

Основные концепции оптимизации сайта по ключевым запросам

Атрошенко Н.А.

Кафедра ИТиВМ, учетно-финансовый факультет

Минский институт управления

Минск, Беларусь

e-mail: natasha@atrosenko.by

Аннотация — Сегодня оптимизация сайта, направление seo (search engine optimization) – насущная потребность, необходимая составляющая любого интернет-ресурса, сайта, которая должна сопровождать его от момента возникновения

Ключевые слова: форматирование; стиль; оформление; вставка

I. ВВЕДЕНИЕ

Уже несколько лет в мире существует автономное направление профессиональной деятельности – seo-специалист. Если речь идёт о подготовке будущего специалиста в области web-технологий в высшем учебном заведении, необходимо в процессе обучения заложить основные навыки в области оптимизации и продвижения сайтов в поисковых системах. Зачастую искомую информацию seo-специалисты получают через интернет, не имея возможности приобрести фундаментальные знания в этой области. Следует отметить, что на многочисленных форумах, в статьях о seo содержится крайне противоречивая, часто устаревшая информация.

Относительно молодое направление web-технологий – seo часто пополняется эмпирическими знаниями, которыми часто охотно делятся на форумах и в блогах. Учащиеся должны знать основные современные понятия в области seo, такие как: ключевые слова, мета-теги, дорвеи, копирайтинг, бан сайта, семантическое ядро, поисковые роботы, геотаргетинг, кросспостинг, ретвитинг, тематический фоллоуинг, тематический индекс цитирования (ТИЦ), сайты-аффилиаты, непот-фильтр (и другие виды фильтров), трастовая ссылка, социальные закладки, перелинковка страниц и многое другое. Будущие web-разработчики должны уметь не только создать сайт, но и уметь технически оптимизировать его под современные поисковые системы, наполнять его материалом в соответствии с современными требованиями к web-ресурсу. Для того, чтобы сайт «работал», а необходимое условие для этого – быть в «топе» по ключевым запросам, необходимы навыки как внешней, так и внутренней оптимизации сайта [1]. Студенты должны чётко понимать эти два понятия и уметь делать основные шаги в этих направлениях.

II. ОСНОВНЫЕ КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Вряд ли есть на сегодня критерий некоего «абсолюта», сайта-эталона, оптимизированного в совершенстве, так как seo - поисковая оптимизация сайта имеет свои особенности для разных поисковых систем. В зависимости от особенностей и выбирается стратегия продвижения. Наиболее популярная в нашей стране поисковая система GOOGLE быстро индексирует интернет-ресурс и все обновления на нём. Для того, чтобы оптимизировать сайт под неё, необходимо много работать над качественным и регулярным наполнением контента. Второй наиболее

распространённый поисковик – YANDEX - наиболее непредсказуем и сложен в продвижении. Он часто меняет алгоритм поиска, не позволяя к себе приспособиться. Нет никакой гарантии, что после очередной YANDEX-выдачи сайт может не только выпасть из «топа», но и попасть в «бан». Что касается общего ранжирования сайта, основными факторами здесь являются:

- Возраст сайта с момента первого появления в индексе поисковика. Чем дольше сайт «жил» и обновлялся, тем выше так называемый «траст» сайта.
- Выбранная CMS сайта. Как, известно, CMS – основа, фундамент интернет ресурса, а значит, есть непосредственная зависимость от неё.

Правильный выбор хостинг-провайдера. От безопасности, надёжности, грамотной круглосуточной поддержки, уровня программного и аппаратного обеспечения зависит рейтинг вашего сайта, его устойчивость [2].

III. ТЕХНИЧЕСКИЕ СТОРОНЫ ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

К внутренним факторам, влияющим на ранжирование сайта, относятся:

- Текстовое оформление и содержание веб-страниц. Здесь, в первую очередь, следует отметить уникальность текста, значительный объём текстовой информации на странице (не менее 20 кб), количество ключевых слов, их плотность и расположение, грамотное написание и соответствие тематике.
- Стилистическое оформление веб-страницы. Основное внимание необходимо здесь уделить грамотной вёрстке и форматированию веб-страниц в HTML и CSS, наличию заголовков, списков, различных видов шрифтов, разнообразному тематическому наполнению веб-страницы, как то: вставка фото, видео, текстов, таблиц, других элементов.
- Правильное использование мета-тегов и Description Keywords. Наличие ключевых слов и фраз, их лаконичное перечисление и точное соответствие тематике веб-страницы - это основное требование к оформлению мета-тега Keywords. Мета-тег Description – это «лицо» веб-странице в поисковике. Грамотное, привлекательное и информативное содержание мета-тега Description, несомненно, привлечёт посетителей, интересующихся представленной тематикой.
- Релевантность сайта. Выдаваемая по поисковому запросу информация должна полностью ему соответствовать. Например, плохо, если по запросу «книги по программированию» расположена информация о сантехнике.
- Структура сайта. Содержательный, информативный сайт, имеющий большое

