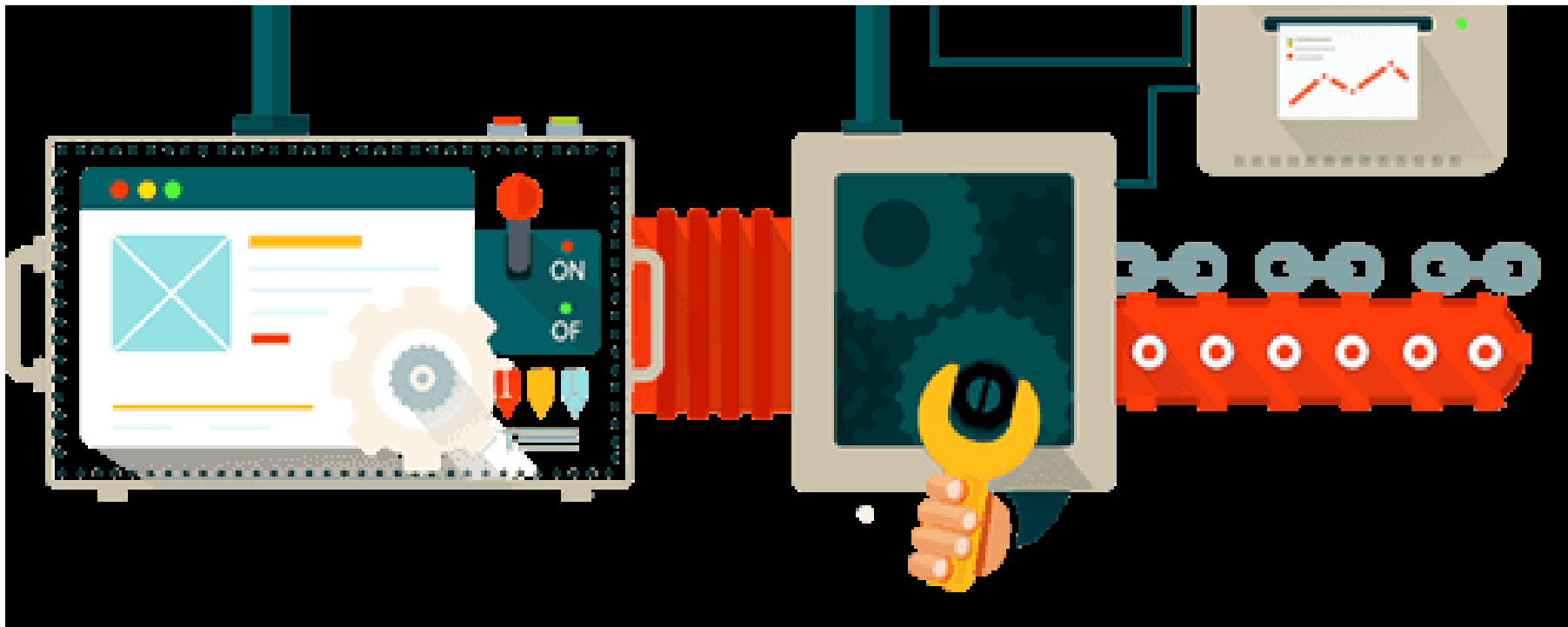


Внутренняя доработка сайта: что делают seo оптимизаторы?

Поисковое продвижение всегда непременно начинается с внутренней SEO оптимизации. Если не сделать все грамотно и качественно, то сайт не сможет выйти на верхние позиции результатов поисковой выдачи и не привлечет поток целевой аудитории. Внутренняя оптимизация может предусматривать достаточно серьезный комплекс работ. Но все этапы очень важные, из-за чего мы рассмотрим их максимально внимательно.





Хороший оптимизатор будет делать все таким образом, чтобы работа превратилась в простое незаурядное занятие. Но на самом деле рабочий процесс очень трудоемкий и предусматривает большое количество этапов. В чем же заключаются главные задачи с проблемами SEO-оптимизации?

Список внутренних факторов, нуждающихся в оптимизации:

- Семантическое ядро;
- Список релевантных страниц;
- Работа с текстовым и другим контентом;
- Внутренняя перелинковка;
- Доведение сайта до полного соответствия каждому техническому параметру, создание правильной структуры;
- Работа с внутренними ссылками.

