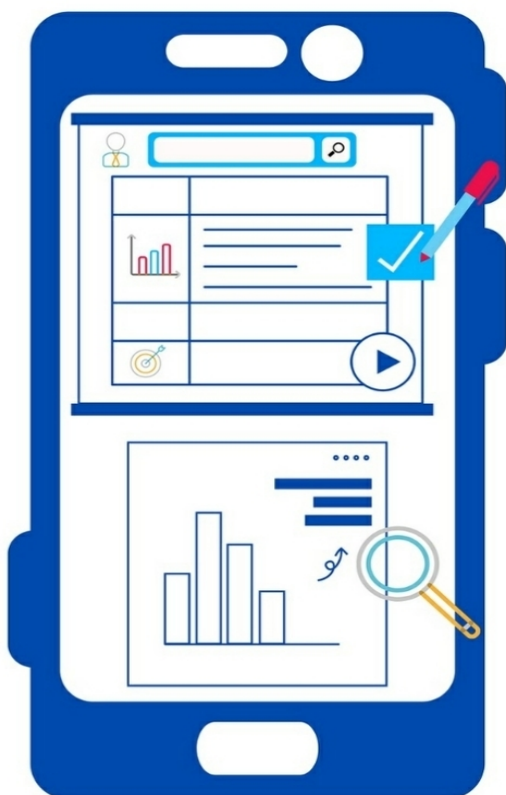


**С.Бардин**  
**ТОЛКОВОЕ**  
**РУКОВОДСТВО ПО**  
**SEO**  
**ПРОДВИЖЕНИЮ И**  
**ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА**



12+

Готовы узнать секрет поисковой оптимизации? Что ж, должны вас разочаровать, так как в оптимизации нет ни секретов, ни каких-либо фокусов. Что вам действительно нужно, так это глубокое понимание, что хотят найти люди, когда заходят в поисковую систему и как этими знаниями воспользоваться. Тот факт, что в SEO нет секретов, и делает продвижение сложным.

Нами подготовлен не среднестатистический текст о SEO, здесь вы узнаете, какие стратегии эффективны и нюансы, которые важно знать.

Вот четыре аспекта, в которых нужно разбираться, чтоб добиться успеха в оптимизации и продвижении сайта:

- 1. Как понять, что ищут ваши клиенты*
- 2. Как оптимизировать сайт*
- 3. Как сделать сайт авторитетным (для поисковых систем и для людей)*
- 4. Как измерить успех*

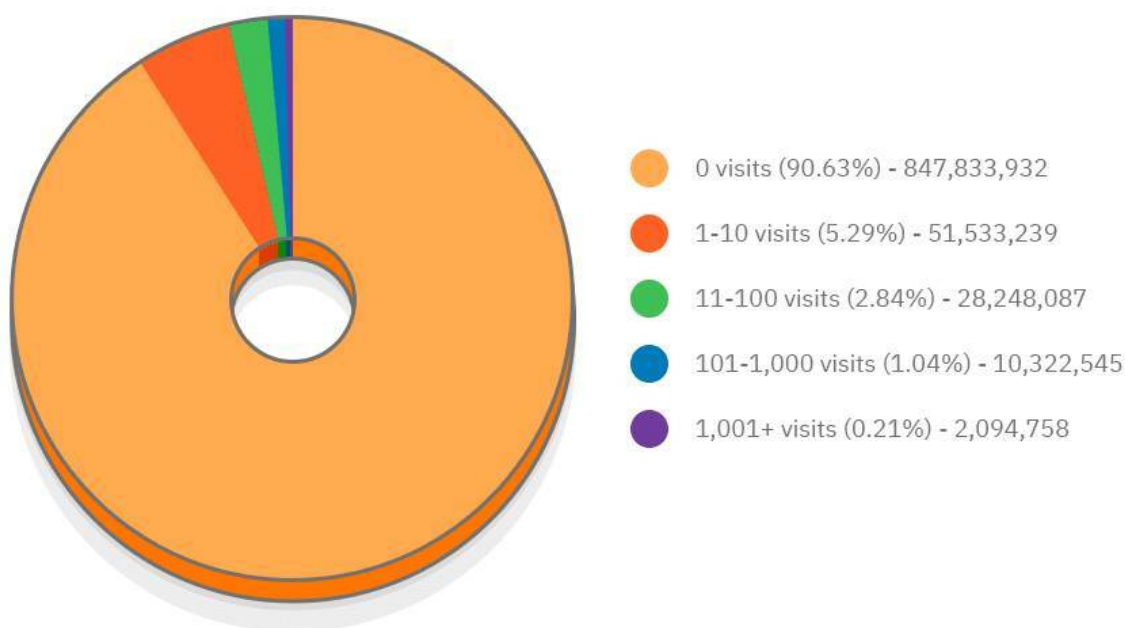
Итак, возьмите чашечку кофе, блокнот и продолжайте читать

# Как понять, что ищут ваши клиенты

**Аналитика ключевых слов** – единственный способ понять, какую информацию хотят найти пользователи поисковых систем.

Владелец сайта обязан обладать такой информацией, чтобы не публиковать контент на темы, которые никого не интересуют. К сожалению, многие совершают эту ошибку, что, является одной из ключевых причин, по которой 90,63% веб-страниц не имеют никакого трафика из Google.

## 90.63% of pages get no organic search traffic from Google



(based on a study of over one billion pages in Ahrefs' Content Explorer index)

ahrefs

Ключевые слова не только определяют тематику и стиль подачи контента, но и помогают найти решения задач исключительной важности:

· *Насколько сложно оказаться сайту в первом экране поисковой выдачи?*

· *Каков объем трафика у сайта, когда он ранжируется по ключевому слову?*

· *Какие темы контента и в какой подаче нужны сайту, чтоб объем трафика рос?*

· *Как посетителей, зашедших на сайт, превратить в клиентов?*

Найдя ответы на эти вопросы, вы выйдете победителем в битве с поисковыми системами.

***Что для этого нужно:***

Проведите мозговой штурм. Если у вас уже есть продукт или бизнес, который вы хотите продвигать в Интернете, легко придумать ключевые слова. Просто подумайте, что люди вводят в Google, чтобы найти то, что вы предлагаете.

***Как это сделать? Как ни странно, отправной точкой в этом путешествии станет здравый смысл.***

Представьте, что вы блогер и хотите оптимизировать свой сайт, чтобы клиенты размещали на нем рекламу. Не нужно быть SEO-гением, чтобы предположить, что ваши клиенты, с большей степенью вероятностью, ищут:

«реклама у блогеров»

«стоимость рекламы у блогера»

«купить рекламу у блогера»

Прежде чем начинать оптимизацию по этим ключевым словам, подумайте о том, что еще могут искать ваши клиенты, и запишите идеи в блокнот. Не нужно переусердствовать – подойдет несколько крепких идей.

