

SEO

12+

Методы и проблемы ПОИСКОВОГО продвижения



Стэлла Мариус

Стэлла Мариус

**SEO. Методы и проблемы
поискового продвижения**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Мариус С.

SEO. Методы и проблемы поискового продвижения /
С. Мариус — «ЛитРес: Самиздат», 2020

ISBN 978-5-532-03962-9

В данной книге рассматриваются основные проблемы интернет-маркетинга, а именно поискового продвижения сайтов (SEO) и возможные пути их решения. О наиболее распространенных ошибках оптимизаторов и устаревших SEO-стратегиях, которые давно пора изменить.

ISBN 978-5-532-03962-9

© Мариус С., 2020
© ЛитРес: Самиздат, 2020

Содержание

Что такое SEO?	5
Основные составляющие SEO	6
Легальные методы	7
Оптимизация	8
Внутренняя оптимизация	9
Внешняя оптимизация	10
Методы SEO-оптимизации	11
Белая оптимизация	12
Серая оптимизация	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Стэлла Мариус – SEO. Методы и проблемы поискового продвижения

Каждый, кто запускает собственный коммерческий или информационный сайт ожидает что веб-ресурс будет занимать первые позиции в поисковой выдаче Яндекс или Google. Чтобы это стало возможным, придется проделать целый комплекс мероприятий под названием SEO.

Что такое SEO?

SEO (Search Engine Optimization) – под этим понятием подразумевается поисковая оптимизация, то есть комплексное развитие сайта и его дальнейшее продвижение в топовые позиции выдачи поисковиков. Возникает закономерный вопрос: почему так важно оказаться в верхних строчках выдачи? Ответ можно найти в статистике поисковиков по коммерческим запросам. Около 95 % трафика приходится на первую страницу выдачи, причем от 60 % до 80% на первые 3 строчки выдачи. Любой владелец бизнеса будет рад привлечь такое внимание к своей компании, поэтому нужно приложить все усилия, чтобы выбиться в лидеры поисковой выдачи.

Основные составляющие SEO

Привлечь клиентов на свой сайт можно разными способами. Это и контекстная реклама, таргетинг в соцсетях, сотрудничество с блогерами и т.д. Если бюджет неограничен, все эти методы неплохо работают и помогут привлечь первых покупателей. Желанный эффект будет сохраняться до тех пор, пока идет оплата использования какого-либо инструмента. Но вместе с деньгами прекращается и реклама, поэтому так важно знать, как работает SEO-оптимизация и ее основные элементы такие как:

1. Контроль изменения алгоритмов, который используют поисковики для ранжирования и внесение соответствующих им корректив.

2. Мониторинг актуальных поисковых запросов. Чтобы привлечь как можно больше пользователей на свой сайт важно знать какие ключевые слова и фразы востребованы в данный момент.

3. Создание семантического ядра и расширение с помощью актуальных запросов.

4. Внутренняя оптимизация, которая нацелена на улучшение кода сайта и навигации, повышение качества и наполнения, ускорения загрузки.

5. Внешняя оптимизация, обеспечивающая сайту цитируемость. Для этого на различных популярных площадках покупаются ссылки, чтобы повысить интерес и к ресурсу со стороны поисковиков. Отслеживание действий посетителей сайта и анализ результатов работы помогают выбрать стратегию для дальнейшего продвижения. Оптимизация в указанных направлениях помогает вывести сайт в лидеры выдачи поисковиков. Особое внимание уделяется оптимизации сайта под смартфоны и другие мобильные устройства, поскольку десктопный трафик сегодня все больше уступает мобильному.