Оптимизация сайта. Ключевые запросы

Начинается оптимизация веб-ресурса с работы над семантическим ядром. Это подбор ключевых запросов, по которым необходимо продвигать сайт в поисковых системах. Все ключи или их группы распределяются по страницам, которые будут продвигаться. Также стоит сделать анализ страниц, находящихся в верхней части результатов поисковой выдачи по главным высокочастотным ключам.

В первую очередь проверьте свой список ключевых запросов. Его необходимо сделать исчерпывающим. Он должен состоять из высокочастотных, среднечастотных и низкочастотных ключей. После завершения работы с ключами следует проанализировать релевантные страницы. Каждый ключ или их группа должна соответствовать определенной странице на веб-ресурсе. На странице необходимо обеспечить наличие полезной пользователю информации.

Если вы занимаетесь продажами кожаных курток, то страница с запросом «кожаные куртки особенности» должна рассказывать именно об особенностях представленного на сайте товара. Там не должно быть никаких повествований о способах оформления заказа или контактных данных. Если вы не имеете таких страниц, то лучшим решением будет их создание. Так вы увеличите эффективность продвижения и предоставите пользователю полезную информацию.

Этот этап предусматривает возможность проверки географической зависимости ключей с индексацией вашего сайта поисковой системой. Именно это является фундаментом для непосредственной внутренней оптимизации.

Если по определенному ключевому запросу в результатах поисковой выдачи в основном предлагаются главные страницы, тогда продвигайте по такому ключу именно главную страницу своего сайта. Если

предполагаемые высокочастотные запросы представлены в большом количестве, тогда вам придется под определенные ключи выбрать несколько внутренних страниц.

Чтобы ваш труд был рационализирован, а затраты на SEO минимальными, в процессе продвижения не стоит руководствоваться принципом «один ключ на страницу». Возможно группирование ключевых запросов для одной страницы.

Если вы владеете старым веб-проектом, тогда подбор предельно релевантных страниц под определенные страницы возможен с помощью поисковой системы. Например, вы можете зайти на Яндекс и с помощью расширенного поиска ограничить результаты своим веб-ресурсом. Для этого необходимо ввести адрес сайта в предусмотренной для этого строке. Первая ссылка будет максимально релевантной (согласно мнению поисковой системы). Таким же образом вы можете изучать своих основных конкурентов, для выявления пересечения ключевиков. Таким образом можно принять решение о том, стоит ли создавать новые страницы или заниматься продвижением старых.

Высокие позиции в результатах поисковой выдачи не являются самоцелью SEO. Существенное влияние оказывает содержание страничек веб-ресурса. Внутренняя доработка должна быть основана на том, чтобы вызвать у пользователя желание ознакомиться с веб-ресурсом более подробно. В противном случае вы можете снизить показатели поведенческих факторов, что в итоге плохо скажется на ранжировании.

Проверка контентного наполнения

Здесь очень важно, чтобы все тексты на вашем сайте были уникальными. Проанализируйте, насколько плотно расставлены ключевые слова. Необходимо, чтобы значимые ключевые запросы были в Тайтл

(идеально, если в его начале). Именно такие страницы более значимо и выгодно смотрятся в глазах поисковых систем. Вместе с тем очень плохо, если слова будут повторяться в тэге. Это расценивается как избыточная оптимизация, из-за чего сайт может быть снижен в результатах поисковой выдачи или даже забанен.

Необходимо оптимизировать сайт таким образом, чтобы его главный текстовый контент был сфокусирован на предельно узкой тематике. Таким образом можно сделать короткое описание, разработать несколько уникальных заголовков, не пересекаемых друг с другом.

Текст является основополагающим фактором в поисковом ранжировании. Основное требование с точки зрения SEO – предельное качество. Чтобы создать текстовый контент, можно использовать услуги рерайтеров. Но лучше всего обращаться за помощью к профессиональным копирайтерам. Их тексты будут стоить дороже, но при этом вы получите абсолютно уникальный контент.

Рерайт предусматривает написание уникального контента с уже готового текста. Будет сохранена структура с объемом. Суть в том, что все переписывается другими словами и формулировками. Копирайт предусматривает создание полностью уникальной статьи, аналогов которой нет в интернете. Идеальным вариантом будет делегирование создания такого контента не только просто опытному копирайтеру, а человеку, который непосредственно знаком с тематикой.

Поисковые системы любят такие ресурсы, которые предлагают большое количество текстов, которые постоянно пополняются свежими.