***Готово? Отлично. Давайте теперь проведем некоторые исследования***

## **Выясните, как клиенты ищут информацию (о вас или вашем блоге)**

Вероятно, некоторые из них ищут эту информацию, используя название блога или наиболее популярные его темы. Как это делают остальные – это другой вопрос.

Итак, сначала выясните, как чаще всего люди ищут то, что вы делаете. Для этого можете использовать идеи, которые вы уже набросали. Начните с поиска в Yandex или Google одного из слов или фраз из вашего списка. Неважно, на сколько короткой или многословной получится фраза.

Вот несколько первых результатов поиска:

реклама у блогеров

Найти

Поиск

Картинки

Видео

Карты

Маркет

Новости

Переводчик

Эфир

Кью

Услуги

Музыка

Все

📖

Гид по **рекламе у блогеров** и инфлюенсеров

unisender.com > ru/blog/kuhnya/reklama-u-bloggerov-i...

Цена **рекламы у блогеров** зависит от формата, вовлеченности и размера блогера. Понятно, что записать видео на YouTube и записать 15-секундное сториз в Instagram — совсем разная работа. Мне довелось покупать сториз у... [Читать ещё >](#)

📖

Обзор бирж **рекламы у блогеров** - Блог Storiesgain.com

blog.storiesgain.com > obzor-birzh...u-bloggerov/

Наша цель сделать **рекламу у блогеров** удобнее и эффективнее, а значит было бы ... Мы подготовили подробный и честный обзор на ряд сервисов **рекламы у...** [Читать ещё >](#)

📖

**Реклама у блогеров: цены, риски и правила**

itbb.ru > Блог > reklama-u-bloggerov-ceny...

С **рекламой у блогеров** есть риски: потеря денег, срыв сроков и репутационные проблемы. ... **рекламирует** что-то каждый день или несколько раз в день... [Читать ещё >](#)

📖

Обзор сервисов и бирж по размещению **рекламы...**

blog.ingate.ru > detail...f...razmeshcheniyu...u-bloggerov/

**Реклама у популярных блогеров** — идеальный инструмент для создания потребности в товарах или услугах компании. [Читать ещё >](#)

📖

**Работа с блогерами: как сделать продающую рекламу?**

apollo-8.ru > rabota-s-bloggerami/

**Реклама у блогеров** поможет вам качественнее продвигать свои товары и услуги в сети с помощью лидеров ... **Реклама у блогеров: как не потратить бюджет впустую?** Интернет-маркетинг. Как заказать **рекламу у блогеров**, которая... [Читать ещё >](#)

📖

Сколько стоит **реклама у блогеров 2020** - trendHERO

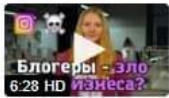
trendhero.io > ru/blog/ad-cost/

Стоимость **рекламы у блогеров**. **Реклама** в Instagram у лидеров мнений имеет очень относительные расценки. Так, цена поста у топовых инфлюенсеров может варьироваться в диапазоне от 1 000 до 20 000 долларов. Например, в... [Читать ещё >](#)

📖

Работает ли **реклама у блогеров** в Инстаграме? - YouTube

youtube.com > watch?v=AXpw2IW0RWc



Блогеры - это бизнес?  
6:28 HD

Мы любим эксперименты и нередко тестируем что-то на себе. недавно мы рассказывали о том, как участвовали в giveaway в инстаграме....

📖

Услуги по контекстной **рекламе** — Результат гарантируем!

inetra.ru > контекстная-реклама    реклама

Настроим контекст в Google Ads и Яндекс.Директ и снизим ваши затраты на **рекламу**! · Не превышаем сроки. Большой опыт в IT. Бесплатная консультация. Гарантия результата

Услуги по разработке · Наши проекты · IT-Итога · Промысловые исследования

Просматривая результаты, вы увидите, что у каждого описания сайта первого экрана есть фраза «реклама у блогеров».

Это важно, потому что веб-сайты, как правило, оптимизируют теги заголовков, поэтому ясно, что сайты-лидеры поисковой системы, уже проанализировали популярные запросы, обнаружив, что запрос

«реклама у блогеров» наиболее популярный способ найти нужную информацию.

Но не будем торопиться с выводами, ведь пока мы не получили окончательное подтверждение нашей гипотезы. Чтобы убедиться, что выбранные нами поисковые запросы можно использовать как ключевые слова для продвижения сайта, проверим их, используя специальные сервисы.

Существуют множество как платных, так и бесплатных программных решений.

Самое простое решение: <https://wordstat.yandex.com>

The screenshot displays the Yandex Wordstat web interface. At the top, there are navigation links: Поиск, Картинки, Видео, Перевод, Почта. The main search bar contains the query 'реклама у блогеров'. Below the search bar, there are tabs for 'По словам', 'По регионам', and 'История запросов'. The 'По словам' tab is active, showing a list of related search queries and their monthly search volume. The table has two columns: 'Статистика по словам' and 'Показов в месяц'. The data is as of 25.10.2020.

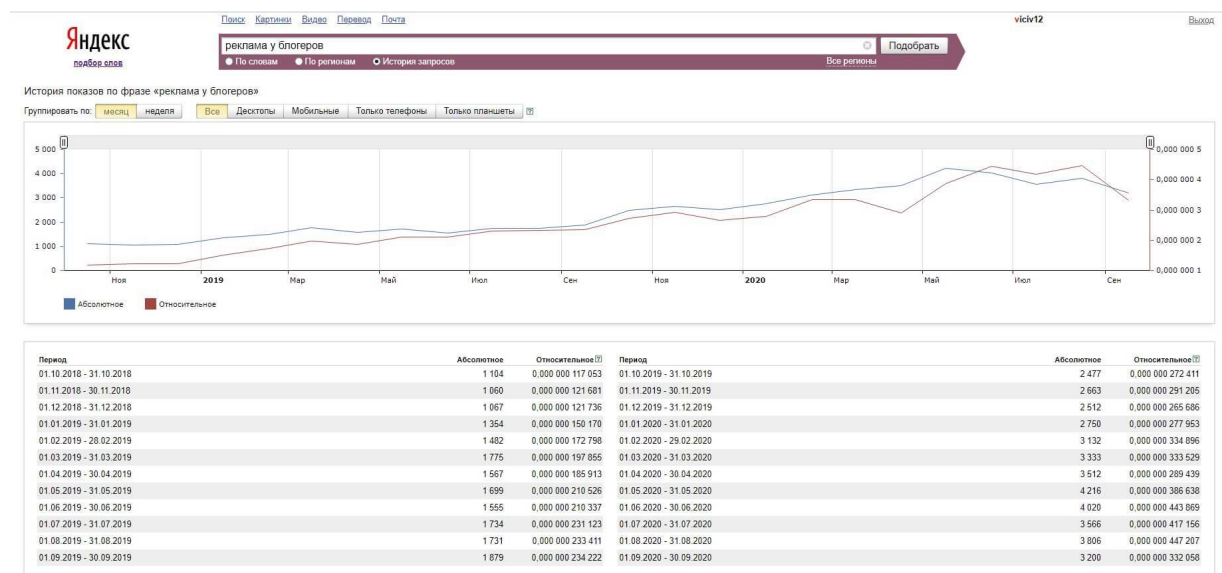
Статистика по словам	Показов в месяц
реклама блогеров	4 560
реклама +у блогеров +в instagram	450
сколько стоит реклама +у блогеров	289
реклама +у блогеров +в instagram цены	187
тз +для рекламы +у блогера	143
стоимость рекламы +у блогера	133
реклама +у блогеров +на ютуб	126
макеты +для рекламы +у блогеров	116
тз +для блогера +на рекламу образец	113
реклама +у блогера +в сторис	101
блогеры +с рекламой instagram	76
купить рекламу +у блогера	75
+как заказать рекламу +у блогера	67
макет +для рекламы +у блогера +в instagram	65
тезисы +для рекламы +у блогеров	62
менеджер +по рекламе +у блогера	60
реклама +в instagram +у блогеров	54
реклама через блогера	52
+как написать блогеру +по поводу рекламы	47
реклама +у блогеров тик ток	45
реклама инсты +у блогеров	44
поиск блогеров +в инсте +для рекламы	44
тз +для блогера +на рекламу пример	37
сколько стоит реклама +в instagram +у блогеров	31
письмо блогеру +с предложением +о рекламе	30
техническое задание +для рекламы +у блогера	29

