



Продвижение сайта в Интернете

Артем Бородатюк → NetPeak, руководитель (netpeak.ua)

Что такое SEO?

SEO — аббревиатура от английского «*Search Engine Optimization*», что переводится, как «оптимизация под поисковые системы». Чаше всего термин сокращают до «поисковой оптимизации». Этот термин следует понимать как приведение сайта в соответствие с требованиями поисковых систем. Однако у нас в данное понятие включают гораздо больше, поэтому синонимом данной услуги на постсоветском пространстве являются понятия «продвижение сайта» и «раскрутка сайта». Но все это демагогия, и мы легко обойдем без нее, если просто дадим определение. Итак, SEO (раскрутка сайта) — это комплекс мероприятий, результатом которых является привлечение на сайт целевой аудитории из результатов поиска поисковых систем.

Почему SEO?

В отличие от множества видов рекламы, раскрутка сайта имеет неопределимое преимущество — она ненавязчива. Пользователь виртуальной сети сам ищет товары и услуги, вопрос лишь в том, какой сайт он найдет. Поисковые системы — это мост между поставщиками услуг и их клиентами. А раскрутка сайта — то, что позволяет этот мост возвести.

Выделим некоторые из преимуществ SEO над другими видами рекламы:

1. Недорого

Раскрутка сайта — сравнительно недорогая услуга. «Входной билет» в этой сфере при самостоятельной работе может быть меньше 10 у.е. SEO-студии, как правило, берутся за работу с бюджетом от 100–200 у.е. в месяц.

2. Долго

Раскрутка сайта позволяет добиться долговременного эффекта. Билборд на улице уже сняли, за баннер на сайте на следующий месяц требуют оплату, а посетители из поисковой системы продолжают приходить. Конечно, в идеале необходимо вести постоянные работы, но даже если этого не делать, эффект от раскрутки сайта будет увеличивать посещаемость долгое время.

3. Ненавязчиво

При просмотре результатов поисковой системы пользователь не подозревает о том, что ему показывают рекламу, — он воспринимает поисковую систему как эксперта, который всегда придет на помощь с ценным советом.

4. Точно

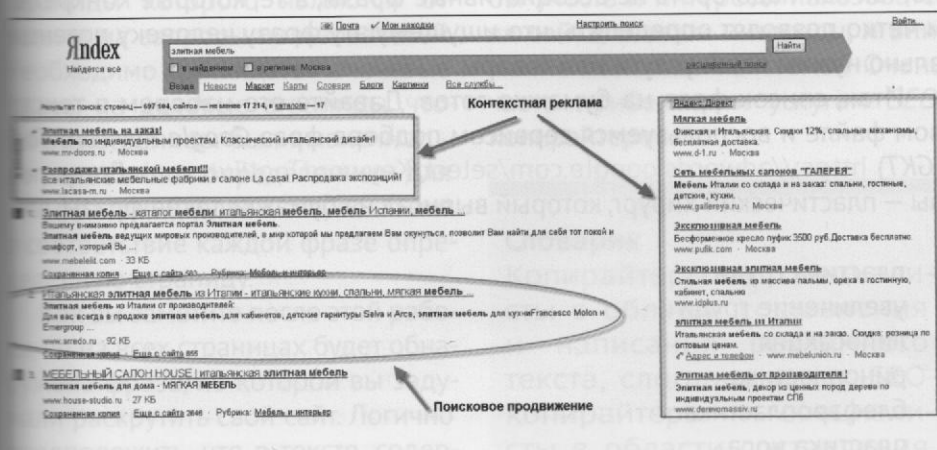
Поисковые системы дают возможность «достучаться» до определен-

ного круга потребителей. Вы не будете предлагать «доставку цветов в Донецке» Елене Викторовне, которая искала в поисковой системе «гороскоп дев на завтра». Раскрутка сайта позволяет привлечь на сайт именно тех посетителей, которым этот сайт может быть полезен.

5. Качественно

Контакт с пользователем поисковой системы происходит в тот момент, когда он действительно интересуется рекламируемым продуктом. Василий Иванович не будет искать «доставку цветов в Донецке», если ему хочется посмотреть на гороскоп жены Елены. Скорее всего, в гороскопе Елены будет написано, что сегодня ее ждет приятный сюрприз от мужа Василия, несмотря на его отъезд в командировку в Китай. То есть, Василий Иванович — «качественный» посетитель сайта, его целевая аудитория.