Плотность и количество ключевых запросов

Постоянно ведутся споры над тем, какое количество ключей должно быть в тексте и какая должна

быть их плотность. Но в любом случае текстовый контент создается для пользователей. Поэтому он должен быть понятным, интересным, важным, относится непосредственно к запросам, по которым он был найден. Необходимо наличие как прямых, так и косвенных ключей (измененные падежи, разное число, разбавление и прочее). Необходимо постараться максимально равномерно распределять по тексту ключевые запросы.

Естественно, перед тем как добавить текст на страницу, следует проверить его SEO-характеристики. Так вы узнаете о плотности ключей, переспаме и водности. Но самыми важными факторами остаются читаемость с информативностью для читателя. Восприятие поисковыми системами стоит на втором месте.

Также непременно стоит проводить анализ морфологии на те элементы, что используют поисковые системы. Таким образом удастся узнать о релевантности той или иной страницы с используемыми ключевыми запросами. В процессе анализа следует установить степень плотности ключевых запросов, поработать с тегами Тайтл и Боди, учитывать ссылки. Результаты проведенных работ станут фундаментом для конкретных рекомендаций специалистам.

В особом случае оптимизатору предстоит заняться увеличением или уменьшением плотности ключевых слов на странице. Иногда приходится дорабатывать заголовки. Нередко можно столкнуться с дублированным текстом. И это только несколько вариантов предстоящей работы.

На сегодняшний день для проведения аналитических работ можно воспользоваться различными специализированными сервисами и приложениями. Определенные услуги имеют достаточно большую стоимость. Но при этом стоимость аудита составляет не менее 150 долларов.

Исходящая и внутренняя ссылка

Любая внешняя ссылка (исключение – отмеченные тэгом «nofollow») будет придавать значение. Если перелинковка внутри ресурса будет правильной, то таким образом можно добиться пусть и небольшого, но все-таки продвижения в результатах поисковой выдачи.

Не менее важным этапом в процессе работ по внутренней оптимизации, который способствует качественному продвижению, является перелинковка внутри сайта. Таким образом удастся добиться повышения веса каждой страницы, продвигаемой вами в поисковой системе. Более того, в случае раскрутки на основе низкочастотных ключей, внутренняя перелинковка позволяет выйти в первую десятку без использования внешней ссылочной массы.

Очень важным этапом считается составление карты. Добавлять новые ссылки хорошо помогает постоянное обновление текстов, внедрение в сайт разделов наподобие словаря терминов и много чего другого. Позаботьтесь о том, чтобы на самую важную раскручиваемую страницу вели другие материалы на вашем сайте. Так вы сможете придать странице значение в глазах поискового алгоритма. Анкор для такой ссылки должен быть ключевым запросом, как в прямом вхождении, так и в других формах.

Востребованным вариантом перелинковки считается добавление прямо внутри статьи или под ними специального блока, имеющее название «более подробно читайте здесь» и тому подобное.

Технические характеристики SEO

Чистка кода html

Во время создания сайта разработчики, в большинстве случаев, прибегают к использованию различных визуальных редакторов. Из-за этого появляются лишние параметры и так называемый избыточный код. На SEO-оптимизацию чистка кода не оказывает серьезного влияния. Но таким образом можно снизить вес ресурса, что в свою очередь делает его более удобным для поисковых систем. Таким образом ваш сайт будет грузиться быстрее. Если страница грузиться дольше десяти секунд, то в большинстве случаев пользователь не ждет, а просто закрывает ее.

Ручной поиск всех огрехов и неточностей занимает слишком много времени у оптимизатора. Именно поэтому необходимо пользоваться специальным программным обеспечением.

Кодировка страницы

Благодаря кодировке страницы текст на ней отображается так, как мы с вами его видим. Если сайт использует неправильную кодировку, то посетителям будут представлены абсолютно нечитаемые символы. Общепринятой кодировкой является UTF-8.

Варианты подходов к составлению файла Robots (файла для поисковой системы) Внутреннюю оптимизацию нельзя считать эффективной, если не учесть в ней грамотное редактирование файла Robots.txt. Данный файл располагается в самом корне ресурса, где прописываются правила действий для робота поисковой системы. Именно здесь вы можете запретить индексировать некоторые страницы (если по каким-либо причинам поисковая система не должна их видеть, например, по причине наличия дублированного текста и тому подобное). С помощью файла Robots можно указать путь к карте и зеркалу ресурса, определить скорость сканирования и много чего другого.