On the right side, there is a section titled 'Запросы, похожие на «реклама у блогеров»' with a table showing similar queries and their monthly search volume. The top query is 'реклама instagram' with 104 310 views.

Статистика по словам	Показов в месяц
реклама instagram	104 310

Мы видим, что эта поисковая фраза популярна, видим и релевантные варианты поиска. Теперь нужно понять какова тенденция популярности этой фразы, ведь система ясно дала понять, что данные первого экрана собраны лишь за последний месяц.



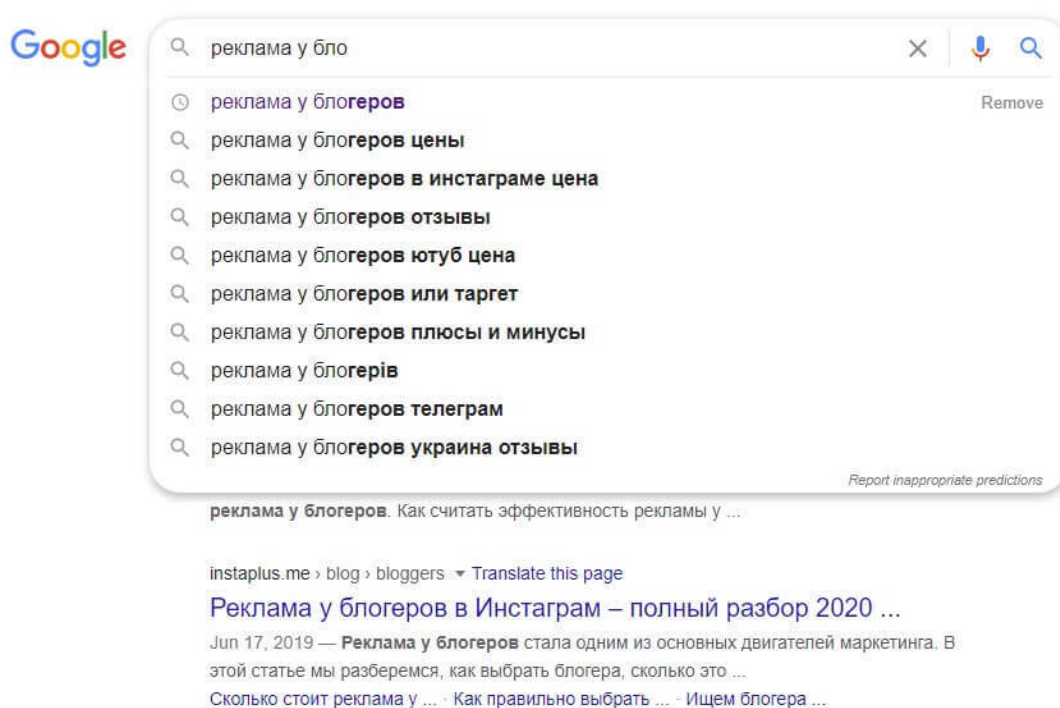


**Бинго! Мы видим, что выбранное словосочетание — перспективная ключевая фраза. И наша гипотеза подтверждена.**



## Проведите исследование поисковых запросов более детально

Самый простой способ – посмотреть на результаты автозаполнения Google. Перейдите в Google и начните вводить запрос в поле поиска, но не нажимайте Enter! Google немедленно предложит дополнительные поисковые запросы, которые использовали люди:



Вы можете повторить эту процедуру и получить больше результатов, добавляя по очереди буквы алфавита:



реклама у блогеров в

- реклама у блогеров в **инстаграме** цена
- реклама у блогеров в **инстаграм** украина
- реклама у блогеров в **инстаграме**
- реклама у блогеров в **инстаграм** отзывы
- реклама у блогеров в **инстаграм** цены
- реклама у блогеров **вконтакте**
- реклама у блогеров в **тик ток**
- реклама у блогеров в **сторис**
- реклама у блогеров в **инстаграм** цена
- реклама **в инстаграм** у блогеров

[Report inappropriate predictions](#)

реклама у блогеров. Как считать эффективность рекламы у ...

[instaplus.me](#) > blog > bloggers > Translate this page

### Реклама у блогеров в Инстаграм – полный разбор 2020 ...

Jun 17, 2019 — **Реклама у блогеров** стала одним из основных двигателей маркетинга. В этой статье мы разберемся, как выбрать блогера, сколько это ...  
[Сколько стоит реклама у ...](#) · [Как правильно выбрать ...](#) · [Ищем блогера ...](#)

Если вы хотите узнать, какие вопросы задают (и что ищут), проверьте информацию в поле «People also ask» в Google



реклама у блогеров

### Сколько стоит реклама у блогеров 2020 - гетблоггер

Feb 2, 2020 — Почему стоит брать **рекламу у блогеров**. Кричащие уличные билборды, контекстные баннеры, реклама на ТВ, джинглы на радио так ...

#### People also ask

Что такое реклама у блогеров?



Сколько стоит реклама в Инстаграм у блогеров?



Что такое Гетблоггер?



Как выбрать блогеров для рекламы?



[Feedback](#)

[ain.ua](#) > 2020/07/02 > kak-sdelat-rek... > Translate this page

### Как сделать рекламу у блогеров более эффективной с ...

Jul 2, 2020 — Influencer-маркетолог Лия Канарская рассказала о тех ситуациях, когда продвижение у **блогеров** в Instagram не принесет вам результатов ...

