**Проект Фаза №1**

**Разработена от Десислава Пейкова, ф.н. 85920**

В днешно време интернет става неразделна част от ежедневието. Достъпът до неограничена информация никога не е бил по-лесен. За да се използва пълния потенциал на информацията, трябва да се притежават техники свързани с правилното ползване на търсачки. Някои от тях са свързани с **разширението търсне**.

Могат да се използват различни похвати за търсене в интернет. Много важно е, когато търсим да подбираме добре ключовите си думи. Необходимо е да изберем поне три думи, по които да търсим. Това помага на търсачките да определят най-точно нужната ни информация.   
 Може да се стесни обвата на търсене чрез подходящо подбрани филтри. По този начин се ограничава обхватът на търсене. Филтрите могат да бъдат подбрани по различни критерии, включително платформа, име на продукта или версия. От важност е също как ще търсим информацията, на какъв език ще изпишем думите, търсената информация да бъде логично свързана. Ако знаем точна фраза или цитат е необходимо да използваме кавички. По този начин търсачката ще знае да търси точно този текст и ще предложи сайтове, в които се съдържа точното съвпадение. Неизвестни думи или фрази, които са част от цитата, се заменят със \*. Друга практика е изписването на част от думата и търсачката предлага сходни думи, съдържащи тази част от изписаните символи. При търсене на значение на някоя дума е нужно да се изпише “define“ пред думата за намиране на дефиницията и. Могат да се използват и булевите оператори AND, NOT и OR за да се направи по-конкретно запитване. Поставянето на @ пред името на социална медия осигурява достъп до официалната страница. Често се използва #. Така нареченият hashtag служи за филтър. Когато търсенето е в диапазон от числа, изписването става посредством „..“ между двете числа. При много търсения на неща със сходен интерес, търсачките „научават“ интересите на търсещия. По този начин много по-бързо и на по-предна страница излиза търсеният резултат. При търсене на актьори или музикални изпълнители техните снимки излизатна преден план, така че привличат вниманието на търсещия.Превалутирания се извършват лесно чрез конвентори. Когато се интересуваме от цената на някой продукт е необходимо да напишем в заявката подходящата валута след името на продукта. Когато се интересуваме от спортове, резълтати за мачове или програми за любимите ни отбори излизат като първи резултати.  
 Търсенето посредством търсачки е най-удобната и леснодостъпна библиотека. В заявките за търсене могат да се използват най-различни думи или символи, за получаване на по-точни резултати. С правилните похвати можем да отсеем полезната ни информация точно и бързо.

Сайтът, който аз оптимизирам се казва Regenbogen. Това е информативен сайт за детска езикова школа по немски език. Предлагат се частни уроци за деца от най-ранна детска възраст до гимназисти, готвещи се за матури. В този сайт може да се намери както информация за школата, така и полезни статии със съвети за лесно и успешно учене.

Представлява начална страница със снимки на школата и информация за кого са предназначени индивидуалните уроци. Има ценоразпис на занятията според сформираните групи и нива на езика. Ще намерите полезни и любопитни факти, примери и подходи за изучаване на немски език. На страница с контакти са посочени телефон за връзка и адрес на въпросната детска езикова школа.

Сайтът е статичен и като технологии са използвани html, scc, bootstrap и jquery. Ще бъде качен на безплатен домейн като https://www.000webhost.com/, където може да бъде намерен от интернет търсачки.

За да се използват търсачките в пълния си потенциал, то тогава сайтът трябва да сподпомогна намирането от тях. Някои **инструменти и методи за такава оптимизация** са:

* Скоростна оптимизация

За реализира на оптимизация от страна на програмите за търсене, важна роля играе скоростта на зареждане на страницата. Колкото по-бъро зарежда даден сайт, толкова по-автентичен изглежда той. За това е изклчително важно да се прави анализ и профилиране. Инструменти, които помагат за тази реализация на този проблем са многоброини на пазара. Един пример за такъв инструмент е DotCom.