Если в ваших руках имеется абсолютно новый сайт, то лучше всего сделать абсолютно новый Robots и поместить его в корневой папке сайта. Делается это достаточно быстро. Все, что вам потребуется – блокнот и несколько рекомендаций. После этого сохраните текстовый документ и разместите на хостинге.

Из чего должен состоять файл Robots

В файле важно предусмотреть наличие нескольких директив: User-agent. Это директива, которая указывает, для какой конкретно поисковой системы рассчитана данная инструкция. Если вы хотите, чтобы инструкция была универсальной и подходила для каждой поисковой системы, тогда пропишите символ «*». Disallow. В данной директиве можно указать, какая именно страница не должна быть проиндексирована. С помощью директивы можно спрятать от поисковых систем отдельную страницу или целый раздел вашего ресурса. Если вы не нуждаетесь в том, чтобы прятать страницы, тогда просто оставьте директиву пустой.

Лучше всего предусмотреть для Яндекса отдельную директиву. Если у вашего ресурса есть зеркало, тогда следует добавить директиву host. После нее необходимо поставить двоеточие и прописать адрес URL.

Тэги, оказывающие влияние на качество продвижения

Тэги обладают достаточно значимой ролью, поскольку они позволяют правильно оформить заголовки

и придать вес используемым словам. Слова из тэга самые важные для любой поисковой системы. Но вместе с тем не стоит злоупотреблять тэгами. Они должны иметь понятный, лаконичный и грамотный вид. Также во время оформления текста вы не должны скакать с заголовка H1 на подзаголовок H3. Это отрицательно сказывается на логической структуре текста. Более того, следует помнить, что ресурс в первую очередь должен быть рассчитан на посетителя, а не на поисковую систему. Поэтому от переоптимизации нельзя ожидать хороших результатов.

Во время комплексного аудита вам необходимо:

- Сделать анализ текстов на внутренние ссылки (анкоры должны располагать ключевыми словами);
- Сделать проверку всего контента на степень уникальности;
- Поработать с заголовками (они не должны повторяться на страницах сайта);
- Учитывать объем текста (каждая страница должна располагать не менее чем 1000 символами текстового контента);
- Подсчитайте, сколько у вас имеется входящих и исходящих ссылок.

После того, как вы сделаете все это, вам удастся определить самые проблемные элементы ресурса и продумать действия по устранению всех оплошностей.

Рекомендации по тэгам:

Мета-тэг является служебной информацией в форме документа HTML. Мета-тэги имеют большое значение для поисковой системы, так как позволяют им узнать об описании странички и наличии ключевых слов. Содержание страницы передается при помощи тегов . За ключевые слова отвечает

тэг .Title является оглавлением странички. Для каждой страницы, в независимости от ее содержания, это наиболее значимый компонент, с помощью которого можно обеспечить максимальный вес и значимость в процессе продвижения. Поисковая система в первую очередь смотрит на такой текст. Данный тэг непременно должен иметь ключевые запросы, используемые для продвижения страницы. Очень важно не просто перечислить несколько ключей. Тэг будет выводиться в результате поисковой выдачи. Поэтому от тайтла непосредственно зависит то, захочет ли пользователь посетить ваш сайт, или нет. Тэг должен иметь приятный на слух литературный вид, который будет хорошо звучать. Читабельность и привлекательность очень важны, поскольку тэг будут видеть ваша целевая аудитория. И видеть его будет в первую очередь. Приложите максимум усилий, чтобы пользователь захотел посетить ваш сайт.

Тэг может содержать заманчивое предложение относительно акций, низкой стоимости, поскольку именно эта информация будет предложена пользователю в результате выдачи. Размер тайтла не должен быть больше чем 70 символов. Поисковая система просто проигнорирует все, что превысит этот предел. Ключевой запрос должен быть размещен в самом начале тайтла, поскольку существуют риски того, что поисковая система просто обрежет тэг и оставит пользователям неинформативную часть.

Две разные страницы не должны обладать одинаковым заголовком. В процессе оптимизации очень важно учитывать наличие уникального содержания у всех страниц. Нередко можно встретить сайты с автоматической генерацией тайтла. Такой вариант трудно считать хорошим, поскольку поисковые системы не слишком хорошо относятся к таким ресурсам. Более релевантными страницы станут в случае использования синонимов и измененных формулировок.

