет в поиске, тебя не найдут.

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

Как происходит ранжирование

1

Производится индексация страниц сайта ПС

2

При вводе запроса осуществляется поиск по индексу ПС

3

Выбранные страницы ранжируются по более, чем 1000 факторам

4

10 лучших страниц попадают в ТОП-10

ТОП 10?

- На одной странице поисковой выдачи показывается всего 10 сайтов
- По статистике Google на вторую страницу поисковой выдачи *переходит до 15%*
- Задача Поисковых систем – предоставить на первых местах сайты, которые максимально отвечают на запрос пользователей

WARNING

- ❖ В топ 10 могут попадаться картинки, видео, википедия
- ❖ Google и Яндекс сам может ответить на вопрос человека (информеры, калькуляторы, подсказки, слова песен)

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
- 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 «Россия», «в России», «Ижевск», «в Ижевске»
- И все эти варианты заносим в сервисы сбора семантики. В частности мы используем Google, так как им пользуется примерно 70% людей в России
- И далее выбираем все что сами придумали

Google планировщик слов

Ваш продукт или услуга

купить ламборджини

Получить варианты

Изменить критерии по...

Динамика объемов поисковых запросов

Среднее число запросов в месяц



Варианты групп объявлений

Варианты ключевых слов



Загрузить

Добавить все (51)

Группы объявлений (по релевантности)

Ключевые слова

Ср. число запросов в месяц ?

Уровень конкуренции ?

Рекомендованная ставка ?

Процент показов объявл. ?

Добавить в план

продам авто (16)

продам авто, срочно п...



7 660

низкий

5,31 €

-



авто киев (15)

купить авто киев, прод...



9 400

средний

5,15 €

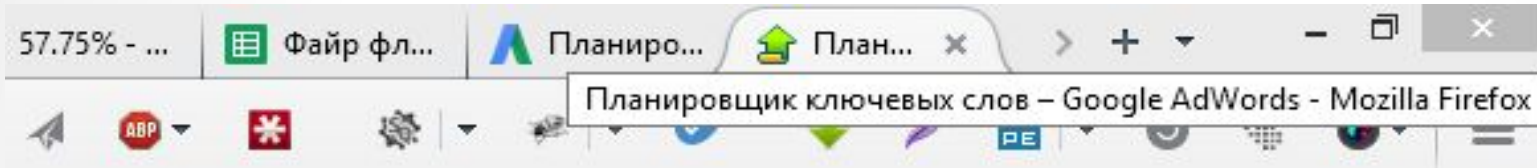
-



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 длина 150-220 символов
- ❑ Должен быть уникальным 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 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.»

Внешние факторы

- Вебмастер
- Аналитика
- Региональность
- Google карта и Яндекс справочник
- Авторство Google и Яндекс уникальные тексты
- Ссылки
- Соц сети (посты, лайки, репосты)

Вебмастер

Google вебмастер

<https://www.google.com/webmasters/tools>

Яндекс вебмастер

<https://webmaster.yandex.ua/site/>

В вебмастерах мы можем смотреть основные показатели сайта в ПС, а так же производить определенные настройки отображения сайта в ПС

