Манифест поисковой системы



www.ebookexe.ru

Манифест поисковой системы

«Добейтесь высоких позиций для своих веб-страниц в результатах популярных поисковых систем — для максимального охвата аудитории!»

Поисковые системы и принципы их работы

Поисковые системы — это специализированные веб-ресурсы, предназначенные для того, чтобы помогать пользователям находить информацию, размещенную на других сайтах. Несмотря на различия в алгоритмах работы, все поисковые системы выполняют три основные задачи:

- они сканируют интернет (или его отдельные сегменты), ориентируясь на ключевые слова;
- они формируют индекс, содержащий найденные слова и указания на то, где именно они были обнаружены;
- они предоставляют пользователям возможность искать слова или их сочетания, опираясь на этот индекс.

На заре своего появления поисковые системы хранили индексы, включающие лишь несколько сотен тысяч страниц и документов, и обрабатывали от одной до двух тысяч запросов в день. Сегодня ведущие поисковые системы индексируют сотни миллионов страниц и ежедневно отвечают на десятки миллионов запросов.

Прежде чем поисковая система сможет подсказать, где находится нужный файл или документ, его необходимо обнаружить. Для поиска информации среди сотен миллионов существующих веб-страниц поисковые системы используют специальные программные алгоритмы — так называемых «пауков» (spiders), которые составляют списки слов, встречающихся на веб-сайтах.

Процесс формирования таких списков «пауками» называется веб-сканированием (web crawling).

Чтобы создать и поддерживать актуальный список слов, «паукам» приходится изучать огромное количество страниц. С чего же начинается «путешествие» такого «паука» по сети? Обычно отправными точками служат списки наиболее востребованных серверов и популярных веб-страниц. «Паук» начинает работу с популярного сайта, индексирует слова на его страницах и переходит по всем найденным на них ссылкам. Таким образом, система сканирования быстро расширяет охват, распространяясь на наиболее часто посещаемые сегменты интернета.

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

После того как «пауки» завершают сбор информации, поисковая система должна сохранить ее в структурированном и удобном для использования виде. Доступность собранных данных для пользователей обеспечивается двумя ключевыми элементами:

- информацией, которая сохраняется вместе с данными;
- методом, используемым для индексации этой информации.

В самом простом случае поисковая система может сохранять лишь само слово и URL-адрес страницы, на которой оно было найдено. На практике такая поисковая система была бы малоэффективной, поскольку она не позволяла бы определить, насколько значимо то или иное слово в контексте страницы, как часто оно встречается, или содержит ли страница ссылки на другие ресурсы, где это слово также присутствует. Иными словами, при таком подходе невозможно составить рейтинг, который выводил бы наиболее полезные страницы в начало списка результатов поиска.

Чтобы сделать результаты поиска более качественными, большинство поисковых систем сохраняют не только само слово и соответствующий ему URL-адрес. Система может учитывать частоту появления слова на странице. Каждому вхождению слова присваивается определенный «вес»: значение увеличивается, если слово встречается в начале документа, в подзаголовках, в ссылках, в метатегах или в заголовке страницы. У каждой коммерческой поисковой системы есть своя уникальная формула для определения веса слов в индексе. Именно поэтому при поиске по одному и тому же запросу разные поисковые системы выдают разные списки результатов, в которых страницы располагаются в разном порядке.

Программа автоматического поиска клиентов



Эта программа будет находить вам каждый день новых клиентов автоматически.

1 раз запускаете — дальше система сама ежедневно находит вам клиентов.

В любую нишу (b2b и b2c).

Новые клиенты каждый день — без ручного поиска.

Работает автоматически без VPN.

Используйте для своего бизнеса или продавайте лиды другим компаниям.

Узнать подробнее>>

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

У индекса есть одна главная цель — обеспечить максимально быстрый поиск информации. Существует немало способов создания индекса, но один из наиболее эффективных — использование хеш-таблицы. В основе этого метода лежит применение специальной формулы, которая сопоставляет каждому слову определенное числовое значение.

Эта формула разработана таким образом, чтобы равномерно распределять элементы по заранее заданному количеству ячеек. Такое числовое распределение отличается от привычного алфавитного порядка — именно в этом и заключается секрет эффективности хеш-таблицы.

Когда пользователь вводит поисковый запрос (ключевое слово или фразу), программное обеспечение поисковой системы обращается к индексу для поиска релевантных данных. Затем система формирует ответ, в котором наиболее подходящие веб-страницы представлены в самом начале списка.

Выбор SEO-компании

Компания, специализирующаяся на поисковой оптимизации (SEO), может стать ценным помощником в вашей интернет-маркетинговой кампании. Такие компании знают, как повысить позиции вашего сайта в поисковых системах, регулярно отслеживают их и корректируют свои стратегии, если результаты оказываются неудовлетворительными. Поскольку эта работа требует много времени, усилий и специальных знаний, зачастую разумнее обратиться к сторонним специалистам, чем пытаться самостоятельно поддерживать высокие позиции в поисковой выдаче.

Однако, как и в любой другой сфере, на рынке есть как добросовестные компании, так и некачественные исполнители. Понимание того, какие вопросы стоит задать и на какие критерии обратить внимание, поможет вам выбрать эффективную SEO-компанию с приемлемыми ценами.

