



# Оценка на SEO. Планиране на оптимизацията и класирането.

- Nikolay Chochev
- Technical Trainers
- Chochev.EU Team
- <http://chochev.eu/seo/>



# Планиране

SEO чеклист

# SEO Чеклист

## I. Анализ на ключови думи:

- целева аудитория
- Подбор на ключови думи:
  - brainstorming (A&B)
  - Google Keyword Tool (Stat&ideas)
  - Google suggest (ideas)
  - Анализ на съществуващ трафик на сайт (GA)
  - анализ на конкуренцията (title, description, content)
- разширение на ядро ключови думи:
  - думи, фрази, съчетания (\_продукт\_+купи+цена+снимка+размер+дата+...)
  - синоними
- Анализ на получения дотук списък в KWT (брой търсения) и брой резултати в SERP по всяка дума

# SEO Чеклист

## II. Структура на сайта

- Групиране
  - групиране на ключови думи в категории, подкатегории...
  - дърво категории
- Оптимизиране на структурата
  - всяка страница на 2 клика от главната
  - линк от главната страница към важни цели
  - breadcrumbs <http://optimization.bg/webmaster-tools/rich-snippets-breadcrumbs/>
  - sitemap.html, sitemap.xml
- Оптимизация на url-адреси
  - отразяваме структурата на сайта
  - sef url [.com/shop/notebook/asus/x501a](#)
  - кратки url-адреси

# SEO Чеклист

## III. SEO Одит

- Технически:
  - Чист, подреден генериран html код, по възможност валидиран w3c
  - скорост на зареждане (под 3-5 сек)
  - ако е флаш, да съдържа контент за индексация
  - dev, тестови домейни затворени за индексация
  - lang, encoding
- Дублиране
  - www/non-www
  - главна страница index.php/html
  - сортиране
  - странициране
  - сесии
  - търсене
- профил в Google Webmaster Tool <http://www.google.com/webmasters/>

# SEO Чеклист

## IV. Контент

- Title
  - title < 70 символа
  - напълване с 1-2 ключови думи
  - красиво и кликаемо заглавие
  - важни думи - в началото на заглавие
  - УНИКАЛНО заглавие
- Снippet (meta description, структурирани данни)
  - <130 символа
  - генериране на описание, отговарящо на ключовата фраза, да привлече внимание, call2action
  - структурирани данни (микроформати) <http://optimization.bg/webmaster-tools/about-microformats/>
- Оптимизация на съдържанието
  - уникално съдържание
  - коректно форматиране h1-h6
  - ключова дума в съдържанието
  - липса на скрит текст

# SEO Чеклист

## V. Линкове

● Оптимизация на вътрешни линкове

- всяка страница да има поне един текстов линк
- брой линкове на страница <100
- анкор-линкове на вътрешни линкове
- преки линкове, които се индексират от ботове (javascript...)

● Контрол на изходящи връзки

- минимално количество външни линкове
- нерелвантни линкове, user-generated линкове - rel=nofollow
- без обмяна на линкове и тези към директории/каталози

● Външни линкове

- Отчет с външни линкове (gwt, ahrefs), цел - положителна динамика на ръста
- стремете се към non-анкор линкове (директно url адреса http://...)
- лекция на Калин <http://academy.telerik.com/student-courses/web-design-and-ui/seo-course/resources-2013>

# SEO Чеклист

## VI. Социализация

### Социални мрежи

- ☐ страница в социални мрежи (Facebook, Google+, twitter)
- ☐ Коментирайте, давайте съвети
- ☐ линкове от сайта към CM
- ☐ социални бутони

### Блог

- ☐ интересни полезни статии, генериращи диалог
- ☐ ново съдържание от блога -> CM
- ☐ guest blogging
- ☐ социални бутони

### Репутация

- ☐ следете, какво пишат за вас в CM, блогове, форуми - направете комуникация
- ☐ използвайте Google Alerts



# SEO Чеклист

Това е :-)

1. Анализ на ключови думи
2. Структура на сайта
3. SEO Одит
4. Контент
5. Линкове
6. Социализация

Използвайте този чеклист.