Несколько отступая от темы, хочу заметить, что SEO часто противопоставляют контекстной рекламе. Это неправильно. Контекстная реклама и SEO — два разных инструмента по выстраиванию «мостика» между пользователем поисковой системы и сайтом. И для максимального эффекта следует использовать оба этих инструмента вместе. Вы не знаете, что такое контекстная реклама? Это платная реклама в результатах поиска. Просто посмотрите на скриншот:



Цель

Цель этой статьи — предоставить необходимый минимум информации, который позволит:

1. Иметь начальные знания для дальнейшей самостоятельной работы по продвижению своего сайта.
2. Обратиться в SEO-студию и уже быть в курсе того, что вам нужно.

Для достижения этих целей и предназначены другие статьи.

Поехали!

Правила «игры»

Сопределенными мы разобрались. Теперь я хочу отметить пару вещей, которые следует учитывать при чтении этой статьи.

1. Про SEO можно написать (да уже и написано) несколько книг, поэтому мы даже не будем пытаться представить всю информацию в этом небольшом разделе. Для справки: на одном из самых популярных профильных форумов forum.searchengines.ru (рекомендуем его к прочтению всем тем, кто решил заняться SEO самостоятельно) содержится 6 миллионов сообщений в 500 тысячах тем. Только представьте себе, какое количество информации существует о раскрутке вообще, если ее столько лишь на одном этом форуме.
2. Мы ориентируемся на новичков в SEO, поэтому зубры поисковой раскрутки вряд ли найдут здесь что-то новое. Мы пытаемся систематизировать информацию, подать ее начинающему интернет-бизнесмену в удобном, кратком и практичном виде.
3. Мы не только расскажем о том, что такое раскрутка, но и проложим тропу к тому, «как раскрутить сайт самостоятельно». Правда, следует признать, что это довольно сомнительная затея, поскольку SEO — сложная наука. Поисковые системы предоставляют ряд рекомендаций, которых желательно придерживаться еще на этапе разработки сайта. Ну а все остальное — это уже результаты исследований и анализа поведения «черного ящика», так как поисковая система не разглашает свои алгоритмы. По сути, SEO-специалисты работают с черным ящиком. Методом проб, ошибок, опытов, анализа, исследований они находят способы попасть на первую страницу поисковых систем. Мы даже не будем описывать техники самостоятельной работы, поскольку они постоянно устаревают, а общие принципы есть в уже упомянутых рекомендациях поисковых систем.

Анализ

В первую очередь перед нами стоит задача построения ядра ключевых фраз на основе содержания сайта и анализа поискового запроса. В дальнейшем эту информацию мы будем использовать для коррекции текстов, аннотаций в каталогах, а также создания новых разделов и страниц.

Популярность поисковых систем

Сервис статистики Bigmir.net предоставляет максимально точную (среди бесплатных источников) информацию для обзора популярности поисковых систем в Украине. Рынок поисковых запросов в марте 2010 распределен следующим образом:

- Google — 73,9%
- Яндекс — 20,4%
- Ukr.net — 2,3%
- Search.Mail.ru — 1,0%
- Meta.ua — 0,6%
- Bigmir.net — 0,5%

Если суммировать аудиторию Яндекса и Ukr.net (по умолчанию там выбран Яндекс), мы получим 22,7% рынка поисковых запросов. А общая аудитория Google и Bigmir.net составит 74,4%. Таким образом, в Украине безусловным лидером является поисковая система Google.

Рекомендации поисковых систем

Рекомендации Google:

<https://sites.google.com/site/webmasterhelpforum/ru/stati/rukovodstvo-po-poiskovoj-optimizacii-dla-nacinausih-ot-google>

Рекомендации Яндекс:

<http://help.yandex.ru/webmaster/?id=1108938>

Что касается наших соседей, то, по данным LiveInternet.ru за март 2010 года, статистика переходов с поисковых систем в России выглядит следующим образом:

- Яндекс — 51,9%
- Google — 33,0%
- Search.Mail.ru — 7,4%
- Rambler — 2,5%

В США, согласно исследованию comScore, на данный момент аудитория поисковых систем распределилась так:

- Google — 65,5%
- Yahoo — 16,8%
- Microsoft — 11,5%
- Ask — 3,7%
- AOL — 2,5%

Ключевые фразы

Станислав Кац писал: «Если вы никак не можете найти счастье, возможно, вы просто ищете не по тому ключевому слову». Если этап приведения сайта к рекомендациям поисковых систем уже пройден и перед вами этап активного продвижения сайта, первым вопросом будет — по каким фразам продвигать сайт?