При рассмотрении различных вариантов в первую очередь поинтересуйтесь, какие методы использует компания для улучшения ваших позиций в поисковых системах. Избегайте тех, кто применяет «клоакинг» (cloaking), «дорвеи» (doorway pages) или «промежуточные страницы» (bridge pages). Подобные приемы нарушают правила большинства поисковых систем; в худшем случае это приведет к серьезным санкциям в отношении вашего сайта — вплоть до его полного исключения из поискового индекса.

«Клоакинг» — это создание страниц, невидимых для обычных посетителей сайта. Такие страницы настроены так, чтобы распознавать поисковых роботов и перенаправлять их на специально подготовленный контент, искусственно завышающий позиции сайта в выдаче.

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

«Дорвеи» или «промежуточные страницы» работают по схожему принципу, но зачастую размещаются на совершенно других серверах. Google — крупнейшая и самая значимая поисковая система — исключает из своего индекса сайты, использующие «клоакинг». Поэтому ни в коем случае не сотрудничайте с компаниями, прибегающими к таким методам!

Еще один важный момент: получите гарантию того, что нанятая вами компания не будет работать с вашими конкурентами в период сотрудничества с вами. Очевидно, что подобная практика свела бы на нет эффективность всей SEO-кампании. Учтите, что некоторые компании могут использовать успех, достигнутый для вашего сайта, в качестве аргумента для продажи своих услуг вашим конкурентам. Поэтому обязательно зафиксируйте эту гарантию в письменном виде и убедитесь, что документ имеет юридическую силу.

Разумеется, один из важнейших аспектов, на который стоит обратить внимание, — это история достижений компании. Однако не стоит верить ей на слово: компания, безусловно, будет приукрашивать свои результаты, чтобы продать вам свои услуги. Не ограничивайтесь лишь их заявлениями об успехе — задайте уточняющие вопросы и проверьте полученные ответы.

Спросите, в каких поисковых системах им удалось добиться наилучших результатов. Важно, чтобы высокие показатели были достигнуты именно в самых популярных поисковиках. Поскольку популярность поисковых систем может меняться вместе с развитием интернета, рекомендуем ознакомиться с данными Nielsen NetRatings на сайте Search Engine Watch.

Ссылка: https://searchenginewatch.com/

Затем выясните, по каким именно ключевым словам и фразам компания заявляет о достижении высоких результатов. Добиться хороших позиций по непопулярным запросам довольно легко. Например, по фразе «поводки для кошек» (cat leashes) можно занять высокие места, поскольку вряд ли кто-то еще догадается использовать такой запрос. Вам же нужны результаты по популярным ключевым словам.

Воспользуйтесь программой Wordtracker (доступна по адресу http://www.wordtracker.com). Вы можете оформить бесплатную пробную подписку или выбрать платный тариф — от одного дня до года. Этот инструмент оценивает популярность ключевых слов и фраз на основе реальных данных об их использовании в поисковых системах.

Кроме того, оцените общие результаты работы компании для какого-либо конкретного сайта, который она приводит в пример. Вас должны интересовать высокие позиции по широкому спектру запросов в различных

поисковых системах. Попросите предоставить отчет по любому из клиентов, с которыми компания успешно работала. В таком отчете должны быть отражены хорошие позиции в популярных поисковых системах по целому ряду востребованных ключевых слов и фраз.

Выбирая компанию, занимающуюся поисковой оптимизацией (SEO), убедитесь, что заявленные ею достижения — это действительно результат ее собственной работы. Некоторые фирмы могут выдавать чужие успехи за свои, чтобы убедить вас заключить с ними договор. Если у вас возникли сомнения, позвоните в компанию, результаты которой вам демонстрируют, и поинтересуйтесь, какая фирма занимается для них поисковой оптимизацией (SEO).

Важно помнить, что успешная кампания по поисковой оптимизации обеспечивает максимальный охват в самых популярных поисковых системах по широкому спектру ключевых слов и фраз. Именно в этом заключается формула успеха, и вам следует всегда держать её в центре своей маркетинговой стратегии.

Попросите компанию, занимающуюся поисковой оптимизацией (SEO), которую вы рассматриваете в качестве потенциального партнера, предоставить отчет о позициях вашего сайта в популярных поисковых системах за период не менее шести месяцев. Помните: поисковый маркетинг — это непрерывный процесс. Вам нужна компания, которая не только понимает это, но и постоянно отслеживает ваши позиции в поисковых системах. Кроме того, такая компания должна уметь корректировать свою стратегию в случае снижения позиций.

Поскольку поисковый маркетинг — процесс постоянный, ваши позиции должны находиться под непрерывным контролем. Если вы хотите, чтобы SEO-компания взяла эту задачу на себя, попросите предоставить образец ежемесячного отчета. Важно, чтобы в нем были отражены позиции в наиболее популярных поисковых системах. Не стоит впечатляться отчетом, в котором представлены отличные результаты лишь для малоизвестных поисковых систем — добиться таких показателей довольно легко. Также убедитесь, что системы, фигурирующие в отчете, действительно являются популярными на сегодняшний день.