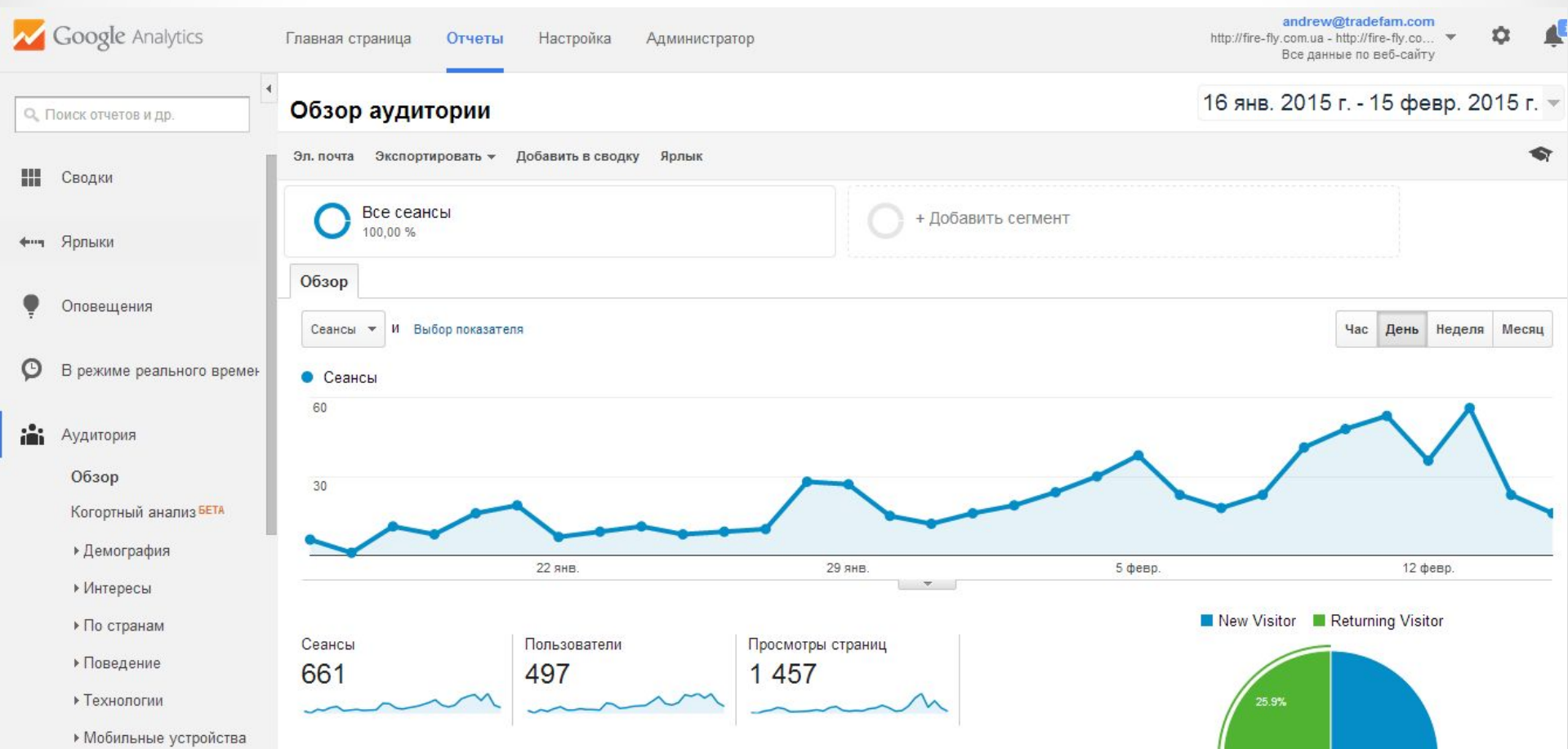
Показывает как ПС индексирует сайт

Показывает количество показов и кликов



Google Analytics

Инструмент оценки текущей посещаемости вашего сайта, динамики роста посещений, анализ различных посещений (время на сайте, страницы, страны, города)



Яндекс Метрика

Получения полноценной и максимально точной информации о посещении сайта и поведении пользователей на страницах

Вебвизор – просмотр поведения человека на сайте – в видео формате. Каждый посетитель записывается, вплоть до того как он мышкой водит, или как пишет в формах заполнения

The screenshot displays the Yandex.Metrica interface. At the top, there is a navigation bar with tabs: Посещаемость, Источники, Посетители, Содержание, **Поведение**, Технологии, Конструктор, Звонки, Мониторинг, and Острова. Below this, a dropdown menu for 'Поведение' is open, showing options: Вебвизор (selected), аналитика форм, Карты, карта путей по сайту, карта ссылок, карта кликов, and карта скроллинга. The main area shows a table of user sessions with columns: Время, Активность, Продолжение, Переход с сайта, От последней, № посе, Цели, and icons for star, filter, and info. The table contains 10 rows of session data.