Современное развитие технологий требует быстрой адаптации бизнеса под них. Еще совсем недавно покупки через интернет были фантастикой, а сейчас большая часть товаров и услуг продается через интернет. С появлением интернета открылись новые возможности для бизнеса, теперь каждый может начать свое дело практически с нуля. Не нужно арендовать помещения под магазины, нанимать персонал и т.д. Создал свой интернет-магазин и работай себе, зарабатывая на хлеб с маслом. Но, конкуренция на российском рынке и до появления интернета была достойной, а сейчас, чтобы «выстрелить» и привлечь покупателей/пользователей необходимо покорить сетевое пространство.

Старых инструментов, таких как промо акции, листовки и пр. уже недостаточно. Покупатель семимильными шагами устремился в интернет. И здесь на арену выходят поисковики (Яндекс, Гугл и пр.), именно с них начинается любая покупка, именно они решают, какие сайты потенциальный покупатель посетит первыми. По статистике только 20% людей переходят на 2-ю и последующие страницы поисковых систем. Это обосновано, потребитель больше доверяет компаниям в числе первых, так как есть некая уверенность в том, что поисковик выдает самый оптимальный вариант, первым. Ну и конечно, банальная лень, тоже имеет свой вес. Не каждый, просмотрев первую страницу и найдя подходящий вариант, пойдет на следующую. Именно поэтому для бизнеса очень важно оказаться на первой странице, так как до следующей могут вообще не дойти.

Методы поискового продвижения можно объединить в 2 группы:

Легальные (белые)

Нелегальные (черные)

Легальные методы

Эти методы всегда более трудоемкие и затратные по времени и средствам, но они гарантируют, что вы не получите «красную карточку» от поисковой системы и не вылетите на скамейку запасных. Одними из самых эффективных методов, при помощи которых можно продвинуть свой сайт является:

Оптимизация;

Медийная и тизерная реклама;

Размещение статей;

Социальные сети;

Вирусный маркетинг;

Информационная рассылка;

Пресс-релизы.

Оптимизация

Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) – является комплексом мер по внутренней и внешней оптимизации, который необходим для поднятия позиций продвигаемого сайта в результатах выдачи поисковых систем по необходимым запросам пользователей, с главными целями: непосредственно увеличения самого трафика сайта и появлению потенциальных клиентов, а также последующей монетизации этого трафика.

SEO-оптимизация состоит из двух этапов, внутренней и внешней оптимизации.

Внутренняя оптимизация

Она нацелена на улучшение состояния сайта, и как следствие он движется вверх по поисковой выдаче. Внутренняя оптимизация состоит из:

- 1. Подбора ключевых слов и последующего составления из них семантического ядра.*
- 2. Исправления некоторых технических ошибок, например, в коде, избавления от битых страниц.*
- 3. Оптимизации изображений для более быстрой загрузки.*
- 4. Повышения удобства пользования сайтом. Наспех сделанный лендинг не принесет желаемого эффекта, поэтому особое внимание уделяется созданию дизайна сайта.*
- 5. Перелинковки, то есть связывание ссылок на страницах ресурса.*
- 6. Оптимизации структуры сайта, составление sitemap и robots. txt.*
- 7. Работы с description, title и заголовками формата H1–H6.*

Теперь рассмотрим основные шаги внутренней оптимизации:

Первый шаг. Целью является апгрейд самого ресурса и устранение неполадок. Начиная, как правило, с семантического ядра. Похоже на что-то из физики, но нет, все гораздо проще. Это ключевые слова, по которым система находит ваш сайт, когда приходит запрос от пользователя. Именно, по этим словам, в дальнейшем и будет продвижение ресурса. Это один из самых важных пунктов, ведь от этого зависит, найдут ли Вас ваши покупатели в сети. Это титанический труд. Предположим, что вы продаете женские платья в Санкт-Петербурге. Ваш клиент сможет найти ваш сайт по запросам «женские платья», «платья в Санкт-Петербурге». Ничего сложного, но на этот запрос поисковая система выдаст тысячи вариантов, и на первой странице будут уже раскрученные магазины. Правильно подобранные ключевые слова/фразы могут вывести вас в ТОП поисковых систем, а могут и утопить на «5-ой странице».