количество страниц, наполненных информацией, представленной в виде статей, обзоров, пресс-релизов, новостей, фото- и – видео-сессий, несомненно, является более выигрышным для поисковых систем, а в конечном счёте, и для посетителей интернет-ресурса [3].

- Оптимизация главной страницы. Как правило, для продвижения сайта используется одна страница. Большинство владельцев в этом случае выбирают главную. Её «вес», наличие активных динамических ссылок, ключевых слов и фраз, меню увеличивают шанс подняться в рейтинге поискового трафика.

Внутренняя ссылочная оптимизация. Грамотная перелинковка страниц даст возможность разумно перераспределить общий рейтинг веб-сайта, увеличить «вес» наиболее важных страниц [4].

IV. ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАНЖИРОВАНИЕ ВЕБ-РЕСУРСА САЙТА

Рейтинг веб-ресурса зависит не только от грамотной внутренней технической оптимизации. В конце концов, его ранг в выдаче должен, в первую очередь, соответствовать ценности как информационного ресурса. Если речь идёт о веб-портале, тематика может быть самой разнообразной. Но если это – сайт общеобразовательного учреждения, или интернет-магазин компьютерной техники, большую ценность приобретает количество ссылок на данный сайт с других, сходных по тематике интернет-ресурсов. Рейтинг сайта явно поднимется в ранге поисковиков, если на него многократно ссылаются с других веб-страниц с релевантной информацией. Наличие релевантных ссылок увеличивает степень доверия поисковых систем к данному интернет-ресурсу или так называемый траст. Если релевантность – понятие, относящееся к веб-странице, то траст касается всего веб-сайта. Очень важно при этом иметь ссылки на свой веб-ресурс с так называемых трастовых, авторитетных сайтов, не нуждающихся в борьбе за высокую степень доверия.

К примеру, это могут быть интернет-ресурсы в зоне .edu, .gov. Соответственно, сайт, имеющий ссылки на

данный веб-ресурс, выступает в качестве сайта-донора[5].

Для того чтобы обеспечить внешнюю оптимизацию сайта необходимо руководствоваться следующими основными критериями:

- наличие внешних трастовых ссылок;
- качество исходящих ссылок (с веб-ресурса ссылки должны быть также на трастовые, сходные по тематике ресурсы, а сами ссылки должны содержать ключевые слова или фразы) и их количество (их не должно быть много);
- тематика околоссылочного текста (текст вокруг ссылки должен отражать тематику ссылки)
- место расположения ссылки на странице сайта-донора;
- отсутствие «битых» ссылок, то есть не ведущих никуда;
- большая посещаемость веб-ресурса;
- качественная навигация по сайту (наличие корректно сгенерированной карты сайта, перелинковки страниц, отсутствие редиректов и дублей страниц).

Сочетание внутренней оптимизации и внешней, несомненно, будет оцениваться поисковыми системами и увеличивать ТИЦ и траст сайта. Но всё же, для продвижения сайта в поисковых системах необходим постоянный анализ, регулярное и частое обновление содержания разнообразной тематической информацией, поиск новых решений.

[1] М.Б. Зуев, П.А. Маурис, А.Г. Прокофьев. Продвижение сайтов в поисковых системах. Спасательный круг для малого бизнеса. Издательство: Бинум, 2007, с. 304

[2] Алексей Яковлев. Раскрутка и продвижение сайтов. Основы, секреты, трюки.. БХВ_Петербург, 2007, с. 400

[3] Гусев В.С. Google: эффективный поиск информации в Интернет. Краткое руководство. ,2008, Издательство: Диалектика. с. 240

[4] И. Ашманов, А. Иванов. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Издательство: ИД «Питер», 2008, с. 400

[5] А. Яковлев, А. Чупрун.. Контекстная реклама: основы, секреты, трюки. Издательство: Финансы и статистика, 2009, с. 304.