## Воспользуйтесь специальными сервисами по анализу ключевых слов конкурентов

Иногда не стоит выдумывать велосипед, если это уже кто-то сделал, согласны? Тогда ползучие бесценный массив информации, воспользовавшись данными конкурирующих площадок. Так можно не только подобрать ключевые слова, но узнать много нового и интересного.

**Spy words** (<https://spywords.ru/>)

*Spy words* бесплатно анализирует запросы конкурирующих площадок и видимость доменов в поисковых системах Яндекс и Google. Чтобы расширить инструментарий аналитики, нужно перейти на любой из трех платных пакетов (от 1928 рублей в месяц).

**iSpionage** (<https://www.ispionage.com/>)

Используя этот программный инструмент, можно определить конкурентов, узнать полный список их ключевых слов, детали их SEO стратегий, ориентировочный бюджет на продвижение. Сервис условно бесплатный. Так ежедневно можно получать 10 отчетов и 3 оповещения о данных конкурентов.

## **Расширьте список ключевых слов, находя их на интересных площадках**

Результаты поиска ключевых слов в Google, Yandex и с использованием профессиональных инструментов могут дать отличный старт, но этого недостаточно.

Чтобы действительно добиться успеха в SEO, нужно досконально знать, о чем говорят в вашей тематической нише, какие ответы пользователи ищут прямо сейчас.

Используйте любую возможность, чтобы пообщаться с вашей целевой аудиторией и обратите особое внимание на терминологию, которая используется. Делать это напрямую — хорошая идея, но требует много времени. Поэтому найдите площадки, на которых общаются представители вашей целевой аудитории:

Тематические группы и страницы в Facebook;

*Паблики в Instagram или популярные каналы в Дзен;*

*Группы в LinkedIn (больше ориентированы на B2B);*

*Любой веб-сайт или социальная сеть с большим количеством посетителей и пользовательским контентом может служить источником идей для составления перечня ключевых слов;*

*Подкасты также могут стать источником вдохновения.*

Проявите творческий подход к подбору ключевых слов, ведь идеи для вдохновения можно найти в самых неожиданных местах.

## Детально изучите свою тематическую нишу

**Контент-маркетинг** — это искусство создания полезного и уникального контента для привлечения на сайт целевой аудитории. Если думаете, что достаточно написать замечательную статью на интересную для вас тему, это далеко от истины. Важно создавать контент, интересный пользователем, поэтому прежде всего выясните, какие темы популярны в вашей сфере, и только после составляйте контент план.

Для этого стоит начать с анализа наиболее популярных каналов в соцсетях (*Youtube, Telegram, Дзен, Instagram, Facebook и т.д.*): (<https://www.t30p.ru/Zen.aspx>)

Посмотрите, о чем пишут, что обсуждают, каков стиль подачи материала. Вы можете фильтровать, сортировать результаты с учетом времени публикаций.

## Будьте в курсе активности конкурентов

Если знаете, с кем конкурируете, то воспользуйтесь сервисами по нахождению о них упоминаний. Для поиска упоминаний бренда разработаны программные решения:

### **Google Alerts**

*Google Alerts* помогает получить информацию о деятельности конкурентов, публикуемую в блогах, сайтах, на форумах. Информация поступает на E-mail как только робот обнаружит результат по указанному запросу. Сервис интуитивно прост и бесплатен

### **Mention**

Здесь можно провести мониторинг упоминаний бренда на миллионе всевозможных источников.

*Mention* имеет базовую бесплатную версию и платную, цена которой стартует от 29\$ в месяц с бесплатной демо-версией на 14 дней.

### **Brand24**

С помощью сервиса можно найти упоминания о брендах и эмоциональные оценки их клиентов. Результаты сгруппированы по виду источников: Facebook, Twitter, видео, фото, блоги и т. д.

Сервис платный, цена стартует от 49 \$ в месяц при бесплатном 14-дневном тест-периоде.

### **Hootsuite**

Помогает монитор упоминание о компании в соцсетях: FB, Twitter, LinkedIn, Google+ и др. Сервисом можно пользоваться бесплатно в течении 30 дней. Минимальный тариф – 9.99\$.

### **Open Social Buzz**

Сервис предоставляет упоминания о компании в соцсетях – в FB, Twitter, LinkedIn и т.д.

При использовании бесплатной версии (две недели), можно ежедневно вводить по 100 запросов и получать на почту два уведомления. При платной версии доступен более широкий функционал. Ежемесячная плата за использование сервиса стартует от 3,49 € в месяц.

# **Как оптимизировать сайт**

Исследование ключевых слов – это лишь первый шаг к привлечению органического трафика. Вам необходимо убедиться, что страницы сайта хорошо структурированы, удобны как для пользователей, так и для поисковых систем.



## У сайта должен быть интуитивно понятный интерфейс

Ваши усилия по оптимизации должны начинаться с того, чтобы убедиться в том, что посетителям нравится пользовательский интерфейс (UX). Используйте дизайн и типографику, чтоб помочь пользователям знакомится с контентом. Удалите ненужные элементы, например, всплывающие окна, лишние поля выбора, дизайнерские украшения и т.д. Все это может раздражать посетителей сайта.

Как бы ни привлекательно выглядел ваш сайт, для поисковых систем он всего лишь набор цифр и символов (посетитель, кстати, тоже). Поэтому нет ничего проще, контролировать поведение посетителей – их принятие (или неприятие) интерфейса и контента сайта.

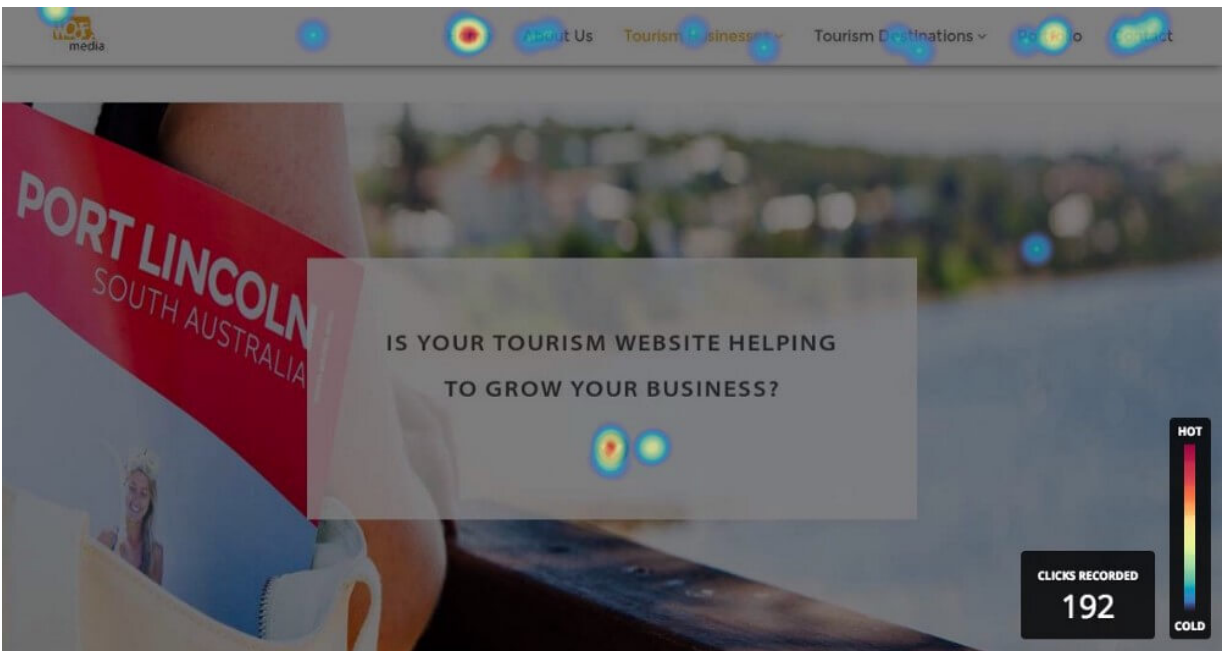
Для этого воспользуйтесь специальным сервисом:

**Hotjar** <https://www.hotjar.com/>

Этот сервис позволяет понять на сколько удобен интерфейс, что нравится пользователям, что их мотивирует, как часто нажимают на кнопки «Позвонить», «Написать» или «Узнать адрес».

Ниже представлена «тепловая» карта страницы сайта, где видно, какие элементы страницы интересны посетителям, какие нет. Используя этот сервис, сможете внести коррективы на сайте, так, чтобы он «подстроился» под поведенческую логику посетителей, которых не только заинтересовал ваш сайт, но и сподвиг на активные действия.

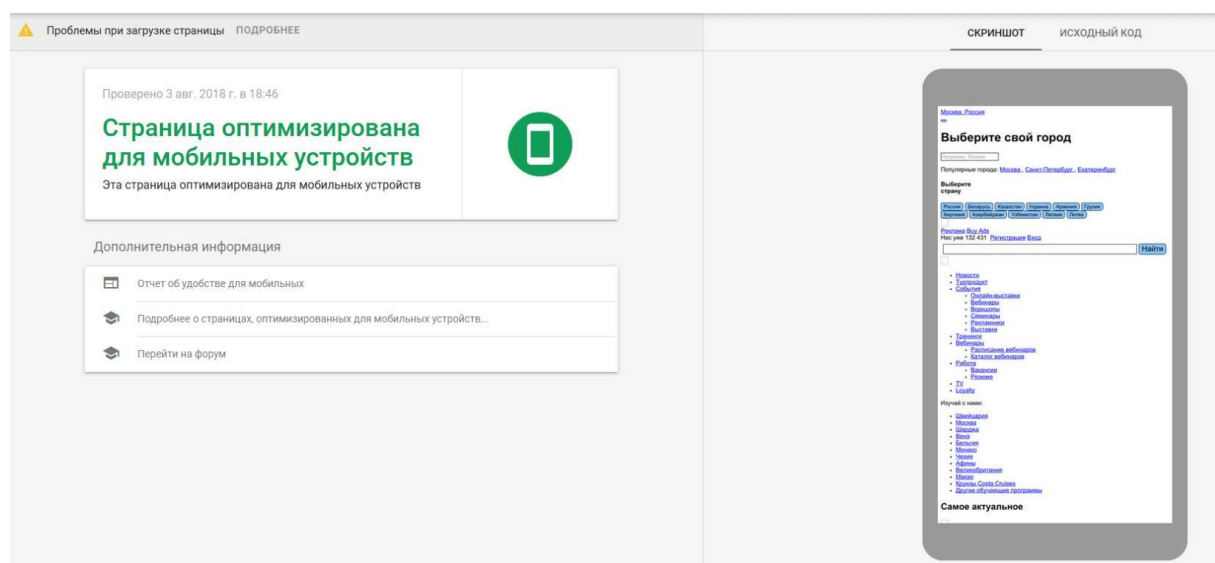
Сервис можно использовать бесплатно, анализируя до 2000 страниц в день.



Сайт работает на вас 24/7, поэтому не позволяйте этому неустанному помощнику функционировать вхолостую. Помогите ему доставлять клиентов прямо «к вашей двери».

# Интерфейс сайта должен быть «Mobile-friendly»

Согласно исследованиям, более 60% поисковых запросов выполняется с мобильных устройств. Эта доля поиска продолжает стремительно расти. Поэтому с 2015 Google использует фактор «Mobile-friendly» (дружественность сайта с мобильными устройствами) в качестве ключевого параметра при оценке сайта в мобильном поиске. Если сайт не «заточен» под вывод на малый экран мобильных устройств, он со временем станет невидимым в мобильном поиске.



Постоянно обновляемые поисковые алгоритмы Google уже сейчас понизили рейтинг сайтов, не удобных для пользователей мобильных устройств. В «Mobile-friendly» важную роль играют-таки параметры: тип и размер шрифтов, расстояние между кнопками или блоками и т.д.

Проверьте на сколько ваш сайт «Mobile-friendly», воспользовавшись бесплатным инструментом Google Mobile-Friendly Test (<https://search.google.com/test/mobile-friendly>)

## **Контент должен соответствовать «цели поиска»**

Желание продвигать сайт, по ключевым словам, еще не означает, что именно так и произойдет, даже если на сайте актуальны все традиционные элементы SEO. Так происходит из-за так называемого поискового намерения.

Есть три основных «типа» поисковых запросов:

Навигационный: пользователь интернета ищет конкретный веб-сайт, например, «[название компании] сайт».

Информационный: пользователь намерен узнать что-то конкретное по определённой теме, например, «сколько стоит реклама на сайте».

Транзакционный: пользователь намерен приобрести определенный продукт/услугу, например, «заказать рекламу на сайте».

Поисковые запросы с высоким уровнем коммерческого интереса более ценны, поскольку пользователь готов сделать покупку и, следовательно, с большей вероятностью потратит деньги, как только попадет на ваш сайт.

Но намерение пользователя (намерение поиска) не всегда понятно, исходя из поискового запроса. Например, о чем говорит запрос «лучшие цены на рекламу на сайте»?

Понять цель поискового запроса будет проще, если проанализировать, какие страницы ранжируются по этому поисковому запросу.

Почему так происходит? Поскольку цель поисковой системы – удовлетворить потребность пользователей, поисковый робот внимательно следит за поведением людей, которые используют в поиске определенные термины. Система пытается предложить такую поисковую выдачу, которая наиболее релевантна поисковому запросу.

Никогда не создавайте контент, не поняв цели поиска (намерение поиска), стоящей за поисковым запросом.

## **Оптимизация страниц – следующий шаг в SEO-стратегии**

Даже таргетинг на самые прибыльные ключевые слова с «лучшим» содержанием не поможет, если страницы не оптимизированы для поисковых систем.

Существует множество способов это реализовать (мы расскажем дальше), но сначала рекомендуем установить плагин SEO, например, Yoast SEO (<https://ru.wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>) (если используете WordPress). Плагин бесплатный, простой в настройках, и идеально подходит для новичков в поисковой оптимизации.

