**Практическая работа№ 3 (20)**

**Проведение внутренней seo оптимизации сайта**

**Цель:** получение навыков проведения внутренней SEO оптимизации сайта.

***Теоретические вопросы***

Внутренняя SEO оптимизация сайта.

Внутренняя оптимизация сайта – действия, проводимые над сайтом с целью повысить позиции страниц в поисковых системах по заданному списку ключевых фраз.

*SEO-оптимизация сайта*

1. Создайте корректный robots.txt.

Robots.txt – текстовый документ, расположенный в корневом каталоге сайта. В нем указаны инструкции о том, какие страницы разрешено индексировать поисковым системам, а какие нет. Наличие robots.txt не обязательно и его отсутствие означает разрешение индексировать сайт без ограничений. Корректный robots.txt поможет поисковым системам быстрее и полнее индексировать сайт.

1. Укажите правильный тег <meta name=”robots” content=”...”>.

Мета-теги находятся в разделе <head> HTML-кода документа:

Мета-тег <meta name=”robots” content=””> управляет индексацией страницы в поисковых системах.

Отсутствие этого мета-тега означает разрешение на индексирование документа. Специальные значения атрибута content позволяют:

* content=”noindex” – запретить индексацию текста,
* content=”nofollow” – запретить переход по ссылкам на странице.

1. Исключите появление дублей.

Дубли – одинаковые по содержанию документы, доступные по двум отличным URL-адресам.

Такие страницы со стороны Яндекса и Google могут быть пессимизированы.

Распространенная причина появления дублей – отсутствие явного указания на главное зеркало. Зеркалами считаются сайты, являющиеся полными копиями по контенту. Так, страницы интернет-ресурса могут быть доступны по адресу с www и без него, с слэшем “/” в конце или без него.

1. Прокачайте дизайн и юзабилити.

Поисковые системы придают большую важность поведенческим факторам, которые оцениваются показателями – отказы, время на сайте, глубина просмотра. Качество дизайна и юзабилити сильно влияет на значения этих показателей. Дизайн должен быть визуально приятным, интуитивно понятным и удобным для посетителей.

1. Повысьте скорость загрузки.

Отличным показателем можно считать, если время загрузки не превышает 2 секунд, приемлемым – до 5 секунд. Если сайт загружается слишком медленно, скорее всего, следует выполнить эти действия:

* использовать высокоскоростной хостинг;
* выбрать оптимальные параметры изображений;
* оптимизировать код;
* минимизировать HTML, CSS, JS;
* подключить минимальное количество внешних файлов;
* включить сжатие данных на сервере.

1. Уделите внимание SMO.

Social Media Optimization (SMO) – оптимизация для социальных медиа, которая в целом заключается в повышении удобства использования сайта посетителями из социальных сетей.

На практике это означает следующие действия:

* использование кнопок “поделиться”;
* внедрение микроразметки;
* указание ссылок на представительства в социальных сетях.

Смысл наличия кнопок “поделиться” в том, чтобы пользователю было легко поделиться понравившемся материалом на своей личной странице в социальной сети.

Социальные сети поддерживают протокол Open Graph. Микроразметка управляет заголовком, изображением, описанием и ссылкой, когда статью сайта размещают в социальной сети.

Если вы имеете личные профили в социальных сетях или сообщества, то укажите их адреса на своем сайте.

1. Используйте инструменты поисковых систем.

*Оптимизация страниц сайта*

Целью SEO оптимизации страницы является максимальное повышение ее релевантности в поисковых системах по конкретным ключевым фразам.

1. Используйте ключевые фразы в <title>.

Отображается как заголовок вкладки браузера и может быть использован в результатах выдачи. При составлении заголовка следуйте этим рекомендациям:

* начинайте заголовок с основной ключевой фразы;
* не превышайте значение длины заголовка в 70-80 символов;
* используйте уникальные заголовки в пределах своего сайта;
* составляйте грамотный и осмысленный текст заголовка;
* не включайте в заголовок знаки завершения предложения – .!? Заменяйте их на : – и |

Содержимое этого тега не присутствует на странице.

На ранжирование мета-тег влияет слабо. Поисковые системы могут использовать содержание этого тега в сниппете на выдаче, что оказывает существенное влияние на кликабельность (CTR).

1. Подготовьте описания для description.

Мета-тег <meta name=”description” content=””> расположен в секции <head> HTML-кода документа.

Структурируйте содержимое.