Время	Активность	Продолжение	Переход с сайта	От последней	№ посе	Цели
20:50		00:00	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
20:19		00:00	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
18:39		05:58	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
18:16		00:15	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
16:15		00:23	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
16:10		00:22	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
14:55		00:03	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
14:10		01:23	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ
13:14		00:16	1	1	1	☆ ⚙ ⓘ

Региональность

Google адреса

Яндекс справочник

- **Региональность** определяется автоматически, но из за того что иногда не ту региональность, то желательно всегда указывать самому в вебмастере
- **Google Адреса** – добавить компанию в Гугл карты, чтоб по запросам где есть карта, была Ваша компания тоже
- **Яндекс справочник** – Яндекс карта, тоже самое что и Google адреса

ССЫЛКИ

ССЫЛКИ являются **ключевым фактором в ранжировании сайтов**.

Ссылки это рекомендация – другой сайт рекомендует Вас. А значит чем больше ссылок, тем больше Ваш авторитет.

Но при этом нужно учитывать, если **«плохой» сайт** ссылается на Вас, значит Вы тоже плохие.



Сколько необходимо

ССЫЛОК

<https://ru.ahrefs.com> – Сервис для проверки ссылок своих и конкурентов

По сути при всех равных показателях сайта, Вам необходимо иметь такое же количество ссылок как и у конкурента

URL Rank ⓘ

20

Ahrefs Domain Rank ⓘ

48

Бэклинки ⓘ

1.7 K

Ссылающиеся домены ⓘ

148



1



1



4



5

Ссылающиеся страницы 869

Бэклинки 1,711

Проиндексировано страниц 2,488

Ссылающиеся IP-адреса 141

Ссылающиеся подсети 124

Ссылающиеся домены 148

Governmental 0

Educational 0

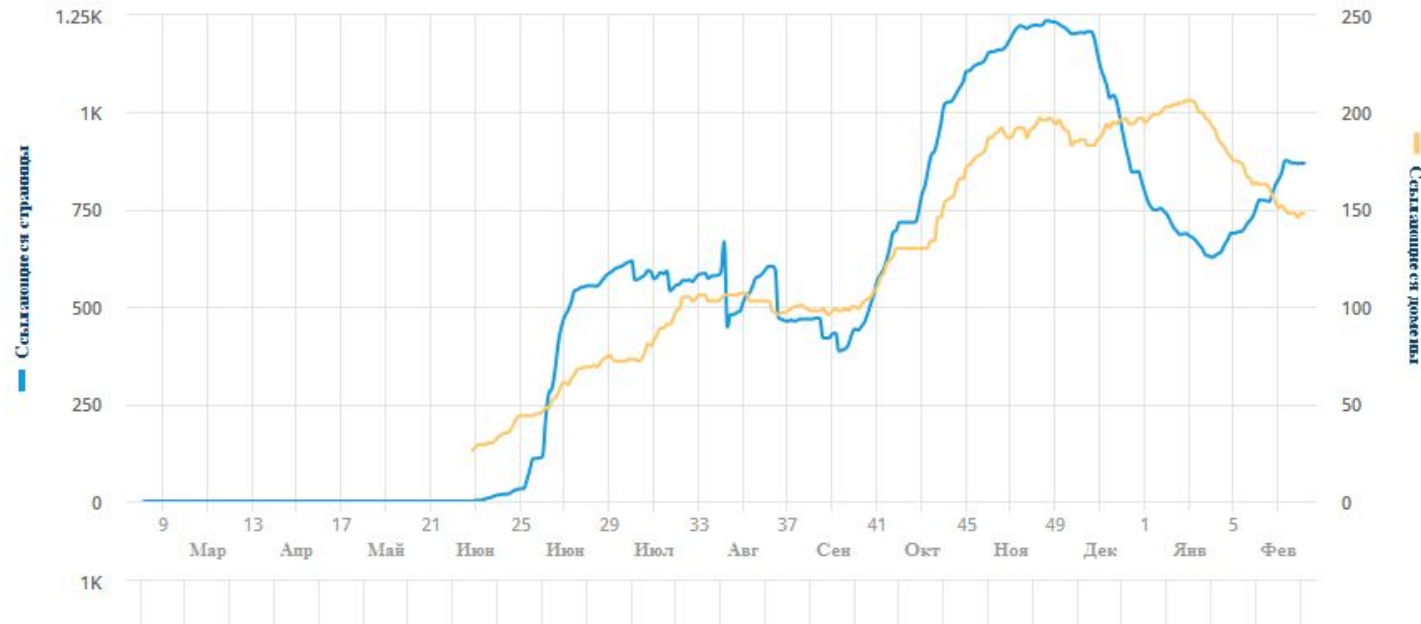
.com 17

.net 6

.org 4

Ссылающиеся страницы ⓘ

DEC JAN FEB | Все **Год** 30 дней



Откуда брать ссылки?