DotCom-monitor е фирма, която се занимава предимно с подобряване на качеството на предлаганите услуги в интернет. Те предлагат широк набор от продукти, които улесняват разработката и профилирането на изградените сайтове. С техния продукт Website Speed, може да се профилира времето за зареждане на дадена страница от различни точки на света. Такива точки са разположени на всички континенти, като най-много такива има в Северна Америка и Европа.

Друг такъв продукт е GTMetrix. Той, за разлика от Website Speed, анализира освен скоростта и качеството на предоставената услуга. Най-голямата сила на този продукт идва от факта, че той дава ясна картина върху целия процес на зареждането. По този начин лесно можеда бъдат диагностицирани слабите места в изработането на сайта и да бъдат коригирани.

Друг голям дивидент на GTMetrix е, че той дава предложения как да бъдат корегирани проблемните зони. Предлага безплатна версия, в която се дава обширен анализ на страницата. Същото така има и платена такава, която предоставя допълнителни екстри. Някой от тях са анализ на всеки час, наблюдение от отдалечен адрес, услуга, която е по-бърза и с по-висок приоритет и други.

Описните продукти разчитат, че продуктът е разработен и поставен на отдалечен сървер. С други думи, той вече е в публичното пространство. Firefox Extention разчита на съвсем друг подход. Понеже е разширение на брузър, се предлага по време на разрботка на нужния анализ. По този начин правенето на страница, която е с високо качество и леснонамирана от търсачките, става по-удобно и интуитивно. Този подход има и своите негативи. Един от тях е, че използването на самия браузър се забавя значително – той вече се превръща в средство за разработка. Друг негатив е, че не може да се прави профилиране за различни браузъри – възможнст, която предоставят другите предложения.

Предисмтвата вклчват, анализ на това как търсачките по-лесно биха намерили сайта. Дори предоставя примерна позиция, колко от страниците са индексирани от търсачка и т.н. Макар че подходът, по който се достига до извършване на дейността, да е различен, той не е по-малко ефективен.

* **Търсене по думи**

Съществуват различни подходи за намиране на сайтове от търсачки. Един от най-разпространените е с клчови думи. Пример за продукт, който спомага оптимизирането на ключовите думи е Wordtracker Keywords. Този продукт анализира метатаговете и дава подробен отчет. Той е един от най-ранните на пазара. Има и платена версия, която дава по-добри отчети.

Друг подобен продукт е Google Suggest Tool, от който могат да бъдат извлечени често използвани думи или фрази. По този начин може да се направии анализ и да бъде вклчена нужната метаинформация, за да стане сайта лесно откриваем за крайния потребител. Този продук е интересен с това, че е разработен от същата фирма, която е разработила най-голямата търсачка в интернет. Google държи на 90% от пазарния дял в бранша.

Друг подход за оптимизиране на сайта е с подбиране на информацията в него. Средство, което спомага за реализиране на такъв анализ е Website Health Check. Той намира често допуснати грешки. Такива са например добавянето на твърде много информация, по която да търси паякът. Търсачките представят малко думи – до 70. Ако е дадена твърде описателна информация, това би попречило на потреботелите да намерят релевантното за тях. Друга грешка, която този продукт намира, е когато в клчовите думи са въведени приканващи съобщения от рода на „добре дошли“. Те не носят никаква информация на потребителите, но затрудняват намирането от търсещия робот.

* **Реклама**

Един от алтернативните начини, по който сайтът става лесно намираем, е с платена реклама. Те се намират най-отгоре на страницата с търсене и стават лесно видими за крайния потребител. Друг е с реклама от странични источници, където ресурса се хваща директно през URL. Статистически проучвания показват, че хората, които знаят какво търсят, предпочитат да напишат сайта в търсачка, пред това да въведат целия адрес.

* **Заключение**

За да бъде създаден висико използваем сайт, човек трябва да е наясно с редица фактори. Няма едно средство, което да покрива всички изисквания. За да се постига високо ниво на качеството на услугата, то трябва внимателно да бъдат следени тенденциите на развитие в бранша, развитието на търсачките и производителят да знае, че промяната е в основата на информационните технологии.