Проверьте, чтобы формат отчета был понятным и удобным для вас. Например, это может быть график, охватывающий период не менее шести месяцев и демонстрирующий, скажем, динамику позиций (скажем, в топ-50) по месяцам или наиболее успешные страницы сайта за каждый месяц. Уточните, действительно ли компания ежемесячно отслеживает эти показатели, и содержит ли отчет выводы и рекомендации, разработанные специально для вашего сайта. Это гарантирует, что компания будет не просто собирать статистику, а активно следить за ситуацией и при необходимости корректировать свою стратегию. Вам нужен партнер, который принимает деятельное участие в вашей кампании по поисковому маркетингу, а не просто занимается сбором данных.

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

Разумеется, при выборе компании важную роль играет бюджет, однако помните: от SEO-компании напрямую зависит успех всей вашей маркетинговой кампании — это не просто второстепенное дополнение. Если вы пока не можете позволить себе услуги компании, способной выполнить работу качественно и надежно, возможно, стоит подождать, пока у вас появятся для этого необходимые средства. Если вам необходимо найти компанию, а ждать улучшения финансового положения нет возможности, можно попробовать подобрать доступный по цене вариант — например, обратиться в недавно созданную фирму. Однако помните: сотрудничество с компанией, у которой еще нет подтвержденного опыта работы, сопряжено с рисками — и рискуете вы собственными деньгами! Не стоит принимать поспешных решений, если компания не может предоставить хотя бы несколько рекомендаций от предыдущих клиентов.

Рекомендации — самый надежный показатель качества работы компании. Никогда не обращайтесь к тем, кто отказывается предоставить контакты своих клиентов — даже если в качестве причины называют «конфиденциальность». Помните: рекомендации готовы дать даже врачи! Выбранная вами фирма должна предоставить как минимум два отзыва: один — от клиента, с которым она работала в прошлом, и второй — от того, с кем сотрудничает в настоящее время.

Сержант SEO

Современные SEO-стратегии, которые помогут вам попасть на первую страницу Google



В этой электронной книге вы познакомитесь с базовыми SEO-стратегиями для привлечения трафика. Вы также узнаете о передовых методах SEO, которые помогут вам вывести трафик на новый уровень. Узнайте о возможностях пассивного трафика для получения пассивного дохода для вашего бизнеса.

Узнать подробнее<<

Связываясь с этими людьми, будьте готовы задавать четкие, конкретные вопросы — это поможет сэкономить время обеим сторонам. Поинтересуйтесь, каким был опыт взаимодействия с компанией: насколько оперативно специалисты отвечали на вопросы, как решали возникающие проблемы и соблюдали ли установленные сроки. Попросите оценить общую эффективность работы компании.

Узнайте, не требовала ли компания внесения серьезных изменений в веб-сайты клиентов — таких, которые могли бы повлиять на поведение посетителей. Вам нужна компания по поисковой оптимизации (SEO),

способная найти баланс между требованиями поисковых систем и интересами пользователей, не ущемляя при этом ни тех, ни других.

Самый важный вопрос, который стоит задать: принесла ли работа SEO-компании реальный рост прибыли? Ведь если прибыли нет, то не имеет никакого значения, занимает ли ваш сайт верхние строчки в результатах поиска или нет.

Подбор ключевых слов для поисковых систем

Поисковые системы — это своего рода транспорт, который доставляет потенциальных клиентов на ваш сайт. Чтобы посетители добрались до пункта назначения — вашего ресурса, — им нужны четкие и эффективные «указатели». Такими указателями служат правильно подобранные ключевые слова.

Представьте, что удачно выбранные ключевые слова — это своего рода заклинание «Сезам, откройся!» в мире интернета. Стоит найти подходящие слова или фразы — и готово: на ваш порог хлынет поток посетителей. Но если ключевые слова слишком общие или, наоборот, используются повсеместно, шансы на то, что пользователи доберутся именно до вашего сайта (и что вы получите от них реальную прибыль), резко снижаются.

Ключевые слова — фундамент вашей маркетинговой стратегии. Если подобрать их неточно, то даже самая агрессивная рекламная кампания может не достичь своей цели: нужные люди просто не узнают о вас. Поэтому первый шаг в разработке стратегии — сбор и оценка ключевых слов и фраз.

Возможно, вам кажется, что вы точно знаете, какие именно слова лучше всего подходят для поиска. Увы, если вы не следовали определенной методике, скорее всего, вы ошибаетесь.

Находясь в самом центре собственного бизнеса, трудно сохранять объективность — именно поэтому вам может быть сложно самостоятельно выбрать наиболее эффективные ключевые слова. Нужно научиться мыслить как ваши клиенты. А поскольку вы — владелец бизнеса, а не потребитель, лучше всего обратиться непосредственно к источнику.

Вместо того чтобы самостоятельно составлять список поисковых запросов, попробуйте узнать, какие слова используют ваши потенциальные клиенты. Скорее всего, вы обнаружите, что ваше представление о бизнесе и то, как его видят потребители, — это две большие разницы.