# Вътрешни фактори

Комплексна работа върху/със/около и зад  
**сайта**

Работа с домейна

Работа със сървъра

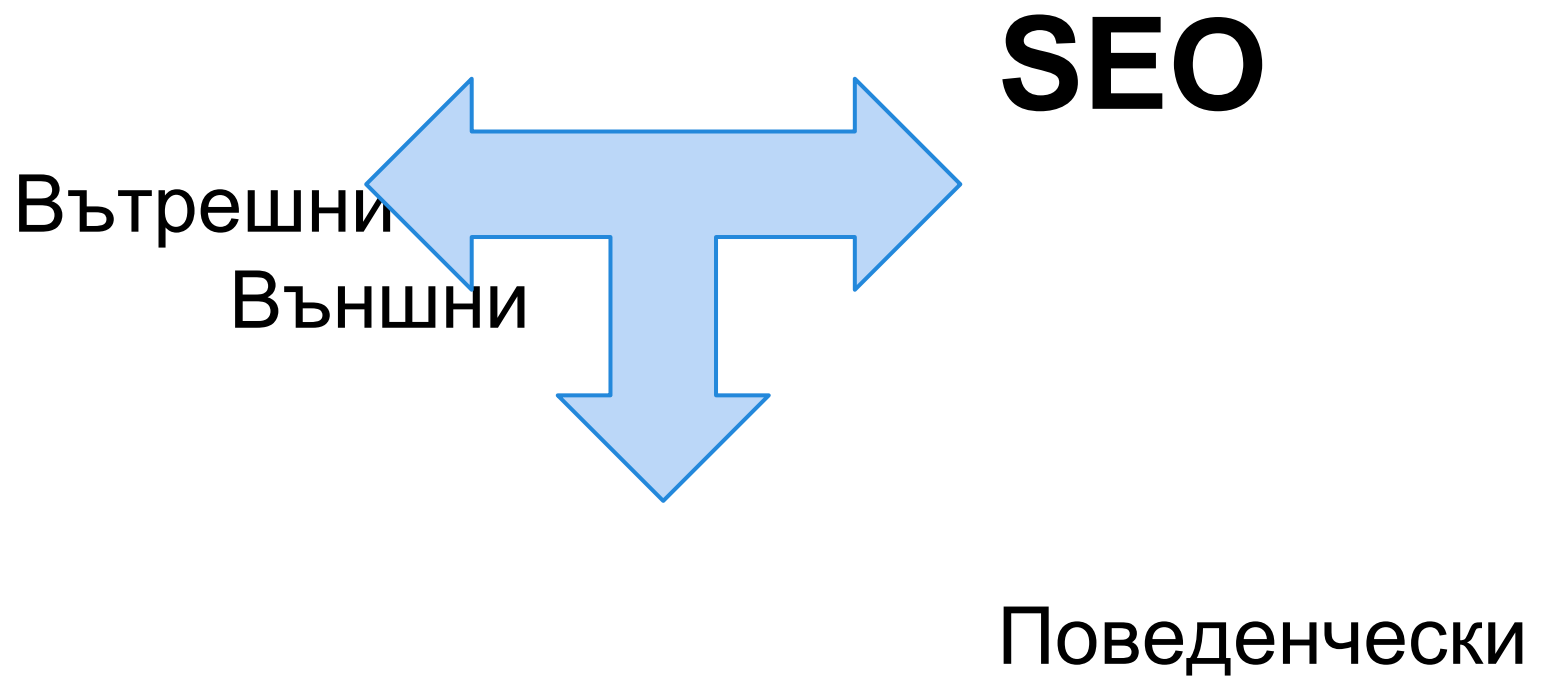
# Външни фактори

Използване на странични ресурси за препратки към сайта

# Поведенчески фактори

Статистика на посещения на сайта, която предоставяме на търсачката.