**Съществуват и услуги, който спомагат оптимизацията и са онлайн.** За тях не е нужно да си дърпаш клиен на компютъра, който да взима процесорно време и памет. Пример за такива услуги са:

* **Google analytics**

Google analytics е безплатна WEB услуга, която е предоставена от google и предоставя възможности като търсене в сайт, с чиито анализ лесно може да се проследи какво всъщност търсят потребителите, анализ върху страницата, който спомага за по-ясна визуализация как потребителите използват сайта и анализ на скоростта на страницата, който проверява бързината на зареждане, която определя класирането на предни позиции на сайта в търсачките. Безплатната версия е ограничена до гледането на 10 млн. страници месечно. На тези, които ползват активният акаунт Google AddWords се предоставя възможността да преглеждат неограничен брой страници. Особеността на обслужването е в това, че администраторите на уеб сайтовете могат да оптимизират маркетинг и бизнес кампании на Google AdWords с помощта на анализираните данни, получени от Google Analytics за това от какво се интересуват потребителите, къде се намират, колко дълго присъстват на сайта и колко се задържат. Обслужването е интегрирано с Google AdWords. Клиентите виждат групи с обяви, които излизат от ключовите думи, зададени от Google AdWords. Също така са достъпни различни възможности, включително и разделянето на посетителите на групи.

* **Google AdWords**

Google AdWords е онлайн базирана рекламна платформа. Предлага се от Google и представлява лесен модел за създаване на кратки текстови реклами и банери. Базирани са върхупривличане на повече клиенти, катопоказването на рекламата зависи от ключовите думи, избрани от работодателя. Рекламите се появяват върху официалните сайтове и приложения на Google. Рекламодателите плащат за реклама, когато потребителите проявят интерес и кликнат върху нея, за да научат повече, а съответно сайтовете партньори на Google получават процент от цената на клика. Ползите от рекламите са, че благодарение на изкачането им спрямо интересите на потребителя, сайтовете бират промотирани и привличат повече посетители.

**Оптимизация на Regenbogen:**

За да бъде лесно намираема Regenbogen, е нужно да бъдат предприети оптимизационни процедури. В долупосечента таблица, са описани такива за всяка страница поотделно:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| title на страницата | начало | ценоразпис | как учат децата | за малки деца | контакти |
| съдържание | Тук ще откриете отговорите на въпросите за кого са предназначени частните уроци по немски език, отговарят ли на вашите изисквания и нужди, на какви възрастови групи са разделени уроците и подходящи ли са за вашето дете | Ценоразпис на курсовете, като предлагаме съботно-неделни и индивидуални занятия | Изучаването на чужд език в ранна възраст винаги води до положителни резултати, понеже децата приемат информацията като игра | Децата не могат да преценят кой език е първи за тях и поради тази причина те могат еднакво добре да усвоят повече от един основен език | Адрес София, улица Мальовоца. Немска езикова школа Regenbogen. Телефон за връзки. |
| URL address | /Regenbogen/index.html | /Regenbogen/pricing.html | /Regenbogen/learning.html | /Regenbogen/kids.html | /Regenbogen/contact.html |
| ключови думи | немски, език, уроци, софия, индивидуални, частни, матури, гимназисти, прогимназисти, образование, деца, german, language, lessons, sofia, tutors, private, individual, course, classes, children, kids | цени,ценоразпис, немски, език, уроци, софия, индивидуални, частни, матури, гимназисти, прогимназисти, образование, деца, price, german, language, lessons, sofia, tutors, private, individual, course, classes, children, kids | немски, език, уроци, деца, детски филми, анимация, сериал, книга, приказки, деца, родители, german, language, children, kids, books, fairy tale, animated cartoon | немски, език, уроци, чужди езици, деца, основен език, двуезичие, креативност, абстрактно, мислене, акцент, Малкълм Гладуел, игра, подкрепа, деца, родители, изучаване, подкепяща мреж, любопитство, култури | немски, език, уроци, софия, индивидуални, частни, матури, гимназисти, прогимназисти, образование, деца, german, language, lessons, sofia, tutors, private, individual, course, classes, children, kids |
| meta description | charset="utf-8" viewport="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no" | charset="utf-8" viewport="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no" | charset="utf-8" viewport="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no" | charset="utf-8" viewport="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no" | charset="utf-8" viewport="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no" |