Подумайте о том, какие ключевые фразы задает в поиск пользователь поисковой системы, которому будет интересно то, что ваш сайт готов предложить. Вы продаете бижутерию? Тогда это, наверное, «кольца и сережки». У вас на сайте представлена детская одежда? Тогда эти фразы — «интернет-магазин детской одежды», «детская одежда», «одежда для детей», «подгузники»... Сконцентрируйтесь и выпишите на бумажке фразы, по которым вы бы сами искали то, что предлагаете. Пишите четкие фразы. Если ваш сайт предлагает «шины Nokian», то не нужно использовать фразу «автомобили» — она слишком общая. В нашей практике были клиенты, которые хотели заказать раскрутку по фразам «Юморина», «Дерибасовская», «Потемкинская лестница» только потому, что их бизнес находился в Одессе. Это невер-

но, так как надо брать не ассоциативные фразы, а те, которые конкретно и четко позволяют определить, что ищущему эту фразу человеку потенциально нужны ваши услуги или товары.

Итак, список фраз на бумажке готов. Давайте его наберем в текстовом файле и воспользуемся сервисом подбора фраз Google Keyword Tool (GKT) <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>. Допустим, вы — пластический хирург, который выписал на бумажке такие фразы, как:

- пластика груди
- увеличение груди
- липосакция
- ринопластика
- блефаропластика
- пластика носа

Почему именно такой пример? Потому что мало какая SEO-студия сама бы предложила вам слово «блефаропластика» и ему подобные, если бы вы сразу не озвучили эту фразу. Итак, копируем все фразы вместе в GKT, выбираем русский язык, регион Украина, «точное соответствие» (Exact broad), оставляем галочку «подобрать синонимы» и жмем на кнопку «получить фразы». В результате вы получите большое количество фраз, с которыми следует продолжить дальнейшую работу. В нашем примере мы получим 75 фраз на основе вводных, а также 67 дополнительных, которые можно использовать опять же для получения основных фраз.

Ключевые слова	Конкуренция рекламодателей	Ежемесячное количество запросов по всему миру	Тип соответствия
Ключевые слова, связанные с введенными терминами - указать по значимости			Точное
увеличение груди		9 800	Добавить ключевые слова с точным соответствием
(ринопластика)		8 100	Добавить ключевые слова с точным соответствием
(блефаропластика)		5 400	Добавить ключевые слова с точным соответствием
пластика груди		4 400	Добавить ключевые слова с точным соответствием
пластика носа		2 900	Добавить ключевые слова с точным соответствием
(ринопластика носа)		1 900	Добавить ключевые слова с точным соответствием
(ринопластика цены)		1 900	Добавить ключевые слова с точным соответствием

Следующий этап — это выборка из всего этого количества фраз именно тех, которые и станут семантическим ядром сайта.

Внутренняя оптимизация сайта

Кроме общих рекомендаций для веб-мастеров, на которые мы уже ссылались, необходимо сделать так, чтобы страницы вашего сайта были релевантны подобранным фразам.

Итак, вернемся к нашим фразам. У нас есть семантическое ядро, которое состоит, например, из 70 ключевых фраз. Есть сайт,

Словарик

Релевантность — это мера соответствия найденного документа запросу, сделанному пользователем поисковой системе.

страницы которого являются ответами на запросы пользователей. Необходимо «раскидать» ключевые фразы на целевые страницы, чтобы эти страницы были максимально релевантны определенным для них фразам. Сделаем это, поставив в соответствие каждой фразе определенную страницу.

Как вы заметите после этой работы, не на всех страницах будет обнаружена фраза, по которой вы задумали раскрутить свой сайт. Логично предположить, что в тексте, содержащем информацию о каком-либо понятии, это понятие будет употреблено. Поисковые системы учитывают этот факт, поэтому важно упомянуть в тексте страницы ключевые фразы, по которым владелец сайта хочет, чтобы его находили в поиске. Какой можно сделать вывод? Если какой-то из фраз нет на выбранной вами целевой странице, то эту фразу желательно употребить на данной целевой странице.