Для того чтобы не оказаться на «5-й странице» Яндекс и Гугл создали сервис, на котором можно увидеть статистические данные по поисковым запросам. Эти данные Вы сможете использовать для анализа и определения конкурентоспособности своих ключевых слов/фраз. Так же работают и с заголовками /описаниями, в них прописывают ключевые слова для того, чтобы обеспечить наилучший результат поиска.

Второй шаг. Далее приступают к общему «причесыванию», а именно устраняют все ошибки технического характера (битые ссылки, низкая скорость загрузки и пр.)

Третий шаг. Повышают качество внутренней структуры. К ним можно отнести Robots.txt, карту сайта и т.д.

Четвёртый шаг. Оптимизируют ресурс под пользователя, чтобы сделать использование ресурса максимально удобным. Юзабилити ресурса должно быть в состоянии постоянной оптимизации.

Пятый шаг. Поднятие релевантности. Соответствие нуждам пользователя.

Шестой шаг. Работа с изображениями.

Седьмой шаг. Внутренняя перелинковка. Размещение ссылок одной страницы на другой в рамках одного ресурса

Внешняя оптимизация

Не так давно суть такой оптимизации состояла в накоплении ссылочной массы, но сегодня это уже неактуально, а большое количество ссылок прямой путь к бану. **Внешняя оптимизация состоит из:**

1. Регистрации сайта в специальных каталогах, желательно чтобы они соответствовали тематике сайта и были не слишком заспамлены.

2. Размещения ссылок самостоятельно на специальных платформах по типу Яндекс Дзена.

3. Популяризации площадки на тематических блогах и форумах.

Здесь работа будет направлена на поиск хороших партнеров для размещения своих ссылок, это будет сделать проще, если размещать интересные статьи, обмениваться ссылками с проверенными известными ресурсами, проявлять активность в блогах на форумах и т.д.

Так же в рамках внешней оптимизации делается полный анализ для определения слабых мест, которые не позволяют сайту подняться.

Методы SEO-оптимизации

При поисковой оптимизации сайта могут быть использованы белые, серые и черные методы продвижения. При злоупотреблении той или иной методики ваш сайт может попасть под фильтры поисковых систем, поэтому важно пользоваться общеизвестными предписаниями.

Белая оптимизация

Она состоит из улучшения дизайна сайта, юзабилити, качества контента. Белая оптимизация подразумевает упоминание ресурса в разных пресс-релизах и обзорах. Для честной раскрутки важно адаптировать площадку для мобильных устройств. Вышеперечисленные действия никак не влияют на работу алгоритмов поисковых систем, и рядовой пользователь может их просто не заметить. Он видит исключительно сайт, наполненный качественным контентом, которым удобно пользоваться, и при попадании на него нет чувства отторжения.

Серая оптимизация

В этом случае используются некоторые хитрости. В статью, которая будет публиковаться вписываются специально отобранные фразы или слова в определенном количестве. Именно они будут влиять на поиск статьи потенциальными пользователями. Такие запросы часто имеют неестественный вид, поэтому главная задача копирайтера создать органичный текст и как можно лучше вписать ключи. При этом необходимо соблюдать соотношение ключей с общим размером текста. Ключи могут быть вписаны в alt, H1, meta description, title и т.п.

Чтобы продвижение было более эффективным стоит придерживаться следующих правил:

1. Необходимо правильно подобрать ключевые запросы. Молодым сайтам стоит отдавать предпочтение низкочастотным ключам, тогда как раскрученные могут использовать средние и высокочастотные слова.

2. Текст должен быть качественным и давать полный ответ на запрос пользователя. При этом кликбейтные статьи никогда не попадут в топ-выдачи.

3. Соблюдайте необходимое соотношение между ключевыми словами и общим объемом, контент должен быть уникальным, воровство и копипаст могут привести к бану поисковыми системами.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.