



Оценка на SEO. Планиране на оптимизацията и класирането.

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

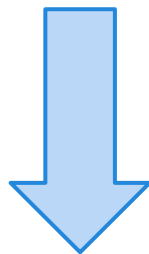


За какво ще говорим?

1. SEO
2. Маркетинг
3. Вътрешни фактори
4. Външни фактори
5. Поведенчески фактори

SEO

Класиране - комплексна работа, насочена към подобрене на позиции на сайта в търсенето.



Извличане на **бизнес-изгода** в резултат на посещения на целеви потребители

3 типа въздействия

- въздействие на вътрешни фактори;
- въздействие на външни фактори;
- въздействие на поведенчески фактори.

План на доклада

SEO чеклист



Реализация "Вътрешни фактори"



Измерване

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
- гледаме бъдещето: трендове, идеи.

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/>
 - Грешки в сайта crawl-errors
 - Оптимизация->Поробрения в HTML: дублиране на title, meta description
- No-cloacking - търсачките и потребителите виждат едно и също
- Стабилен хостинг

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
 - липса на копия на текста
 - ключови думи в alt на изображението
 - без pop-up
 - минимум 250 думи

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

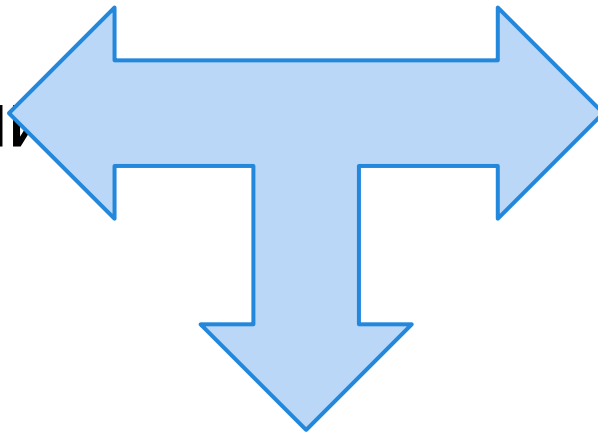
Статистика на посещения на сайта, която предоставяме на търсачката.

Юзабилити

SEO

Вътрешни

Външни



Поведенчески

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 robots.txt, sitemap.xml и перманентна работа с Google Webmaster Tools.

Вътрешни фактори

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

Най-обемен дял в SEO

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
- проверявайте си контент-мениджъра

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
 - і. 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 A_")

! 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.

визуално привличане на внимание

 - "физическо" удебеляване

 - "логично" удебеляване

За предпочитане:

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 - ОК

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/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?recordsPerPage=10

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

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

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/dsfdsfdsfds>)

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](#)

shtepsel.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!

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

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

Време за реализация и резултати - от 1ден до 6+ месеца

Микроформати

- <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=99170>
- презентациите на [Васил Тошков](#) от Cloxy <http://www.slideshare.net/cloxy>

Микроформати

!NB

- използвайте само един маркъп
- ТЕСТ <http://www.google.com/webmasters/tools/richsnippets>
- очаквайте резултат в рамките на 48 часа (ръчно fetch as google and index)
- ако не става, използвайте [rich snippets feedback](#) (реагират светкавично)

Социални сигнали

На всяка целева страница задължително:

- google +1 button
- facebook like/share button

Край

дотук със SEO



Измерване

Успех?