Существует распространенная среди новичков ошибка, что чем больше раз слово было употреблено в документе, тем релевантнее оно становится по отношению к запросу пользователя. Наоборот, ключевые фразы, встречающиеся в тексте со слишком большой частотой, могут быть восприняты поисковыми системами как попытка обмана — поэтому следует быть предельно аккуратными, чтобы не получить санкции со стороны поисковых систем или вовсе бан.

Словарик

«Бан» — это способ наказания сайта поисковой системой, который заключается в его запрещении к индексации и удалении из базы. Какие бы усилия ни были вложены в оптимизацию сайта, после такого ни один посетитель из данной поисковой системы не придет. Если, конечно, не вывести сайт из бана.

Но как грамотно употребить фразу на целевой странице, что-

бы учесть и интересы пользователя сайта, и ваши интересы, и внимание поисковой системы? Очень часто прибегают к услугам SEO-копирайтеров.

Словарик

Копирайтеры — специалисты в области составления и написания рекламного текста, слоганов и т.п. SEO-копирайтеры — специалисты в области составления текста, оптимизированного под поисковые системы.

Кроме банального употребления ключевой фразы на целевой странице, необходимо провести полный комплекс мероприятий по внутренней оптимизации. Необходимо правильно составить:

1. Заголовок страницы (Title).
2. Заголовок текста (<h1>) и подзаголовки (<h2>,<h3>,...,<h6>).
3. Мета-теги:
 - 3.1. Описание страницы (meta name="description").
 - 3.2. Ключевые слова (<meta name="keywords").
4. Теги "alt" и "title" для изображений.
5. Ссылки между внутренними страницами из текста.

Также важными факторами являются позиция ключевого слова на странице, синонимы ключевых слов, ключевое слово в адресе страницы (URL), ключевое слово в имени файлов, ключевое слово в списках... Все это — лишь часть из множества факторов, которые способна учитывать поисковая система при ранжировании сайтов в выдаче.

Внешняя оптимизация сайта

Итак, сайт сделан по рекомендациям Google и Яндекс, внутренняя оптимизация проведена, и мы приступаем к самому трудозатратному — внешней оптимизации.

Что же такое ссылка? «Ссылка — это вид уголовного наказания, состоящий в удалении осужденного из места его постоянного или временного жительства с обязательным поселением в определенной местности, как правило, на периферии», — именно такое определение дано в Википедии...

Внимательный читатель, конечно же, поймет, что определение я дал намеренно неверное в контексте этой статьи, но зато во всей красе продемонстрировал само понятие «ссылки». Вы ведь заметили, что я сослался на Википедию! Именно это и является ссылкой. Можно ссылаться на статьи из газет и журналов, афоризмы и цитаты из книг, пословицы и поговорки. Также можно ссылаться на страницы в Интернет, делая так называемую гиперссылку. Гиперссылки (далее просто ссылки) — ключевой элемент в алгоритме индексирования поисковых систем.

Индекс цитирования

Индекс цитирования (ИЦ) — принятая в научном мире мера значимости трудов какого-либо ученого. Величина индекса определяется количеством ссылок на научный труд в других источниках. Однако для действительно точного определения значимости научных работ важно не только количество ссылок на них, но и качество этих ссылок. Так, на труд может ссылаться авторитетное академическое издание, популярная брошюра или развлекательный журнал. Значимость у таких ссылок разная.

В свое время поисковая система Google заставила Интернет вернуться с ног на голову благодаря своей концепции *PageRank*, которая оказалась настоящим технологическим прорывом. Алгоритм поиска *PageRank* работает путем установления структуры сайтов во всей сети, а затем сортировки каждой отдельной страницы, основываясь на количестве и значимости ссылок на нее. Взвешенный индекс цитирования ИЦ — аналог технологии *PageRank* от Яндекса. Он определяет

авторитетность интернет-ресурсов с учетом качественной характеристики ссылок на них с других сайтов. Эту качественную характеристику называют весом ссылки. Рассчитывается она по специально разработанному алгоритму. Большую роль играет тематическая близость ресурса к ссылающимся на него страничкам.

