

Васильева С.А.

Магистрант, кафедра автоматизированные системы управления,
Сибирский государственный аэрокосмический университет

ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ

Аннотация

В статье приведен универсальный механизм самостоятельного продвижения сайта в поисковых системах.

Ключевые слова: сайт, информация, ссылка, интернет

Keywords: site, the information, the reference, the Internet

Поисковая оптимизация сайта - это искусство использования алгоритмов работы поисковых систем для получения прибыли. Хорошо раскрученный ресурс сегодня стал неотъемлемой деталью имиджа преуспевающей фирмы.

Первое, что необходимо сделать – это определить целевую аудиторию. Определение целевой аудитории заключается в составлении примерного портрета целевого посетителя сайта.

Основные характеристики целевой аудитории: пол, место жительства, возраст, семейное положение, образование, занятость, финансовый статус, социальный статус, а также специализированные данные, важные для специфики сайта.

Существует – несколько способов определение целевой аудитории:

- лог-анализатор сервера и данные счетчика посещений (позволяют изучить все действия пользователей на сайте и конкретизировать распределение аудитории сайта по регионам, по времени и др.);

- опросы аудитории сайта (анкетирование уникальных посетителей с использованием опросной формы или регистрации на сайте);

- системы аудита и традиционные опросы исследовательских компаний (агентств).

Важным источником статистической информации о целевой аудитории сайта является статистика запросов поисковых систем. Оценить величину целевой аудитории можно по числу поисковых запросов. Подобные сервисы имеют, например, поисковые системы Яндекс и Рамблер.

На основе данных, полученных в результате сбора информации, можно получить сводные цифры и изучить закономерности поведения групп пользователей и оценить эффективность рекламного воздействия.

Характеристики портрета целевой аудитории учитываются при разработке дизайна и структуры, а также при внесении корректировок в информационное наполнение сайта с целью привлечения большего числа посетителей, входящих в круг целевой аудитории.

Следующий шаг оптимизации сайта – это правильное определение наиболее важных поисковых запросов или составление семантического ядра.

При составлении семантического ядра, в первую очередь, учитываются "коммерческие" запросы, которые задаются потенциальным покупателем, затем информационные запросы общего характера, малоцелевые "нечеткие" запросы и запросы с ошибкой.

Подбор семантического ядра заключается в подборе как можно большего количество ключевых слов. Ключевые слова принято разделять на ВЧ – высокочастотные, СЧ – среднечастотные и НЧ – низкочастотные запросы. В семантическое ядро сайта, как правило включают все виды запросов. Четких критериев определения, что есть ВЧ, а что

СЧ нет, так как в разных тематиках количество показов может значительно различаться. Как правило, ВЧ состоят из одного-двух слов, СЧ из двух-трех, а НЧ от трех и более слов.

Анализируя содержание сайта следует составить примерный список этих слов (словосочетаний) вместе с их синонимами.

Далее необходимо провести внутреннюю оптимизацию сайта. Внутренняя оптимизация – это комплекс мероприятий по продвижению, связанных с работой над самим продвигаемым сайтом.

Мета-теги. Самым важным для внутренней оптимизации страницы под тот или иной ключевой запрос является точное вхождение этого ключевого в название сайта. Поисковики учитывают только первые 70 символов данного тега, поэтому необходимо ограничить свой ключевой запрос этой длиной.

Текст. Желательно чтобы текст на страницах был уникальным, т.е. он не должен повторяться на других сайтах в Интернете. Как правило, страницам с уникальной информацией отдается некое преимущество в результатах выдачи. Обязательно надо использовать ключевые слова в тексте, причем, чем ближе ключевое слово к началу страницы, тем больший вес ему придается.

Информация на сайте должна обновляется, путем добавления новых статей, либо обновления уже существующих.

Ссылочная структура. Если на страницу, которую вы оптимизируете, имеется ссылка с другой страницы вашего сайта, то обязательно используйте ключевое слово в тексте данной ссылки. На всех страницах указывайте ссылку на главную страницу, с ключевым запросом в тексте ссылки. Таким образом, Вы значительно добавите вес главной страницы по этому запросу.

Последним этапом в продвижение сайта является внешняя оптимизация сайта, которая заключается в работе с внешними факторами. Внешние факторы влияющие на положение продвигаемого сайта в серпе это есть не что иное как внешние ссылки сайта. Или по-другому ссылки ссылающиеся на продвигаемый нами сайт. Количество и качество ссылок ведущих на сайт имеют огромное значение.

Группа основных внешних факторов ранжирования:

1. Релевантность ссылающихся сайтов – наиболее эффективными являются ссылки с тематических ресурсов;

2. Релевантность ссылающихся страниц – общетематический ресурс может содержать страницу тематичную продвигаемому сайту и ссылаться на него в тексте данной страницы;

3. Качество ссылающихся сайтов – вес сайтов в глазах поисковой системы;

4. Входящие ссылки с единой сети сайтов – следует избегать ссылок с сетей сайтов, созданных лишь с целью продажи ссылок;

5. Разнообразие типов и видов ссылок:

Разные IP адреса ссылающихся сайтов – охват широкого диапазона IP адресов сайтами донорами и всеми их реципиентами;

Географическое разнообразие – охват донорами разных доменных зон;

Разнообразие тем – различные шаблоны сайтов доноров;

6. Соотношение исходящих и входящих ссылок – продвигаемый сайт не должен ссылаться на нетематические сайты и неавторитетные ресурсы;

7. Соотношение ссылок с социальных сетей со всем профилем обратных ссылок – положительный фактор, предающий натуральность общей ссылочной массе продвигаемого сайта;

8. Обратные ссылки с социальных сайтов закладок – необходимый признак популярности продвигаемого сайта.

Последним шагом является выбор хостинга. Это может быть и предоставление в аренду целого сервера, и даже размещение на своей площадке сервера, но наиболее востребованной услугой является виртуальный хостинг. В интернете существуют как платные, так и бесплатные хостинги. У каждого варианта есть свои плюсы и минусы. Основной плюс бесплатного хостинга - не нужно платить денег. Разместить сайт на бесплатном хостинге проще и быстрее. Минусы его заключаются в том, что на страницы сайта, размещённого на бесплатном хостинге, как правило, принудительно вставляется реклама, а так же существуют более жёсткие требования к тематике сайта и размещению скриптов. Кроме того, одно из основных ограничений в том, что сайт будет иметь доменное имя третьего уровня, что снижает позиции сайта в поисковых системах и рейтингах.

Услуги платного хостинга предлагают огромное число компаний, от крупных и широко известных, до совсем небольших. Условия хостинга и тарифные планы, которые они предлагают, могут существенно различаться. При выборе хостинга нужно внимательно изучить условия предоставления его, и выбрать наиболее подходящий.

В данной статье описан универсальный механизм продвижения сайта в поисковых системах. Эффективное поисковое продвижение сайта позволяет привлечь именно целевую аудиторию. Результаты продвижения сайта приносят эффект значительно выше, чем другая реклама, но максимальный эффект от продвижения сайта происходит не мгновенно, а через 1-2 месяца после начала работ.

Литература

1. Проявление виртуальности в жизни пользователя [Электронный ресурс]: сайт – Режим доступа: <http://www.virtual-server.ru/google/search25.html>
2. Электронный словарь [Электронный ресурс]: база данных – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
3. Web-технологии [Электронный ресурс]: электрон. журн. — Режим доступа: <http://htmlweb.ru/analiz/catalog.php>