

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВЕБ САЙТА

Тихон А.В.

БНТУ, МИДО, г. Минск, Беларусь, optimalyo@gmail.com

Первое и, пожалуй, самое основное с чего нужно начать процесс поискового продвижения Вашего Интернет-проекта – это с регистрации сайта в поисковых системах. Наиболее популярными поисковыми системами Рунета считаются Яндекс, Рамблер, Google и Апорт именно в той последовательности, в которой они перечислены. Поисковые системы имеют свои различные базы данных, содержащие страницы с каждого проиндексированного сайта. Выдача в поисковых системах различна и зависит от собственного алгоритма ранжирования web-сайтов. По запросу посетителя поисковая машина выдает перечень сайтов, на которых содержатся слова из запроса. Наиболее приоритетными факторами в выдаче поисковых систем являются частое обновление сайта, дата индексирования сайта, количество слов из запроса на странице, содержание мета-тегов «Title», «Descriptions», «Keywords», а так же количеством и качеством ссылающихся внешних ресурсов на страницу с поисковым запросом.

Регистрация в поисковых системах является бесплатным методом. Но практически в каждой из них существует свой «каталог сайтов» с тематическими рубриками, в который можно попасть как бесплатно, но за довольно продолжительное и неопределенное время, так и платно, но очень быстро (в течение трех суток). Выдача в каталогах поисковых систем строится по-разному. Например, выдача каталога поисковой системы Яндекс строится на основе коэффициента тематического индекса цитирования сайта «ТИЦ», который определяется наличием качественных внешних ссылок на сайт. Наиболее приоритетными ссылками в данном случае являются именно тематические, отсюда исходит и название «тематический индекс цитирования».

Только после того, как Вы зарегистрировали свой сайт в поисковых системах можно начинать полноценное наращивание внешних ссылок и не только. Рассмотрим конкретные методы:

Обмен ссылками

Процесс обмена ссылками включает размещения ссылки другого сайта на свой, а он ставит ответную ссылку на вас у себя на сайте. Обмен ссылками дает весомый результат для ссылочного ранжирования сайта в поисковых системах, а, следовательно, и продвигаемой продукции. Также обмен ссылками является и рекламным носителем информации, но уже в меньшей степени т.к. малый процент пользователей Интернет просматривает на сайте тематический каталог ссылок на другие внешние ресурсы.

Существуют две стратегии обмена ссылками:

1. Сайт «А» ссылается на сайт «В», а сайт «В» ссылается на сайт «А» – «прямой обмен».
2. Сайт «А» ссылается на сайт «В», а сайт «В» ссылается на сайт «Г» – простейший «перекрестный обмен».

У каждой стратегии обмена ссылками есть свои сторонники. Одни говорят, что наиболее весомым будет «прямой обмен», другие считают наоборот, но с точностью на 100% не могут быть уверены ни те, ни другие.

Регистрация сайта в «белых» каталогах

Регистрация сайта в каталогах – это целая наука. Образно можно сказать, что каталоги это аналог традиционным справочникам. Регистрация в каталогах несет в себе «особую» положительную черту – это одновременное [поисковое продвижение сайта](#) и не поисковое. Зарегистрировавшись в каталоге, через некоторое время ваши ссылки будут проиндексированы роботами поисковых систем, что соответственно положительно повлияет на выдачу, а так же станут заметны переходы целевой аудитории с самого каталога (если он является хоть немного популярным). Т.к. многие пользователи Интернет предпочитают искать информацию в поисковых системах и каталогах одновременно, не редко ставя в приоритет второе.

Для того, что бы ваш сайт пропустили в каталог – вы должны соблюдать все требуемые правила его создателя, иначе ваше время будет потрачено впустую. Как правило, это читабельное название, описание (не спам), правильно выбранная категория. Иногда требуется обратная ссылка на каталог.

Участие в рейтингах сайтов

Данный способ предполагает размещение на вашем сайте код (баннер 88*31), в то время как на сайте-рейтинге сайты будут отображаться по мере убывания посещаемости участников. Регистрацию в рейтингах рекомендуется проводить сразу же после регистрации в поисковых системах. Это позволит Вам получить на себя обратную ссылку с высокими показателями, а так же позволяет собирать всю необходимую вам статистику. Но не стоит увлекаться размещением у себя на сайте множеством графических баннеров с рейтингов – их обширное количество отталкивает глаз потенциального посетителя вашего сайта и наносит серьезный урон по юзабилити сайта. Рекомендуется участвовать не более чем в четырех рейтингах.