Потребители — бесценный источник информации. Вы наверняка

получите от них такие слова и фразы, о которых даже не догадались бы, будучи полностью погруженными в операционные процессы своего бизнеса.

И только после того, как вы соберете максимум вариантов из внешних источников, можно дополнить этот список собственными идеями. Получив этот список, вы можете переходить к следующему этапу — оценке.

Цель оценки — сократить список до небольшого набора слов и фраз, которые привлекут на ваш сайт как можно больше «качественных» посетителей. Под «качественными посетителями» я подразумеваю тех пользователей, которые с наибольшей вероятностью совершат покупку, а не просто заглянут на сайт, чтобы вскоре покинуть его в поисках чего-то более подходящего. При оценке эффективности ключевых слов учитывайте три фактора: популярность, конкретность и мотивация.

Популярность оценить проще всего, поскольку это объективный показатель. Чем популярнее ключевое слово, тем выше вероятность того, что пользователь введет его в поисковую систему, а та, в свою очередь, выдаст ссылку на ваш сайт.

Сегодня существуют специальные программные инструменты, которые оценивают популярность ключевых слов и фраз, присваивая им числовые значения на основе реальных данных поисковых систем. Такие программы, как, например, WordTracker, могут даже предлагать различные вариации ваших слов и фраз. Чем выше числовой показатель, присвоенный ключевому слову, тем больше трафика вы, теоретически, можете ожидать. Однако у этого подхода есть один нюанс: чем популярнее ключевое слово, тем более высокую позицию в результатах поиска вам необходимо занять. Если ваш сайт окажется в самом низу выдачи, пользователь, скорее всего, просто не доберется до него, просматривая результаты поиска.

Одной лишь популярности недостаточно, чтобы назвать ключевое слово удачным выбором. Необходимо перейти к следующему критерию — конкретике. Чем точнее сформулировано ключевое слово, тем выше вероятность того, что вас найдет именно тот потребитель, который готов приобрести ваши товары или услуги.

Рассмотрим гипотетический пример. Допустим, вы проанализировали популярность запроса «автомобильные компании». Однако ваша фирма специализируется исключительно на кузовном ремонте. Запрос «автосервисы по кузовному ремонту» может быть менее популярным, чем «автомобильные компании», но при этом он принесет вам гораздо больше пользы. Вместо потока людей, интересующихся всем подряд — от покупки автомобиля до замены масляного фильтра, — на ваш сайт попадут именно те, кому нужен ремонт передней части кузова или выправление помятых

крыльев. Иными словами, вас найдут те, кто уже готов воспользоваться вашими услугами. Более того, чем конкретнее ключевое слово, тем ниже уровень конкуренции.

Третий фактор — мотивация потребителя. Здесь важно поставить себя на место клиента, а не продавца, чтобы понять, что именно побуждает человека искать тот или иной товар или услугу и вводить в строку поиска конкретное слово или фразу. Возьмем другой пример: человек ищет работу IT-менеджера в новом городе. Что будет полезнее для такого пользователя: запрос «вакансии в Самаре» или «рекрутеры в сфере IT в Самаре»? Если бы вы сами искали подобную работу, что бы вы ввели в поиск? Конечно, второй вариант! Использование такого запроса позволяет привлечь людей, которые уже определились с карьерой, обладают необходимым опытом и готовы воспользоваться услугами рекрутера. Это совсем не то же самое, что случайный запрос от вчерашнего выпускника, который еще не решил, чем заняться в жизни, и ищет варианты между вечеринками. Вам нужны люди, готовые к конкретным действиям или покупке. Для этого придется тщательно поработать с ключевыми словами, подбирая максимально точные и целевые фразы, чтобы привлечь на сайт наиболее мотивированную аудиторию.

Но даже после того, как вы выбрали ключевые слова, работа на этом не заканчивается. Необходимо постоянно оценивать эффективность работы в различных поисковых системах, помня о том, что времена, тенденции и даже популярная лексика меняются. Не стоит полагаться исключительно на анализ логов посещаемости: он не покажет, сколько именно посетителей совершили покупку.

К счастью, появились новые инструменты, помогающие оценить эффективность ключевых слов в отдельных поисковых системах. Существует программное обеспечение, анализирующее поведение пользователей, пришедших из поиска. Это позволяет определить, какие именно ключевые слова приводят к вам наиболее ценных клиентов.

Стоп-слова для социальных сетей

Электронная книга + Права перепродажи



Внутри материала вы получите список стоп-слов, который станет мощным инструментом модерации комментариев. Этот список стоп-слов поможет вашим социальным сетям преобразиться. Это - ваш план действий для создания здорового, уважительного и позитивного сообщества.

>>Получить бесплатно

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

Важно усвоить ключевой принцип: эффективность слова определяется не количеством переходов, а прибылью, которую приносит каждый посетитель. Вам нужны такие ключевые слова, которые направляют на ваш сайт людей, готовых совершить покупку, заполнить форму или скачать ваш продукт. Это важнейший критерий оценки эффективности ключевого слова или фразы; именно им следует руководствоваться, когда вы отказываетесь от неэффективных запросов и заменяете их теми, что приносят больше прибыли.