## Используйте короткие описательные URL-адреса

Веб-адрес веб-страницы отправляет поисковым системам сигнал о том, какая информация на ней представлена.

Структура URL-адреса сайта должна быть простой. Подумайте о том, чтобы организовать контент на странице так, чтобы ее URL-адрес был выстроен логично и понятен для пользователя (по возможности, читаемые слова, а не длинная строчка с непонятными символами и идентификационными номерами).

*Приведем пример:*

**Плохой адрес страницы:**

<https://medium.com/russian/%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D1%85%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B0%D0%B8%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%B8%D1%85%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85%D0%B2%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B0%D1%85-c6c1aa6c32>

**Хороший адрес страницы:**

<https://meduza.io/games/seychas-my-nazovem-vash-realnyy-voznrast-opirayas-na-sovety-pavla-durova-gotovy>

Важным преимуществом описательных адресов является то, что можно включить ключевое слово (или фразу). Сразу необходимо предупредить, нельзя вставлять ключевые слова в URL, если контент страницы им не соответствует.

# Ваш сайт грузиться так медленно

Исследования показывают, что до 40% пользователей покидают сайт, загрузка которых занимает более 3 секунд. Поэтому поисковые системы уделяют огромное значение скорости загрузки сайта.

Чтобы проверить загрузку сайта (и определить ошибки, которые его замедляют), используйте Google's PageSpeed Insights tool (<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>)

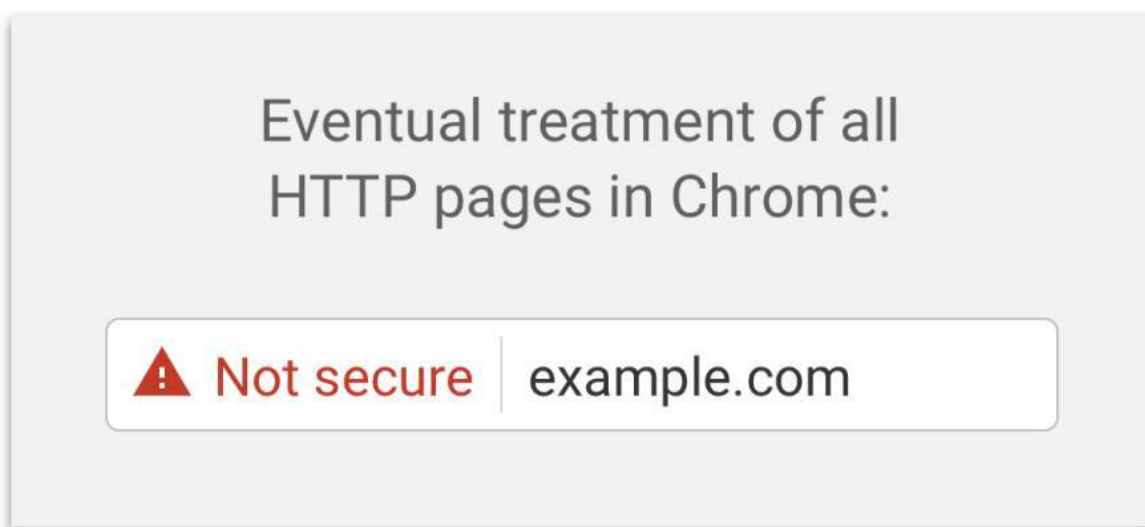
Скорость загрузки сайта можно проверить на GTMetrix (<https://gtmetrix.com/>) или Webpagetest (<https://www.webpagetest.org/>)

Facebook также контролирует скорость загрузки сайта. Это происходит так: если пользователь соцсети поделился ссылкой со страницы сайта в Facebook, а сайт не оптимизирован с точки зрения загрузки, Facebook с меньшей вероятностью покажет эту ссылку вашей аудитории.



## Обеспечьте пользователям сайта безопасность

Вы, несомненно, встречали сообщение, представленное ниже при заполнении форм, а тем паче, при внесении персональных или финансовых данных. *Помните вашу реакцию?*



Чтобы сайт стал благожелателен к пользователям, необходимо позаботиться о защите их данных. Для этого необходим сертификат SSL.

SSL-сертификат обеспечивает защиту личных данных посетителей путем шифрования, пресекая перехват информации третьими лицами. Наличие SSL-сертификата Google считает «рейтинговым фактором», обеспечивая сайт более высокой скоростью загрузки.

С января 2017 года Google добавил предупреждающие сообщения для пользователей сайтов в браузере Chrome, о том, что сайты, не имеющие SSL-сертификата, небезопасны для пользователя.

Скорость и безопасность – основные критерии успеха электронного бизнеса. Когда на загрузку сайта уходит больше 3 секунд, вы лишаетесь потенциального дохода, теряя позиции в поисковых системах. А когда сайт не защищает информацию пользователей, у

взломщиков открываются широкие возможности нанести удар и по вашей репутации, и по вашей прибыли.

Поэтому есть только одно решение – сайт должен иметь сертификат SSL.

## **Если у вас международный бизнес (с широким клиентским гео-охватом)**

Если ваш сайт, например, размещен на сервере в Риге, а пользователи (клиенты) хотят зайти на него в Канаде. неужели придется отправить информацию сразу через огромный Тихий океан? Как-то не слишком удобно, не находите?

***Чтобы этого избежать, используется CDN.***

**CDN** – это система быстрой доставки контента. В CDN используется множество серверов, географически расположенных между исходным сервером веб-контента и запрашивающим его пользователем.

В нашем примере с CDN копия веб-сайта будет загружена в Северной Америке, что приведет к оперативной загрузке контента на устройстве пользователя, находящегося в этом регионе, то есть в Канаде.

Уточните у разработчика вашего сайта, как поступить, если у вас широкий географический охват клиентов (пользователей).

## **Создайте карту сайта**

В карте сайта (это XML-файл) перечислены все страницы сайта. Карта не является обязательным атрибутом сайта, однако ее наличие дает целый ряд преимуществ: во-первых, удобство в навигации, во-вторых, более быструю индексацию поисковыми роботами.

Поисковые системы используют карту сайта, чтобы распознать как общую структуру сайта, так и все его страницы. Наличие карты сайта не влияет напрямую на его рейтинг, но позволяют поисковым системам быстрее индексировать вновь создаваемые страницы.

## **Загрузите файл robots.txt**

В то время как карта сайта раскрывает структуру веб-сайта, файл robots.txt предоставляет инструкции для сканеров поисковых систем, какие части сайта следует индексировать, а какие нужно пропустить.

## **Внутренние ссылки между страницами**

Стратегические ссылки на различные страницы веб-сайта – отличный способ мотивировать поисковые системы сканировать ваш сайт, направляя их на самые важные страницы. Внутренняя перелинковка увеличит количество просмотренных пользователем страниц и время нахождения их на сайте.