Формат подачи информации влияет на удобство ее восприятия человеком. Поисковые системы умеют распознавать формат подачи информации, анализируя код верстки страницы. В HTML-коде существуют различные теги для верстки соответствующих блоков:

* абзацы <p>
* заголовки и подзаголовки <h1>...<h6>
* маркированные и нумерованные списки <ul>, <ol>
* таблицы <table>
* изображения <img>

Старайтесь разнообразить верстку и уместно использовать подобные блоки.

1. Оптимизируйте текст.

При написании текста, в первую очередь, следует ориентироваться на людей и заботиться о смысловом наполнении, а уже потом оптимизировать его для поисковых систем. Делайте тексты интересными и легкими для чтения. При оптимизации текста учитывайте следующие рекомендации:

* используйте основную ключевую фразу в первых 2–3 абзацах;
* используйте иерархию заголовков и подзаголовков:
* основную ключевую фразу включите в главный заголовок h1;
* не создавайте более одного главного заголовка на странице;
* дополнительные ключевые фразы включайте в подзаголовки h2...h6;
* размещайте тексты уместного объема:
* коммерческие: 2000–3000 символов;
* информационые: от 5000 символов;
* равномерно распределяйте ключевые фразы по тексту, избегайте их скопления в одной части.

Кроме этого ваш текст должен быть уникальным и не содержать грамматических ошибок. Помните, что за частое включение ключевых фраз в текст, поисковые системы могут наложить санкции за переоптимизацию. Оптимальное количество вхождений в процентах от общего объема текста для каждого запроса свое. Узнать его ориентировочно можно проанализировав конкурентов в топ-5.

1. Оптимизируйте изображения.

Качественный текст часто сопровождается иллюстрациями, как, например, эта статья. Это нравится пользователям, но в этом также есть некоторые проблемы для SEO. Добавляя изображения на страницу, увеличивается ее общий вес и тем самым снижается скорость загрузки. Выбирайте корректный формат и размер изображения – от этого зависит размер файла. При выборе формата следуйте следующим простым правилам:

* если это анимация – .gif;
* если необходим прозрачный фон – .png;
* в остальных случаях – .jpg.

Выбор размера: в общем случае вес изображения тем больше, чем больше ее размер. Если в статье размещается картинка размером 400×200 пикселей, то не нужно для этих целей использовать оригинал в размере 1600×800 и сжимать его в браузере до 400×200. В таком случае в графическом редакторе следует изменить размер до необходимого 400×200. Изображения на страницу добавляются с помощью тега <img>, который имеет актуальные для SEO атрибуты:

* src – включает название файла;
* alt – описание, которое появляется при невозможности загрузить картинку;
* title – всплывающая подсказка, появляющаяся при наведении.

При выборе названия файла с изображением отдавайте предпочтение лаконичному варианту описывающему суть файла. В атрибуте alt включите краткое описание до 10 слов того, что именно показано на картинке.

1. Используйте внутреннюю перелинковку.

Внутренняя перелинковка – это ссылки между внутренними страницами. На крупных сайтах основный эффект от перелинковки заключается в перераспределении веса страниц в пользу наиболее важных. Это позволяет им несколько лучше ранжироваться. На небольших площадках такой эффект малозаметен, но в этом случае перелинковка тоже играет важную роль. При уместном использовании ссылок внутри статей пользователь будет переходить по ним и проводить больше времени на ресурсе, улучшая поведенческие факторы. Распространенные виды перелинковки – рекомендательные блоки и контекстные ссылки.

1. Грамотно применяйте исходящие ссылки.

Существует мнение, что нежелательно ставить исходящие ссылки на внешние ресурсы. В среде оптимизаторов есть различные аргументы за и против. Исходящие ссылки на авторитетные тематические площадки помогают в продвижении. Такие ссылки позволяют поисковикам правильно определить тематику ссылающегося сайта. Кроме этого такие ссылки прибавляют авторитетность и вашему ресурсу. Исходящие ссылки на спамные ресурсы следует избегать или использовать для них атрибут rel=”nofollow”. Такие ссылки могут появляться, например, в комментариях.

Включайте в статьи исходящие ссылки на авторитетные тематические площадки.

***Задание № 1.*** Проведите SEO-оптимизацию предложенного сайта

<https://spokast.ru/> - АРМ 1,6,11

<https://крмт.рф/> - АРМ 2,7,12

<https://kptech.ru/> - АРМ 3,8,13

<https://www.new.kitt.ws/> - АРМ 4,9,14

<http://ktyis.ru/> - АРМ 5,10,15

***Задание № 2.*** Оформите отчет.