Постоянный анализ используемых ключевых слов — залог успеха в поисковых системах. Это может показаться трудоемким процессом — так оно и есть! Но именно ваши осознанные усилия, вложенные в работу с ключевыми словами, в конечном итоге принесут вашему бизнесу реальный доход.

Повышение позиций сайта в поисковых системах

Методы, используемые для улучшения позиций сайта в поисковых системах, могут показаться вам чем-то невероятно сложным — возможно, именно поэтому вы до сих пор избегали этой темы. Но пришло время заняться своим сайтом! Высокие позиции в поисковой выдаче критически важны: если вы действительно хотите добиться успеха в бизнесе, игнорировать этот вопрос больше нельзя.

Не менее 85% пользователей, ищущих товары или услуги в интернете, находят сайты через поисковые системы, такие как Google, или Яндекс. Суть оптимизации страниц заключается в привлечении целевой аудитории — людей, которые с наибольшей вероятностью совершат покупку. Чем выше ваш сайт в результатах поиска, тем больше посетителей на него перейдет. Именно в этом и состоит поисковая оптимизация (SEO).

Вы можете погрузиться в изучение огромного количества технической информации, доступной в сети, чтобы понять, как оптимизировать страницы для достижения более высоких позиций. А можете обратить внимание на несколько простых элементов, внести небольшие коррективы — и, скорее всего, довольно быстро заметите улучшение результатов. Начните с проверки заголовка (title) на главной странице вашего сайта.

Заголовок — это строка, отображаемая в верхней части окна браузера. Посмотрите, какие слова там появляются, когда вы открываете главную страницу. Чтобы повысить позиции в поисковых системах, заголовок должен содержать наиболее важные ключевые слова или фразы; одно из них — название вашей компании.

Затем пройдитесь по всем ссылкам на сайте и проверьте заголовки на открывающихся страницах. Каждая страница вашего сайта должна

содержать в заголовке ключевые слова и фразы, соответствующие ее содержимому. При этом старайтесь не перегружать заголовок: он должен состоять не более чем из шести слов. Избегайте повторов ключевых слов и следите за тем, чтобы одинаковые слова не стояли рядом друг с другом.

Следующий элемент, который стоит внимательно изучить, — это контент вашего сайта. Поисковые системы, как правило, отдают предпочтение ресурсам с качественным содержанием, а не тем, где основной упор сделан на эффектную графику. Текст на вашем сайте должен содержать наиболее важные ключевые слова — те, которые потенциальные клиенты будут вводить в поисковые системы, чтобы найти ваш ресурс.

Старайтесь размещать на каждой странице около 250 слов; если же дизайн сайта этого не позволяет, используйте хотя бы 100 тщательно подобранных слов. Такой текст необходим для достижения высоких позиций в поисковых системах. При этом важно, чтобы поисковые системы могли «прочитать» этот текст — а значит, он должен быть представлен в формате HTML, а не в виде графического изображения.

Чтобы проверить, является ли текст HTML-кодом, попробуйте выделить курсором одно или два слова. Если это удается — значит, перед вами HTML. Если же текст не выделяется, скорее всего, он представлен в графическом виде. В таком случае попросите веб-мастера перевести текст в формат HTML — это поможет улучшить позиции вашего сайта в поисковых системах.

Далее перейдем к так называемым META-тегам. Название звучит как нечто из области научной фантастики, но на деле это всего лишь простой код. Многие полагают, что META-теги — залог высоких позиций в поисковой выдаче, однако их реальное влияние довольно ограничено. Тем не менее, их стоит добавить: вдруг поисковая система учитывает их в своем алгоритме ранжирования?

Чтобы узнать, есть ли на вашей странице META-теги, нужно заглянуть в ее код. Для этого в меню браузера выберите пункт «Вид» (View), а затем — «Просмотр кода страницы» (Source). Откроется окно с исходным кодом, на основе которого построена страница. Если META-теги присутствуют, они обычно располагаются в верхней части этого окна. Например, META-тег может выглядеть так: META name="keywords" content=... Если вы не обнаружили подобного кода, попросите веб-мастера добавить его. Возможно, это не даст существенного скачка в поисковой выдаче, но любой, даже самый незначительный вклад будет полезен.

Наконец, перейдем к вопросу популярности ссылок. Это чрезвычайно важный фактор для ранжирования в поисковых системах. Практически все поисковики используют показатель популярности ссылок при определении позиций вашего сайта. Популярность ссылок зависит от качества ресурсов,

на которые вы ссылаетесь со своей страницы ссылок.

Если вы введете запрос «бесплатная проверка популярности ссылок» (free link popularity check) в любой популярной поисковой системе, она покажет вам, какие сайты ссылаются на ваш ресурс. Если таких сайтов немного или же они сами имеют низкие позиции в поисковой выдаче, стоит задуматься о проведении кампании по повышению популярности ссылок.

По сути, это означает, что вам нужно связаться с качественными ресурсами и предложить им обменяться ссылками. Разумеется, перед этим необходимо проверить позиции тех сайтов, с которыми вы планируете установить партнерство. Размещение ссылок на популярные и качественные ресурсы не только улучшает ваши позиции в поисковых системах, но и привлекает на ваш сайт более качественный трафик.