## Удалите вредоносный код

Если в результатах поиска вы заметите пометку «Этот сайт может угрожать безопасности вашего компьютера», значит, на сайте присутствует вредоносный код. Чтобы его удалить, прочитайте рекомендации Яндекса.

(<http://help.yandex.ru/webmaster/security/cure.xml>)

Яндекс



Сайт **mysite\*\*\*.com**  
может угрожать безопасности вашего  
компьютера.

По нашим данным, на страницах сайта был размещён вредоносный программный код. Это могло произойти как по желанию владельцев сайта, так и без их ведома — в результате действий злоумышленников.

Более подробную информацию об угрозе или безопасную копию сайта можно посмотреть на [странице с полными данными о заражении](#).

Уйти со страницы

[Игнорировать это предупреждение](#)



# Оптимизация контента

Все еще делаете ставку на ключевые слова при продвижении контента? Пожалуйста, не надо!

Это давно проигнорировано Google, но мы по-прежнему находим сайты, которые перегружены ключевыми словами, что называется «переспамом» или «seo-кашей».

Сегодня главным триггером успешного сайта является полезный контент. Напоминаем, поисковые роботы не любят статьи, которые не читают. Если текст читают, поисковики ранжируют его выше.

Если разработчик или веб-дизайнер вашего сайта все же рекомендует делать ставку на ключевые слова, рекомендуем отправить его на эту страницу (англ.) (<https://webmasters.googleblog.com/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>)

Конечно, для SEO сайт должен быть хорошо структурирован и технически подготовлен. Но прежде стоит уделить внимание тому, КАКОВ идеальный его посетитель (клиент) и определить, чем контент сайта будет полезен. Исследуйте, какие инфопотребности у вашего идеального посетителя (клиента), а после структурируйте контент так, чтобы ответы на эти вопросы были легкодоступны и представлены в легкой форме.

Лучшим аналитическим инструментом являются сами клиенты, которые звонят вам или задают вопросы в любой электронной форме!

Также существуют бесплатные онлайн-инструменты для проведения быстрых маркетинговых исследований по тематикам и вопросам, которые задают ваши идеальные клиенты.

И один из лучших (бесплатных) инструментов является Google Trends (<https://trends.google.com/trends/?geo=US>). Спросите у Google, что интересует ваших клиентов, что их волнует, на какие вопросы они ищут ответы.

# Структурируйте контент, используя заголовки и подзаголовки

Заголовки обычно обозначаются символами от H1 до H6 (формат HTML). Чтоб поисковые системы легко понимали структуру страницы и значимость текстовых блоков, необходимо выполнить следующие условия!

**Заголовок H1** должен включать ключевое слово (или фразу) и на странице встречаться не более одного раза.

**Заголовок H2** следует использовать для названий основных разделов страницы и также включать ключевые слова (или фразы).

**Заголовок H3** должен следовать за H2, а H3 за H2 и т.д. В текстовых блоках необходимо четко соблюдать последовательность от большего к меньшему.

Приведем пример правильной структуры контента:

*H1: Реклама на сайте*

*H2: Нативная реклам*

*H2: Историй*

*H3: Стоимость историй в коротком формат*

*H4: Срок подачи заявки на размещение историй*

*H3: Стоимость историй как партнёрского материала*

*H4: Срок подачи заявки на размещение партнёрского материала*

*H2: Специальные форматы*

*H3: Тесты*

*H3: Игры*

*H3: Таймлайн*

*H2: Подкасты*

*H3: Условия участия*

*H3: Срок подачи заявки*

*H3: Стоимость и условия оплаты*

*H2: Наши клиенты (портфолио)*

Структурирование контента помогает поисковым системам в категоризации материала, а читателю легко скользить по статье от начала до конца.

Относительно шрифта заголовков. Необходимо сразу определить тип шрифта заголовков, и в дальнейшем не применять ни одну из возможных его модификаций (например, если заголовку задан шрифт со свойствами «Regular» + «Bold», то при заливке контента применять к заголовкам комбинацию «Italic» + «Bold» неприемлемо).

## Работа с изображениями

Изображения помогают посетителям задержаться на странице сайта дольше. Это хорошая новость. Есть и две плохих. Во-первых, поисковым системам не всегда удастся определить, что изображено на картинке. Во-вторых, при загрузке страницы, картинки могут существенно затормозить этот процесс.

**Что делать?** Нужно помочь поисковой системе считать информацию верно, а для ускорения загрузки страницы, изображения нужно сжать.

### **Атрибут alt.**

В Wordpress и в других системах управления содержимым сайта (CMS) для поисковой оптимизации изображений необходимо заполнить поля «Атрибут alt».

Атрибут alt формирует описание изображения, отображаясь на экране монитора, если картинка почему-то не загрузилась. Нужно наиболее точно 4-6 словами (125 символов) указать, что именно изображено на иллюстрации, вписав в атрибут alt ключевое слово.

### **Как сжать иллюстрации**

Никто не хочет ждать пока грузятся фотографии пиксель...за... пикселем... и уж точно никто не обрадуется необходимости платить за превышение мобильного трафика.

**Как поступить?** Нужно сжимать изображения чтоб ускорить загрузку страницы (идеальное время загрузки страницы – не более 3 секунд). Для этого существуют удобные и бесплатные сервисы:

#### **TinyJPG** (<https://tinyjpg.com/>)

Сервис высокоскоростной обработки изображений. В бесплатной версии можно сжимать до 20 картинок одновременно (не более 500 в месяц). Максимальный вес изображения не должен превышать 5 Мб.

#### **Compressor** (<https://compressor.io/>)

Сервис может осуществить сжатие изображений до 90% с потерей качества (режим Lossy) или с сохранением (Lossless, для изображений в формате JPG и PNG). Размер загружаемого изображения не должен превышать 10 Мб.

#### **Image.online-convert** (<https://image.online-convert.com/ru>)

Сервис может сжимать изображения в любом из 12 наиболее популярных форматов (BMP, EPS, GIF, EXR, ICO, JPG, PNG, SVG, TGA, TIFF, WBMP, WebP).

### **Напоследок об изображениях.**

Представьте, посетитель вашего сайта в восторге – интерфейс удобен, контент информативен, советы полезны. Вдруг он замечает, что фоторяд сайта – ваши авторские фото с подписью или лицензированные изображения высокого качества. Это именно тот нестандартный для русскоязычного Интернета шаг, который мгновенно повысит лояльность клиента к сайту и авторитетность компании.

Используйте этот ход, пока ваши конкуренты пропустили такой тонкий психологический прием, обещающий клиенту стабильность, надежность и авторитетность владельца сайта.

# Битые ссылки

Больше всего пользователей раздражают битые ссылки. Одно дело, когда они встречаются раз или два – все понимают, что основной характеристикой Интернета является измеримость, и ничего страшного не случится, если на экране однажды появится надпись: «Страница не найдена». Когда же веб-страница с подобным сообщением отображается на экране часто, пользователи, скорее всего быстро покинут сайт. Найти и удалить битые ссылки поможет сервис Xenu.