Размещение ссылок в линкопомойках или FFA

Данный способ позволяет ставить неограниченное количество ссылок на ваш сайт не проходя модерацию. Линкопомойки являются сайтами с обширным количеством внешних ссылок и не очень ценятся поисковыми системами. Тем не менее, не стоит забывать о данном способе продвижения т.к. именно в линкопомойках можно размещать любые поисковые фразы, в том числе и с грамматическими ошибками.

Размещение объявлений на досках объявлений

Доски объявлений похожи на «белые» каталоги, но рассчитаны в большей степени на читабельность потенциальными посетителями. Еще одно отличие – это добавление любой страницы вашего сайта на доску объявлений, когда в «белом» каталоге возможно добавить только главную страницу сайта.

Размещение пресс-релизов и тематических статей

На данный момент размещение тематических статей со внутренними ссылками на ваш сайт пользуются огромной популярностью среди оптимизаторов сайтов. Это связано с увеличением веса ссылки из текста статьи. Есть бесплатные каталоги статей, но они, как

правило, предназначены только для поисковых систем. В то время, когда размещение вашей статьи со внутренними ссылками на платном тематическом ресурсе не только улучшит ранжирование вашего сайта в поисковых системах, но и приведет целевую аудиторию на сайт.

Размещение пресс-релизов не является поисковым продвижением. Обычно пресс-релиз именован, какому то определенному событию и размещается на соответствующих ресурсах – «релизницах» без внутренних ссылок или максимум со ссылкой на источник.

Реклама в рассылках

Многие сайты имеют сервисы по рассылке своих новостей (а иногда и новых материалов) своим подписчикам. Реклама в рассылке часто позволяет «протестировать» аудиторию ресурса. Существует несколько способов рекламы в рассылках, но это уже отдельная тема для статьи.

Внутренняя оптимизация сайта

Внутренняя оптимизация сайта – это действия, направленные на изменение содержимого сайта, чтобы поисковые системы лучше его индексировали. Внутренняя оптимизация бесплатна и ее результативность зависит только от ваших усилий.

Внутреннюю оптимизацию можно разбить на несколько частей:

Составление семантического ядра. Необходимо составить семантическое ядро, именно этот шаг становится стартовым на пути продвижения веб-сайта. В зависимости от составленного семантического ядра, происходят технические доработки и доработки контента, выбираются страницы, которые будут продвигаться. Поэтому нужно правильно составить семантику для продвижения. Только качественно составленное семантическое ядро сможет обеспечить продвижение сайта, а вместе с ним наплыв посетителей.

Оптимизация контента – текстового содержания страницы. В тексте, размещенном на странице важно часто использовать ключевые слова, но не стоит забывать, что страницы, пестрящие ключевыми словами, поисковые системы могут расценить как поисковый спам. Поэтому рекомендуется использовать ключевые слова с частотой, не превышающей 2-8% от всего содержимого страницы.

Работа с Мета-тегами. При регистрации веб-ресурса поисковые машины используют информацию, которая хранится в тегах META, они размещаются в html-коде страницы между тегами.

Работа с файлом robots.txt. При входе на сайт поисковые машины сперва обращаются к файлу robots.txt, делают они это для того чтобы понять как им действовать дальше и узнать, какие файлы и директории запрещены к индексированию. Ограничение происходит при помощи тэгов noindex для Рамблера и Яндексa и параметром nofollow для Гугла. Так же robots.txt может помочь закрыть от индексации страницы или даже папки на сайте. Однако этот же файл может помочь склеить зеркала сайта – это необходимо, если на ваш сайт идут ссылки с www и без.

Карта сайта Если вы хотите, чтобы все страницы вашего ресурса проиндексировались, необходимо составить карту сайта — Sitemap. На ней отображены все ссылки сайта, проходя по которым робот индексирует все страницы.

Внутренняя перелинковка страниц. Наибольшее количество ссылок на сайт — прямые, это значит, что ссылки ведут на главную страницу, из-за этого главная страничка имеет наиболее высокий статический вес. Внутренняя перелинковка страничек поможет распределить общий статический вес между всеми страницами, и вместо высоких позиций одной главной страницы в поисковых запросах, статический вес будет распределен между внутренними страницами сайта.

И только после того, как будет выполнена вся вышеописанная работа по внутренней оптимизации, можно приступить к внешней оптимизации.

Список использованной литературы:

1. “Руководство по внутренним факторам” Гроховский Л.
2. “Продвижение порталов и интернет-магазинов” Гроховский Л.
3. “Контекстная реклама” Бабаев А.
4. <http://seokleo.ru/>
5. <https://vtop10.net/strategiya-i-taktika-prodvizheniya/57-sposoby-prodvizheniya-sajta-pochemu-seo-samyj-deshevuj>