Позиции в поисковых системах играют важнейшую роль в успехе любой интернет-маркетинговой кампании. Прежде чем нанимать компанию, специализирующуюся на поисковой оптимизации (SEO), попробуйте предпринять несколько простых шагов, описанных выше, — возможно, вам удастся улучшить свои позиции самостоятельно. Никогда не упускайте из виду этот ключевой фактор интернет-маркетинга. Помните: чем выше ваш сайт в результатах поиска, тем больше качественных клиентов он сможет привлечь.



Успех продвижения сайта

Лучшие советы по продвижению вашего сайта

В этой электронной книге с правом перепродажи вы узнаете об основах продвижения сайта, использовании каталогов, метатегов и ключевых слов. Формировании лояльности читателей. Упрощение навигации по сайту и использовании психологии цвета. Создание ссылок. Создание и продвижение серий для повторных посещений, использовании сетевых обменов и создании потрясающего контента.

Узнать подробнее>>

Создание популярности ссылок

Поисковые системы — это «ворота» в интернет; именно к ним в первую очередь обращаются потенциальные клиенты, чтобы найти нужные товары или услуги. Вот почему популярность ссылок (link popularity) играет столь важную роль. Если клиенты не смогут найти ваш сайт, у вас не будет ни малейшего шанса что-либо продать.

Возможно, вы задаетесь вопросом: что же такого особенного в «популярности» ссылки? Ответ прост: очень многое! Популярность ссылок — это показатель, который поисковые системы присваивают вашему сайту. Именно он определяет, на какой позиции окажется ваша страница в результатах поиска по определенным ключевым словам. Итак, возникает закономерный вопрос: как сделать свои ссылки популярными?

Поисковые системы подходят к оценке избирательно: они повышают статус и рейтинг тех сайтов, на которые ведут ссылки с других качественных ресурсов, близких по тематике. Формула проста, но крайне важна. Эту систему разработала компания Google, и сегодня практически все популярные поисковые системы используют ее для ранжирования веб-страниц в своих индексах.

Чем чаще используется ваше ключевое слово, тем сложнее добиться популярности ссылок. Однако без этого этапа ваш сайт почти наверняка никогда не займет высокие позиции в поисковой выдаче. Но не стоит отчаиваться: существуют проверенные способы завоевать популярность ссылок даже по самым конкурентным ключевым словам.

Есть несколько важных моментов, о которых следует знать. Во-первых, простое размещение ссылок на множестве других сайтов еще не гарантирует популярность — напротив, это может привести к прямо противоположному результату. Особенно это касается так называемых «ферм ссылок» (link farms) — страниц, состоящих из бесконечных списков хаотичных ссылок. Поисковые системы могут крайне негативно отнестись к вашему сайту, если он связан с подобными ресурсами, поэтому держитесь от них подальше!

Во-вторых, всегда обращайте внимание на качество сайта, на который вы ссылаетесь. Никогда не размещайте ссылки на страницы, которые вы постеснялись бы показать своим посетителям. Вряд ли вам хочется, чтобы ваш сайт выглядел неразборчивым или низкопробным. Ссылки на некачественные ресурсы лишь снизят популярность вашего сайта — или вовсе сведут ее на нет. Итак, перейдем к тому, что нужно сделать для достижения максимальной популярности ссылок и повышения позиций вашего сайта в выдаче всех популярных поисковых систем.

Первый шаг — и самый быстрый способ заявить о себе — это попасть в популярный каталог, например, Open Directory Project или Yahoo. Если ваш сайт носит коммерческий характер, стоит добавить его в Yahoo; несмотря на то что это обойдется примерно в 300 долларов в год, такие затраты вполне оправданы. Для некоммерческих сайтов размещение бесплатно, однако процесс может потребовать времени и дополнительных усилий, чтобы заявка была в итоге одобрена. В Open Directory можно разместиться бесплатно независимо от того, является ли ваш сайт коммерческим или нет, но будьте готовы к тому, что, возможно, придется неоднократно напоминать о себе, прежде чем ваш ресурс появится в

каталоге.

Ваша цель — попасть в наиболее подходящую категорию верхнего уровня; здесь достаточно проявить немного здравого смысла. Например, если ваша компания занимается поставками шерсти альпака с фермы, расположенной в какой-нибудь глуши, не стоит добавлять сайт в категорию вроде «Розничные продавцы из [название глуши]».

Это большая ошибка! Подойдите к вопросу более вдумчиво — добавьте свой сайт в категорию «Шерсть альпака высокого качества» (Fine Alpaca Wool). Так вы не только свяжете свой бренд с понятиями качества и культуры, но и окажетесь в категории общенационального уровня.

Следующим шагом после размещения вашего ресурса в каталогах станет поиск других качественных сайтов, которые помогут увеличить вашу ссылочную популярность. Старайтесь находить площадки, тематически связанные с вашим проектом: это не только повысит вашу ссылочную популярность, но и может способствовать расширению клиентской базы. Избегайте конкурентов — ищите сайты, которые будут полезны посетителям вашего ресурса. Возьмем, к примеру, сайт, посвященный изделиям из шерсти альпаки: размещение ссылки на ресурс, где продаются товары для вязания, будет полезно вашим посетителям. К тому же, велика вероятность, что и владельцы сайта с товарами для вязания захотят разместить ссылку на вас. Взаимодействие с тематически близким ресурсом, аудитория которого совпадает с вашей, открывает новые коммерческие перспективы для обеих сторон и одновременно повышает ссылочную популярность обоих сайтов.