О ТИЦ

Значение ВИЦ когда-то давно отображалось на Яндекс-баре, но с конца 2002 года эта возможность стала недоступной. Объясняется это тем, что поисковая система не намерена облегчать работу оптимизаторам, часть из которых пользуется запрещенными методами. Теперь для свободного просмотра доступен только ТИЦ — тематический индекс цитирования. ТИЦ на результаты выдачи поисковой системы Яндекс не влияет, а лишь призван обеспечить очередность расположения ресурсов в рубриках каталога поисковой системы. Кроме того, ТИЦ позиционируется поисковой системой как показатель качества сайта, что может быть полезно для обычных пользователей. Именно поэтому в данный момент многие SEO-мастера занимаются накруткой ТИЦ. Грубо говоря, чем больше ТИЦ у сайта, тем больше заработает владелец сайта. Причем заработок будет не на продаже товаров или услуг с сайта, а на продаже... ссылок SEO-мастерам.

При введении в алгоритм поисковой системы фактора ссылочного ранжирования разработчики руководствовались здравым соображением, что если кто-то ссылается на страницу с каким-либо текстом, то значит, что с некоторой долей вероятности этот текст содержится на целевой странице. При этом чем больше таких ссылок, тем выше эта вероятность. Значит, владельцу сайта, который хочет быть на первых местах в поисковых результатах по слову «блефаропластика», следовало бы позаботиться, чтобы на его сайт появились ссылки вида `блефаропластика` или с другими схожими ключевыми фразами.

Словарик

Ссылочное ранжирование — влияние текста ссылок, ведущих на документ, на релевантность этого документа запросу.

Бесплатные и платные ссылки

Чтобы бесплатно получить ссылку, в наше время необходимо не просто иметь на сайте интересный (или полезный) контент — нужен именно очень и очень интересный (или полезный) контент. Но не всегда владелец сайта, который продает услугу блефаропластики, может похвастаться таким текстом, фото или видео, чтобы на его сайт начали появляться бесплатные естественные ссылки. Именно поэтому многие веб-мастера вкладывают свое время в получение бесплатных ссылок или свои деньги в получении ссылок платных.

Не вдаваясь в подробности, перечислим одни из основных источников бесплатных ссылок после естественных (которые ставят на сайт просто потому, что на нем интересная или полезная информация):

1. Качественные каталоги сайтов.
2. Социальные сети, блоги, форумы.
3. Каталоги статей, пресс-релизов.

4. RSS-каталоги (в случае наличия RSS-лент).
5. Доски объявлений.
6. Сервисы вопросов и ответов.
7. Рейтинги сайтов, счетчики.
8. Сервисы закладок.
9. Обмен ссылками и статьями.

Как ни крути, но при создании внешнего фактора для сайта на одних бесплатных ссылках в конкурентных тематиках далеко не уедешь. Кроме того, несмотря на всеобщее мнение, поисковые системы не против платных ссылок. Так на конференции «WWW 2009 MADRID» сотрудники Яндекса заявили следующее: «Согласно нашим последним наблюдениям, основным методом поисковой оптимизации в рунете является использование платных ссылок. И, несмотря на то, что платные ссылки оказывают влияние на результаты поисковой выдачи, мы не относимся к ним как к спам-ссылкам. Большинство платных ссылок размещены на нормальных страницах наряду с другими полезными ссылками и часто ведут на полезные коммерческие сайты. Платные ссылки стоят больших денег и поэтому они тщательно составлены. В этом случае текст ссылок всегда содержит слова, соответствующие коммерческим запросам на целевом сайте. Тысячи оптимизаторов вручную составляли тексты платных ссылок, поэтому можно ожидать, что такие ссылки содержат полезную информацию о продвигаемом сайте».

Именно на платные ссылки и уходит львиная доля бюджета на продвижение. Времена, когда все платные ссылки покупались вручную методом «договорился в *icq* и купил», остались в прошлом. В рунете существует множество бирж ссылок, которые условно можно разделить на 2 вида:

1. Временные (с ежедневной или ежемесячной оплатой). Преимущественно, с главных и внутренних страниц разных сайтов.
2. Постоянные (с разовой оплатой). Преимущественно, ссылки из контента статей и сообщений в блогах.

Постоянные ссылки дороже временных, их намного меньше, но для долгосрочных проектов вкладывать бюджет в них намного более разумно.