- **Каталоги, доски объявлений** – регистрация сайта в НОРМАЛЬНЫХ каталогах (Тех которыми пользуются люди)
- **Форумы** – постить и общаться на тематических форумах, и использовать в подписи ссылку на сайт
- **Новостные сайты** – предлагать им размещать Вашу новость с ссылкой на Ваш сайт как источник (действительно отличная новость)
- **Покупать ссылки** – на биржах ссылок (основной и самый надежный метод получения нормальных ссылок)
- **Естественные ссылки** - размещать настолько крутой и интересный или полезный контент, чтоб люди сами ссылались на вас, делились ссылкой на ваш контент
- **Обмен ссылками** с партнерами или в смежных тематиках

Соц сети

посты, лайки, репосты

Сейчас в наше время все большую популярность набирают соц сети. И ПС тоже это понимают. Поэтому очень важный показатель для сайта становятся социальные факторы:

- Посты с ссылками на сайт
- Лайки этих постов
- Репосты этих постов
- Лайки самих страниц сайта

Самые важные соц сети для Google это:

- Google+
- Facebook
- Twitter
- Pinterest



Фильтры Google

- **Sandbox** - молодые сайты не могут занять высокие позиции по высоко частотным запросам
- **Google -30** – позиции опускаются на 30 позиций – при подозрении на нечестные способы продвижения
- **Age filter** – чем домен старше, тем его авторитет выше и он занимает выше позиции
- **Link farming** – если много ссылок с сайта появляется или на него много плохих ссылок (сообщник рассадника ссылок)
- **Google panda** – за некачественный контент, дублирование контента, ненормальный контент – семантический анализ. Позиции очень падают
- **Google Penguin** – за покупные или плохие ссылки, сайт теряет позиции или «выпадает» из индекса
- **Google Колибри** – это даже не фильтр, а новый алгоритм , чтобы отсортировать миллиарды веб-страниц и показать вам то, что по его мнению является лучшим ответом на ваш запрос

Фильтры Яндекс

- **АГС** – страницы выпадают из индекса, теряют позиции очень – за неинформативный и бессмысленный контент, просто страница вообще не полезна.
- **Аффилиат** – когда в индексе одинаковые сайты, тогда остается только один, а другой «склеивается»
- **Покупные или плохие ссылки** – позиции падают и не растут
- **Агрессивная реклама** – очень много рекламных блоков на странице

В основном все тоже самое что и у Google, поэтому мы постоянно ориентируемся на Google, и в Яндексе тогда получается все еще лучше



Какой должен быть адекватный сайт, чтобы он нормально был в поисковике?

В конечном итоге, с учетом всех поправок, как технических, так и текстовых, так и внешних. Адекватный сайт должен быть полезен пользователю.

Он должен отвечать на все вопросы пользователей, более того, предугадывать следующие вопросы и предлагать их решение. Давать человеку полное удовлетворение своей нужды, ради которой он пришел на сайт.



Советы

Не упускайте момент. Поисковая оптимизация сайтов – процесс длительный и трудоёмкий, ей нужно заниматься уже при создании сайтов.

Рекламные кампании нужно планировать заранее, тщательно изучая целевую аудиторию, планируя бюджет и длительность мероприятия.

Сделайте так, чтобы люди, которым Вы так нужны, вовремя Вас находили, и первыми узнавали о Ваших специальных предложениях!



Вывод

SEO продвижение очень важно для современной торговли, особенно если дело касается интернет товаров. Многие молодые люди занимаются SEO продвижением, так как при должном умении и сноровке на этом можно заработать хорошие средства.

Все мы пользуемся поисковыми системами, но не многие знают, что успех наших поисков зависит от успешного продвижения сайта в интернете.