Далеко не все сайты готовы размещать у себя ссылки на сторонние ресурсы, поэтому поиск потенциальных партнеров потребует определенной исследовательской работы. Google — отличная отправная точка. Используйте ключевые слова, по которым, на ваш взгляд, целевые клиенты могут искать ваш сайт. Помните: вам нужны качественные, авторитетные ресурсы, не являющиеся вашими конкурентами и имеющие отдельную страницу со ссылками или полезными материалами. Посетите такие сайты и оцените их объективно: обратите внимание на качество продукции, графическое оформление и удобство использования. Также изучите, на какие еще ресурсы они ссылаются, и подумайте, впишется ли ваш сайт в этот список.

Найдя подходящего кандидата, приступайте к «налаживанию отношений». Прежде всего, разместите ссылку на их ресурс на своей странице ссылок. Это важный первый шаг: он демонстрирует вашу добросовестность и значительно повышает шансы на то, что партнер ответит вам взаимностью. После того как вы добавили ссылку, свяжитесь с веб-мастером сайта. Поскольку общение чаще всего происходит по электронной почте, важно сразу дать понять, что ваше письмо — не спам. Для этого прямо в начале сообщения укажите, что вы уже разместили

ссылку на их ресурс у себя на сайте. Такой подход практически гарантирует, что получатель дочитает ваше письмо до конца. Затем обязательно скажите что-нибудь приятное — дайте понять, насколько высоко вы цените их сайт. Подчеркните, что вы действительно посещали его и выбрали не случайно. Укажите адрес страницы с вашими ссылками и попросите владельцев сайта взглянуть на нее. Стоит упомянуть, что они не только получат дополнительный трафик благодаря переходам с вашего ресурса, но и улучшат свои показатели ссылочной популярности. Кратко — буквально в одном-двух предложениях — объясните, почему ссылочная популярность так важна (только не переусердствуйте, чтобы не выглядеть как профессор!). В завершение попросите их разместить на своем сайте ответную ссылку на ваш ресурс.

Повторите этот процесс для как можно большего числа подходящих сайтов, помня о критериях качества и отсутствии прямой конкуренции. Разослав письма, периодически проверяйте эти ресурсы: появилась ли там ссылка на вас? Подождите около месяца; если ссылки нет — отправьте еще одно вежливое, располагающее к себе письмо. Подождите еще месяц, и если ваш сайт так и не появился в их списке, удалите ссылку на них со своей страницы. Настаивать на размещении ссылки дольше стоит лишь в том случае, если вы уверены, что этот сайт критически важен для вашей ссылочной популярности и развития бизнеса. И главное — всегда сохраняйте в общении доброжелательный и любезный тон.

Кроме того, составьте график регулярной проверки своих позиций в поисковых системах, чтобы следить за тем, растет ли ваша ссылочная популярность. Это не происходит в одно мгновение — потребуется время и немало усилий. Работа по повышению ссылочной популярности неизбежно требует больших трудозатрат, именно поэтому поисковые системы придают ей такое огромное значение.

"Бесплатная Лазейка Трафика через Google Drive"

Узнайте, как запустить партнерский маркетинговый бизнес и получить поток бесплатного трафика уже сегодня!



Внутри этого 75-страничного отчёта вы откроете для себя полноценную систему, построенную вокруг одной мощной идеи: превращения простых PDF-файлов в Google Drive в машины бесплатного трафика — без сайта, без присутствия в социальных сетях и без платной рекламы.

Узнать подробнее<<

Бесплатные электронные книги для заработка в интернет

И еще: позаботьтесь о том, чтобы ваш сайт выглядел привлекательно и был удобным — иначе вы никого не убедите разместить на вас ссылку. Будьте готовы продолжать эту кропотливую работу столько, сколько потребуется — пока не добьетесь выдающихся результатов в плане ссылочной популярности!

Защита позиций вашего сайта в поисковых системах

Позиции вашего сайта в поисковых системах — важнейший элемент общей маркетинговой стратегии. Существуют вполне законные способы повысить популярность вашего ресурса за счет внешних ссылок. К сожалению, в интернете немало недобросовестных веб-мастеров, которые пытаются искусственно завысить показатели своего сайта, обманывая поисковые системы.

Хорошая новость заключается в том, что поисковые системы научились распознавать такие уловки и теперь активно выявляют «спам-страницы» и сайты, которые добились высоких позиций нечестным путем. Если поисковая система обнаруживает подобный ресурс, его позиции в выдаче понижаются, либо он вовсе исключается из индекса.

Плохая новость состоит в том, что под подозрение могут попасть и вполне качественные, добросовестные сайты. Ваш ресурс рискует оказаться в числе «спамерских» и быть удаленным из индекса, даже если вы не совершали никаких нарушений. Однако существуют определенные меры — как рекомендуемые, так и те, которых следует избегать, — которые помогут предотвратить подобные недоразумения.