Существует множество факторов, по которым необходимо оценивать качество «донора». Вот лишь часть из этих факторов:

1. Цитируемость сайта-донора и страницы ссылки сайта-донора.
2. Возраст сайта-донора и страницы сайта-донора.
3. Релевантность контента страницы сайта-донора.
4. Расположение ссылки на сайте-доноре.
5. Текст ссылки с сайта-донора.
6. Регион домена сайта-донора.
7. Трастовость и качество сайта-донора.
8. Уникальность контента страницы сайта-донора.

Словарик:

Сайт-донор — веб-ресурс, предназначенный для передачи статического веса или влияния на ссылочное ранжирование по определенным запросам для других сайтов.

Следует учитывать, что не все ссылки одинаково полезны. Некоторые из них могут негативно влиять на сайт. Например, уже упомянутые мною спам-ссылки.

Напоследок добавлю, что в последнее время появилось множество автоматических сервисов по покупке ссылок. Процесс продвижения сайта, по словам разработчика, полностью автоматизирован. Однако относитесь с опаской к данным сервисам — хорошо они будут работать только тогда, когда их начнут делать сами поисковые системы. Но вряд ли когда-нибудь это случится, так как поисковая система уже предоставила такой инструмент, как контекстная реклама. Но в случае, если не хочется вникать в процесс раскрутки, а делегировать задачу SEO-специалистам

нет возможности, подобные сервисы вполне могут сэкономить время.

Анализ продвижения

Ответим на самый популярный вопрос тех, кто занялся SEO своего сайта — а каким образом можно динамически отслеживать увеличение посещаемости, которое дает раскрутка? Для того чтобы отслеживать посещаемость сайта, используется статистика посещаемости. Например, на сайт можно установить статистику *Google Analytics*. В ней клиент — владелец сайта может видеть статистику по ключевым словам, по которым были совершены переходы из поисковых систем, активность посетителей, пришедших по тому или иному запросу. Данная система обладает огромным функционалом и в процессе работы дает массу материала для размышлений. Также популярен «счетчик» *Liveinternet.ru*. В статистике, которую предоставляют эти сервисы, вы сможете просмотреть полную информацию по сайту. Работа с этими системами — уже целая наука.

Эпилог

Мы постарались кратко, но достойно предоставить информацию о SEO. Давайте вспомним наши цели:

- иметь начальные знания для дальнейшей самостоятельной работы по продвижению своего сайта;
- обратиться в SEO-студию и быть уже в курсе того, что вам нужно.

Начальные знания вы получили. Куда идти дальше? Прочитайте рекомендации *Google* и Яндекс, подберите ключевые фразы для вашего бизнеса, сделайте сайт с учетом этой информации и начните заниматься внешней оптимизацией.

Сложно? Долго? Нет времени? Нет желания? Если на любой из этих вопросов ответ «да», тогда вы наверняка зададите следующий вопрос — а сколько стоит раскрутка сайта в студиях? Наша компания ответит, что стоимость продвижения

сайта зависит от множества факторов, среди которых:

- популярность (конкурентность) тематики;
- регион продвижения (Киев, Одесса, Украина, Россия, США, СНГ...);
- объем работы (количество и «качество» ключевых слов);
- срок работы (2, 4, 6, 12 месяцев) — чем дольше, тем стабильнее результат;
- цель (топ-10, топ-3, 1 место).

В целом, цена раскрутки сайта будет зависеть от поставленной клиентом задачи. Более точную стоимость каждая студия может сообщить после индивидуального анализа. Остерегайтесь компаний, которые отвечают конкретной цифрой на вопрос «сколько стоит раскрутка», не спросив вас даже о тематике вашего сайта и интересующей вас целевой аудитории.

Наша совесть будет чиста, если мы предупредим вас и о других проблемах. На рынке SEO-услуг много новичков, уверенных в себе непрофессионалов, а также просто мошенников. Заработать деньги на этом рынке несложно, если попросту обмануть клиента. Вы уже не новичок в SEO, поэтому обмануть вас будет сложнее. Но все-таки дадим банальный совет: лучше предпочесть крупную компанию с хорошей репутацией. На рынке SEO это не означает, что стоимость продвижения будет выше, чем у талантливого студента технического вуза, так как крупные компании могут использовать более экономные и стабильные приемы продвижения.

P. S. Ах да, чуть не забыл. Вам ведь наверняка интересно узнать, что означает одно из самых популярных слов в этой статье :-)

Словарик

Блефаропластика — пластическая операция по изменению формы век, разреза глаз.