Юзабилити



# Вътрешни фактори

- **HTML код и тагове** Валидация на кода, тагове: тайтъл, h1/h2, форматиране на текст, метатагове. Търсачките отчитат текстово съдържание на тагове и оттам формира съдържание на страниците
- **Текст** не само обем, но и наситеност на ключовите думи, Уникално и полезно съдържание, да не се дублира по другите страници
- **Сървър** инструкции за работа при индексацията. Инструкции при преместване на страници, изтриване на грешки. Важно е инструкциите да са по спецификациите на търсачката и много се внимава за грешки.
- **URL** изглед на урл-а, дължина и уникалност. Златно правило: една страница<-> един адрес!
- **Времеви променливи** възрастта на сайта, динамика на ново съдържание
- **География** географско разположение на сървъра, задаване на регион на сайта
- **Линк-структура** структурирана навигация с коректни линкове, коректно предаване на линк-тежестта, актуалността им и клик-карта
- **CMS**
- **Ресурси и инструкции на търсачката** работа с

# Вътрешни фактори

## Най-обемемен дял в SEO

Въздействие и работа върху тях не може да се автоматизира

Изисква най-много времеви ресурс. В идеален случай - перманентно по план.

20% вътрешна оптимизация - 80% резултат

# Вътрешни фактори

Реален кейс:

**80% работа с вътрешните фактори  
гарантира вход в ТОП30**



# Но си струва :-)



**307 041 души посетиха този сайт**

# Етап 1

## Етап 1 SEO - чеклист

- ключови думи
- анализ на конкуренцията
- разпределение на ключовите думи по целевите страници
- ТЗ за написване на текстове
- одит на вътрешни фактори
- ТЗ за оптимизация
  - генериране на отчета
  - предаване в ясен вид на програмиста
  - доработка на сайта (въпреки, че създатели на сайта гарантират оптимизиран сайт, % е много малък )

## Етап 2 "Класираме"

- Външни фактори
  - засилване със социални сигнали и социалки
  - натурално натрупване на линкове
  - "обади се на приятел"
- Повторен одит на вътрешни фактори
- Текстове, ново съдържание
- Доработка на сайта

## Етап 3 "отново вътрешни фактори"

- текстове губят уникалност
  - крадат го. Решение - пренаписване
- контрол върху програмиста
  - примерно, 302 вместо 301 редирект
  - след всяко ТЗ, проверка. След проверка - ново ТЗ
- експериментални промени
  - наситеността на ключовите думи
  - реализация на микроформати
- конкуренцията не спи

# Важно правило

Контролируйте за грешките

- персонал
- оптимизатор, агенция
- програмист

и ...

- sale

# HTML тагове

Влияние на html тагове на тежестта на ключовата дума

TITLE	100%
H1-H6	71%
STRONG	34%
Description	31%
B	27%
EM	25%
P	24%
Keywords	24%
UL -> LI & OL -> LI	13%

# HTML тагове

## 1. Валидация на кода w3c.org

- а. работа с тагове със смислово текстово значение
  - i. всеки таг има свое предназначение

Поводи за валидация:

- h1-h2.. таг е част от дизайна или нав. меню
- h1-h2.. се пресича с линк
- други пресичания на ключовите тагове

# HTML тагове

## 2. <TITLE>

- заглавие на страницата ви
- адски важно
- всяко заглавие уникално
- наситеност на думата - 1
- примамлив, съдържателен и да продава
- мислете за "опашката" (специално за онлайн магазини с много продукти) - промяна само на едната дума в заглавието може подобри класирането по много нови думи-опашки.



# HTML тагове

## 3. H1-H6

втори по значимост след TITLE

! h1 - само веднъж на страницата (заглавие на документа - "Матраци от \_фирма А\_")

! h2-h6 - заглавия на абзаци

! да не се използва като част от дизайна или за първата "seo" дума след отварящият таг <body>

Пример: сайт Wordpress след преместване на h1 от дизайна в текст, се "закова" в ТОП2

# HTML тагове

## 4. <b> <strong>

визуално привличане на внимание

<b> - "физическо" удебеляване

<strong> - "логично" удебеляване

За предпочитане: <strong>

# Контент

Съдържанието постоянно се краде или  
добронамерено се копира

Спасение има:

- author, publisher в google+ (презентацията на Васил Тошков <http://www.slideshare.net/cloxy>)
- след поява на ново съдържание:
  - fetch as google and indexing (GWT)
  - бързо споделяне в социални мрежи

# Контент

Глупави грешки:

- о английско, а английско и подобни в текст на кирилица
- граматични грешки
- автоматично орязване на текста

# Контент за портали и онлайн магазин

При много продукти и невъзможност за ръчно генериране

Формули за генериране на мини-описания:

title: [title на страница] [title на категория] [title на сайта]

title: [име на продукта] [цена, описание, характеристики]

# Контент за портали и онлайн магазин

При много продукти и невъзможност за ръчно генериране

Формули за генериране на мини-описания:

description: Мартаци тип **[име на продукта]** от **[фирма А]**. Достъпни цени, гаранция и консултации онлайн и на **[телефон]**

# Сървър

Следете кодове на сървъра:

200 - OK

301/302 ... - редиректи

404 - not found

Типични грешки:

200 вместо 404

301/302 вместо 404

Инструменти: LiveHTTPHeader FF,

<http://headers.cloxy.com/>

# Дубликати

Защо са вредни?



# Дубликати

Вредни за търсачката:

разходи за допълнителни ресурси

# Дубликати

Вредни за оптимизатора/клиента:

1. "теч" на линк-тежестта
2. друга целева страница
3. контента губи уникалност
4. "загуба" на целева страница

# Дубликати

## Обобщени проблеми:

- често търсачката елиминира "правилни" целеви страници от индекса, защото не е в състояние да дефинира, коя от дублираните страници е с приоритет;
- сайтове с много дублирано съдържание не се индексират напълно
- грубо казано - загуба на контрол върху класирането

# Дубликати

Класификация:

1. `www/non-www`, `index.php/html` ...

Задача: 1 страница - 1 url

# Дубликати

Класификация:

1. `www/non-www`, `index.php/html` ...

Примери:

`http://www.site.bg/`

`http://www.site.bg/index.php`, `http://www.site.bg/index.html`

`http://site.bg/`

`https://www.site.bg/`

Решение:

301 редирект

настройка на `robots.txt`

настройка в google webmaster

# Дубликати

Класификация

2. Смяна на директории (канибализация)

Примери:

<http://www.site.bg/cat1/cat2>

<http://www.site.bg/cat2/cat1>

[http://www.site.bg/cat1/product\\_id\\_N/](http://www.site.bg/cat1/product_id_N/)

[http://www.site.bg/cat2/product\\_id\\_N/](http://www.site.bg/cat2/product_id_N/)

# Дубликати

Класификация

2. Смяна на директории

Решение:

- настройка на cms
- rel canonical към базисен url
- редирект

# Дубликати

## Класификация

### 3. Динамични url

Пример:

<http://www.site.bg/index.php?cat=281&prod=9382>

Решение:

<http://www.site.bg/dir-281/9382>

<http://www.site.bg/9382>

Редирект от динамични към rewrite url.



# Дубликати

Класификация

4. Сесии

<http://www.site.bg/9382.php?sessid=5631>

Проблем: генерира безброй дублирания

Решение:

премахване на сесии

или

robots.txt, rel canonical, crawl url parameters  
google webmaster

## Класификация

5. Липса на 404 отговор на сървъра

Проблем:

несъществуваща страница връща код 200

Решение: настройка на хедърите да връщат  
коректен отговор

# Дубликати

## 6. Излишни параметри в url

Търсене

<http://www.site.bg/?search=ъглово легло>

Сортиране, филтриране

[http://www.site.bg/cat\\_281?ProductSort=2](http://www.site.bg/cat_281?ProductSort=2)

[http://www.site.bg/cat\\_281?recordsPerPage=1](http://www.site.bg/cat_281?recordsPerPage=1)

# Дубликати

Класификация

6. Излишни параметри в url

Решения:

rel canonical

robots.txt

crawl url parameters google webmaster

noindex, follow

# Дубликати

Класификация

7. Ref-линкове

Пример:

[http://www.site.bg/cat\\_567/index.html?agent=241](http://www.site.bg/cat_567/index.html?agent=241)

Решение:

301 редирект

rel canonical

# Дубликати

Класификация

8. частично дублиране: meta desc, title, h1

За meta desc и title:

Google Webmaster-Оптимизация-  
Подобрения в HTML

За h1...: ръчно

# Дубликати

Класификация

9. Тестов/dev сървър

Пример:

`http://test.site.bg/* = http://www.site.bg/*`

Има ли го?