Постарайтесь приложить максимум усилий на то, чтобы у сайта на каждой странице был читаемый тэг

title, в котором не просто содержатся ключи, но и отображается вся сущность сайта.

Description отвечает за описание содержимого страничек. Представленный тэг ограничен 170 символами. В этом тэге также стоит прописать несколько ключей. Применение дискрипшена вполне оправдано, поскольку поисковая система предлагает его пользователям в качестве описания и размещает его под заголовком (тайтлом) страницы. Посетители нередко правильно реагируют на призывы к действиям в данном элементе странички. Подберите выражения, которые будут максимально соответствовать вашему сайту и целям. Важно только то, чтобы это привлекало вашего потенциального клиента. Иногда можно встретить размещение контактных данных в этом разделе.

В SEO-оптимизации очень большое значение имеет сниппет, так как с его помощью можно привлекать поток трафика. Высокие позиции в результатах поисковой выдачи не принесут должных результатов, если сниппет не будет располагать важной для пользователя информацией. Более того, с учетом повышения значимости поведенческого фактора, создать содержательный сниппет нужно в обязательном порядке, поскольку от него будет зависеть весь смысл внутренней оптимизации.

Вместе с тем Яндексом текст в description почти не используется для сниппета. Для этого поисковой робот может выбрать любую часть текстового контента, размещенного на странице. Эта часть, по мнению Яндекса, будет отвечать на пользовательский запрос. Изменить что-либо можно будет после того, как страница проиндексируется.

Body. Этот тэг позволяет выделить важную часть на странице. Здесь может располагаться текст, форма, изображение, видеоролик и множество других элементов. Тэг должен располагать ключевыми фразами, что были определены под данную страницу. Также важно, чтобы текст имел объем, превышающий 1000 знаков. Учитывайте, что все ключевые запросы не должны быть в прямом вхождении. Проанализируйте первую десятку сайтов, выданных поисковой системой, чтобы

проанализировать уровень плотности ключей. Делайте так же, как делают эти сайты.

Links. Любая страница располагает хотя бы одной ссылкой, которая перенаправляет пользователя на другую страницу. Поисковая система анализирует данную информацию на наличие ключевых запросов и так определяет степень релевантности данному запросу. На продвигаемой странице должны располагаться ссылки, которые содержат предельно релевантный текстовый контент. Если вы позаботитесь о достаточном количестве таких ссылок, то сможете без лишних расходов улучшить позиции в результатах поисковой выдачи.

Strong. Позволяет выделить текст с помощью шрифта. Так можно привлекать пользователя к наиболее важным и ключевым моментам. Также этот тэг может быть использован для того чтобы придать значимым словам со словосочетаниями большую значимость в глазах поисковой системы. Но нельзя слишком много использовать жирный шрифт, поскольку так вы сделаете текст некрасивым и запутаете поискового робота. Много жирных выделений не принесут положительных результатов.

ALT tags. В данном тэге содержится информация относительно содержимого изображения. Если в меру каких-либо причин ваши изображения не были загружены, то на их месте пользователь сможет увидеть альтернативное содержание. Опытный оптимизатор непременно использует данный тэг в процессе продвижения.

Чтобы оптимизировать картинку, следует обязательно использовать данный тэг. Здесь будет прописан текст, описывающий содержимое на изображении. В процессе описания можно пользоваться ключевыми запросами, поскольку поисковики будут учитывать их во время ранжирования. Есть такие пользователи, которые экономят интернет-трафик и отключают загрузку картинок. Вместо картинки пользователь увидит этот текст.

Тэги H1- H6. Более значимый тэг за h1 только Тайтл. В данном тэге необходимо размещать ключевые

слова. Но нельзя их просто перечислять. Позаботьтесь о том, чтобы все было читаемо, а лучше всего – в литературном виде. С помощью тэгов h2-h6 описываются заголовки абзацев. Здесь могут быть прописаны ключевые запросы, но сегодня поисковыми роботами не особо принимается во внимание информация из этих тэгов.

Внутреннюю SEO-оптимизацию лучше всего доверить профессионалам

Процесс внутренней оптимизации требует максимально квалифицированного и ответственного подхода, поскольку это очень важный шаг для успешного продвижения в интернете. Поэтому не стоит изучать все самостоятельно и пытаться продвигать свой сайт. Лучше выделить бюджет на продвижение и доверить это дело настоящим профессионалам, которые не будут расходовать лишних средств и сделают все качественно и быстро.