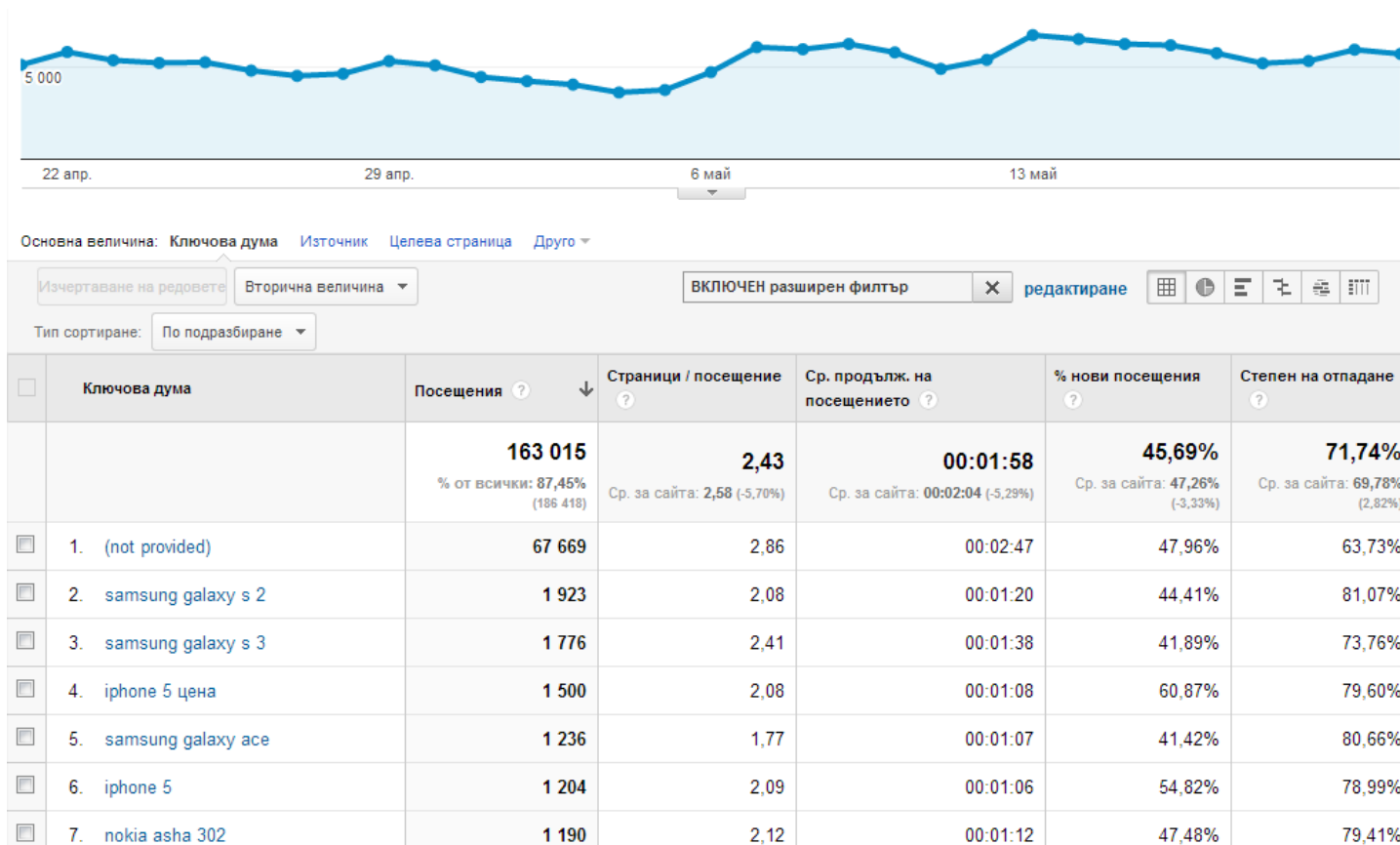
Измерване

Позиции на сайта в Google

5/1/2013	5/2/2013	4/3/2013	4/4/2013	4/5/2013	4/6/2013	4/7/2013	4/8/2013	4/9/2013	4/10/2013	3/11/2013	3/12/2013	3/13/2013	3/14/2013	3/15/2013	3/16/2013	3/17/2013	3/18/2013	3/19/2013	3/20/2013	3/21/2013	3/22/2013	3/23/2013	3/24/2013	3/25/2013	3/26/2013	3/27/2013	3/28/2013	3/29/2013	3/30/2013	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	9	12	11	13	13	14	14	13	13		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	11	11	10	10	10	39	11	11	10	10	10	9	8	9	9	8	8
15	15	15	15	13	13	13	13	13	13	15	11	11	12	12	12	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	49	45	45	45	45
13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	12	12	12	12	10	18	18	17	18	21	21	21	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	10	10	10	10	11	11	9	9	12	12	12	14	13	13	12	11	11
9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	9	9	10	10	10	9	9	9	9	11	11	11	12	11	11	11	11	11
18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	16	14	14	14	14	14	11	13	13	20	15	11	11	11	11	11	11	10	20	12	20
14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	15	15	16	16	16	16	16	16	16	16	20	20	20	19
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	11	17	11	11	11	16	11	11	11	19	11	12	19	12	18	13	13
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	14	17	17	11	14	14	14	14	14	14	20	11	16	11	17	13
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	7	6	6	6	6	6	6	8	7	6	7	6	6	13	13	13	13	13	13	13	14	18	18	19	18	18	19	19	19	18

Измерване

Трафик по тези ключови думи



Измерване

Настройка на Goals и сегментиране по

	(186 418)	Ср. за септем. март 14, 15, 16	Ср. за септем. март 14, 15, 16	Ср. за септем. март 14, 15, 16
телефони онлайн	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
търся си samsung galaxy y	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
experia цена	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
samsung galaxy giorgio armani цена	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
samsung s6802 galaxy ace	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
sony ericsson www 995 цена	1	100,00%	0,00 US\$	100,00%
samsung galaxy s ace	2	50,00%	0,00 US\$	50,00%
samsung galaxy s duos s7562 gsmarena	2	50,00%	0,00 US\$	50,00%
sony ericsson jalou цена	2	50,00%	0,00 US\$	50,00%
nokia asha 310	13	15,38%	0,00 US\$	15,38%
нокиа х3	9	11,11%	0,00 US\$	11,11%
nokia 6303 цена	10	10,00%	0,00 US\$	10,00%
nokia lumia 710 характеристика	14	7,14%	0,00 US\$	7,14%
nokia e50	18	5,56%	0,00 US\$	5,56%
nokia asha 308	28	3,57%	0,00 US\$	3,57%

Измерване на резултат от SEO

- погледнете банковата ви сметка
- питайте счетоводителя

по-конкретно:

- ROI
- KPI

Въпроси????