Как работать с сервисом:

*Загрузите Xenu, нажав File – Check URL*

*В верхнюю строку введите адрес сайта.*

*Когда сервис просканирует все страницы сайта, ответьте «Yes» на вопрос нужен ли вам отчет*

*На экране появится список всех битых ссылок.*

## **Broken links, ordered by link:**

<http://arxiv.org/pdf/1309.3908v1.pdf>

error code: 403 (forbidden request), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/kak-sdelat-vizualnyy-kontent-v-google-viralnym.html>

<http://blog.oktako.ru/>

error code: 12029 (no connection), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/8-opasnykh-zabluzhdeniy-ob-email-marketinge.html>

[http://clifbar.com/soul/who\\_we\\_are](http://clifbar.com/soul/who_we_are)

error code: 404 (not found), linked from page(s):

[http://www.clifbar.com/soul/who\\_we\\_are/](http://www.clifbar.com/soul/who_we_are/)

[http://en.wikipedia.org/wiki/H.\\_James\\_Harrington](http://en.wikipedia.org/wiki/H._James_Harrington)

error code: 404 (not found), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/6-indikatorov-effektivnosti-kontent-marketingovoy-strategii.html>

<http://evr.st/>

error code: 503 (temporarily overloaded), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/12-primerov-velikolepnykh-lendingov-cherpaem-vidokhnovenie-u-professionalov.html>

<http://eve-tracker.ru/offers/calculator/>

error code: 404 (not found), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/tekhnologiya-eve-tracking-ili-chego-ne-dadut-vam-servis-veb-analitiki.html>

<http://finance.yahoo.com/news/mcmurry-tmq-merge-create-largest-150100632.html>

error code: 404 (not found), linked from page(s):

<http://texterra.ru/blog/kontent-marketingovaya-revolvutsiya-uzhe-nachalas.html>

## Добавьте блоки «Самое обсуждаемое» и «Больше по теме»

Чтобы посетитель оставался на сайте долго, добавьте список самых комментируемых материалов.

### Как это сделать?

Если пользуетесь Wordpress, поможет плагин WordPress Popular Posts

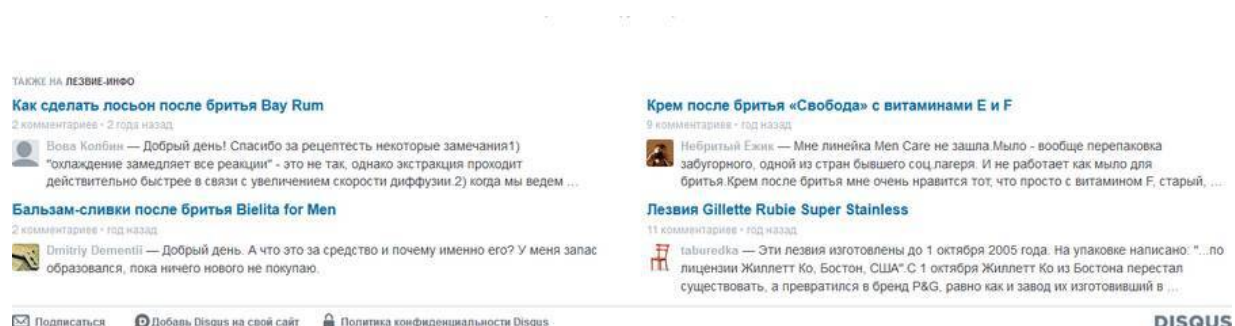
<https://wordpress.org/plugins/wordpress-popular-posts/>

Если пользуетесь Joomla – JComments

<https://extensions.joomla.org/extension/jcomments/>

или помогут внешние системы комментирования такие, как Disqus

<https://disqus.com/profile/signup/>



Блок рекомендуемого контента Google AdSense настраивается в несколько кликов, автоматически подстраивается к дизайну сайта (не нужно тратить время на подбор цветов, шрифтов и размеров). Кстати, для контент-проектов, подключив монетизацию, можно сразу зарабатывать на рекламе.



## **Не забудьте о кнопках расшаривания**

Для многих тематических сайтов кнопки «Поделиться в соцсетях» имеют исключительное значение. Так ваш контент будет разрекламирован пользователями без какого-либо вашего участия. Дальше поисковые роботы отметят, что посетитель сайта лояльн к контенту, что улучшит его позиции.

Если на вашем сайте яркие и интересные иллюстрации, возможно пригодятся сервис ImageSharer от Sumo. Так посетители сайта наведя мышью на картинку, смогут поделиться ей в социальных сетях.

# Как измерить успех в SEO

Даже если поручить проведение работ по оптимизации и продвижению сайта суперспециалисту, вы обязаны понимать, как контролировать результат. Мы приведем показатели, которые указывают на успех этой работы (или ее провал) и рекомендуемые сервисы.

Какие показатели необходимо отслеживать:

1. Объем поискового трафика – сколько посетителей пришло из поисковых систем

2. Из каких источников пришел трафик. В русскоязычном сегменте Интернета – это в основном Google и Yandex.

3. По каким поисковым запросам пришли посетители

4. Коэффициент конверсии поисковых запросов. Это главный показатель, по которому можно оценить эффективность средств и усилий, затраченных оптимизацию и продвижение.

5. Количество страниц, которые посетил минимум один пользователь. Так вы узнаете о количестве страниц сайта, которые показываются в результате поиска, что тоже определяет эффективность работ по оптимизации и продвижению.

Какие бесплатные инструменты помогают контролировать эффективность работ:

Google Analytics – главный инструмент  
<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>

Если по каким-либо причинам Google Analytics не справится с поставленной задачей, можно воспользоваться масштабными и бесплатными сервисами:

Yahoo! Web Analytics <http://web.analytics.yahoo.com/>

Clicky Web Analytics <http://www.getclicky.com/>

Piwik Open Source Analysis <http://piwik.org/>

Woopra Website Tracking <http://www.woopra.com/>

AWStats <http://awstats.sourceforge.net/>

# Резюме

Помните, ваша целевая аудитория – не «ВСЕ»! Сегодня в Интернете происходит жесточайшая конкуренция за посетителей (клиентов). Поэтому, чтоб разумно использовать клиентский потенциал (зачастую и рекламные бюджеты), вы должны сосредоточиться не «на всех», а прежде всего, определить КТО ваш идеальный посетитель (клиент) и сосредоточиться именно на этой целевой группе.

Когда вы определились с портретом идеального клиента, разработайте план, который крепко свяжет ваш бизнес с этой целевой группой.

Если хотите добиться успеха в оптимизации и продвижении сайта, необходимо проделать масштабную работу и подождать несколько недель.

**С.Бардин**  
**ТОЛКОВОЕ**  
**РУКОВОДСТВО ПО**  
**SEO**  
**ПРОДВИЖЕНИЮ И**  
**ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА**



12+