`site:domain.com -site:www.domain.com -  
inurl:domain.com*`

# Дубликати

Класификация

9. Тестов/dev/demo сървър

Решение:

deny from all .htaccess

robots.txt

rel canonical



# Дубликати

## Класификация

### 10. "Стари методи" за споделяне

- версия за печат/.pdf
- изпрати на приятел

Пример:

[http://www.site.bg/create\\_pdf.php?HID=212](http://www.site.bg/create_pdf.php?HID=212)

Решение:

```
<a href="http://www.site.bg/create_pdf.php?HID=212" rel="nofollow">PDF  
  версия</a>
```

robots.txt

Disallow: \*create\_pdf.php\*

# Дубликати

Класификация

11. Странициране

Пример:

<http://www.site.bg/cat23/page/2>

...

<http://www.site.bg/cat23/page/14>

Решение:

[rel="prev", rel="next"](#)

noindex, follow

# Дубликати

## Класификация

### 12. Други специфични за конкретен cms

- мултиезични обърквания (страница на англ. без превод зарежда бг съдържание)
- wordpress и интервали в url

<http://www.site.bg/postname%20/>

- други

Преглеждайте редовно раздел

"Подобрения в HTML" в Google Webmaster

# Дубликати

## Класификация

### 13. "работни" страници

- login/register/lost password
- за онлайн магазини - страници около количката

не са необходими за индекса

## Решение:

- a href rel nofollow
- Disallow robots.txt

# Дубликати

## Класификация

### 14. Смяна на url

Ъпдейтната страница е достъпна на два адреса.

# Дубликати

## Резюме

### Основни обикновени решения:

- robots.txt
- 301 редиректи
- описване на параметри в Google Webmaster

### Advanced решения:

- noindex, nofollow
- rel canonical

# Дубликати

## Резюме

### Основни задачи:

- премахване на дублиран контент
- затваряне за индексация на дублиращ, но важно за потребителя съдържание

# Дубликати

Robots.txt не е панацея.

Сайтове с голямо ядро long tail (онлайн магазини, каталози) рядко изключват страници с robots.txt - със сайта се работи силно технически. Затваряйки за индексация, страниците пак получават линк-тежест, но не я връщат.

Сайт с толкова перфектна структура, че да не се налага част от съдържанието да се "скрива" в robots.txt се класира по-добре.



# Дубликати

## Резюме

Видяхме основни типове дублирания и възможни решения как да се борим с това.

# 404 Not Found

- 404 грешки вътрешни проблеми на сайта
- 404 грешки външни (форуми режат линкове и прочие)
- Най-удачно е в 404 страница да се генерира карта на сайта (пример: <http://bright-care.net/dsfdsfdfsds>)

# Мултиезични

- мултиезични и липса на инфо на друг език (не генерира дублиран url)

# Микроформати

Микроформати и колко е лесно и сложно да се реализират в един сайт

[Samsung Galaxy S 3 III Цена, Характеристики, Мнения](#)

[shstepsel.bg/samsung-galaxy-s-3/](http://shstepsel.bg/samsung-galaxy-s-3/) - Кеширана версия

★★★★★ 931 гласа

**Samsung Galaxy S 3/III** от GSM Онлайн Магазин Щепсел.бг. ☎0899 17 11 15, 0887 64 77 16, 0876 17 11 14. Доставка, 2 години гаранция, добрите цени!

hreview

[Festa Winter Palace Hotel in Borovets mountain resort ... - Bulgaria Ski](#)

[www.bulgariaski.com](http://www.bulgariaski.com) > Borovets > Hotels in Borovets - Cached

★★★★★ Review by Ioannis Mylonas - 9 Jan 2013

Book a ski vacation in **Festa Winter Palace** Hotel in Borovets mountain resort in Bulgaria. Luxurious ski holiday online.

review & breadcrumb

# Социални сигнали

На всяка целева страница задължително:

- google +1 button
- facebook like/share button

# Край

дотук със SEO