Популярность сайта во многом зависит от качества ресурсов, которые на него ссылаются. Компания Google первой внедрила этот критерий для ранжирования, и сегодня его используют практически все поисковые системы. Существуют легальные способы увеличения ссылочной популярности, но при этом необходимо проявлять исключительную осмотрительность в выборе сайтов, на которые вы ссылаетесь сами. Google часто применяет санкции к ресурсам, которые размещают ссылки на другие сайты исключительно ради искусственного повышения популярности. В Google такие связи называют «плохим окружением» (bad neighborhoods).

Вас может утешить тот факт, что вы не получите штрафных санкций, если кто-то из «плохого окружения» сошлется на ваш сайт; санкции применяются только в том случае, если вы сами размещаете ссылку на такой сомнительный ресурс. Поэтому обязательно тщательно проверяйте все ссылки, представленные на вашем сайте, чтобы убедиться, что среди них нет ресурсов из «плохого окружения».

Прежде всего, стоит проверить, не наложены ли санкции на те

страницы, на которые вы ссылаетесь. Самый простой способ сделать это — установить панель инструментов Google (Google Toolbar), доступную по адресу http://toolbar.google.com. Вы заметите, что большинству страниц присваивается показатель «PageRank», который отображается на панели инструментов Google в виде зеленой шкалы.

Не стоит размещать ссылки на сайты, у которых эта шкала совсем не содержит зеленого цвета — особенно если она полностью серая. Скорее всего, такие страницы попали под санкции поисковых систем. Если вы сошлетесь на них, то можете «заразиться» этими санкциями, а избавиться от такого «недуга» бывает непросто.

Не бойтесь ссылаться на сайты, где на шкале видна лишь крошечная зеленая полоска. Такие ресурсы не находятся под санкциями, а их значимость и популярность со временем могут вырасти. Тем не менее, внимательно следите за подобными ссылками: убедитесь, что после того, как вы добавили их на свою страницу, они не попали под санкции.

Еще один нечестный прием, к которому прибегают недобросовестные веб-мастера для искусственного повышения популярности своих сайтов, — использование скрытого текста. Поисковые системы учитывают слова на веб-страницах при ранжировании: если на вашей странице присутствуют ключевые слова, шансы на более высокие позиции в результатах поиска возрастают.

Некоторые веб-мастера пытаются обмануть этот алгоритм, скрывая ключевые слова так, чтобы посетители сайта их не видели. Например, они делают текст того же цвета, что и фон страницы (скажем, размещают множество белых слов на белом фоне). Человеческий глаз их не заметит, а вот поисковый робот — легко! Робот (или «паук») — это специальная программа, которую поисковые системы используют для индексации веб-страниц. Обнаружив такие скрытые слова, робот «повышает» рейтинг страницы.

Веб-мастера бывают изобретательны, а порой и коварны, но поисковые системы давно научились распознавать подобные уловки. Как только поисковик обнаруживает скрытый текст — бац! — страница попадает под санкции.

Обратная сторона медали заключается в том, что поисковые роботы иногда проявляют излишнее рвение и могут наложить санкции на страницу по ошибке. Например, если фон страницы серый, а вы разместили серый текст внутри черного блока, поисковый робот заметит только этот серый текст и решит, что вы используете скрытый текст. Чтобы избежать риска необоснованных санкций, просто дайте указание своему веб-мастеру никогда не делать цвет текста таким же, как цвет фона страницы!

Еще одна потенциальная проблема, которая может привести к

наложению санкций, — это так называемое «перенасыщение ключевыми словами» (keyword stuffing). Безусловно, важно, чтобы ключевые слова присутствовали в тексте на странице, однако в стремлении угодить поисковым роботам можно легко переусердствовать. Поисковые системы используют показатель «плотности ключевых фраз» (key phrase density), чтобы определить, не пытается ли сайт искусственно завысить свой рейтинг. Этот показатель представляет собой соотношение ключевых слов к общему количеству слов на странице. У поисковых систем есть определенный предел частоты использования ключевых слов: если он превышен, система расценивает это как злоупотребление и накладывает на сайт штрафные санкции.

Допустимый порог плотности довольно высок, поэтому превысить его, не превратив текст в нечто, напоминающее заикание, довольно сложно — за исключением случаев, когда ключевая фраза является частью названия вашей компании. В такой ситуации плотность ключевых слов может очень быстро вырасти. Поэтому, если ваше ключевое слово — «страхование арендаторов» (renters insurance), следите за тем, чтобы эта фраза не встречалась в каждом предложении. Тщательно редактируйте текст на сайте: он должен читаться естественно, без назойливого повторения ключевых слов. Хорошее правило: ключевая фраза не должна присутствовать более чем в половине предложений на странице.

Последний фактор риска — это так называемый «клоакинг» (cloaking). Поклонникам «Звездного пути» (Star Trek) этот термин покажется знакомым. Для остальных поясним: клоакинг — это ситуация, когда сервер направляет обычного посетителя на одну страницу, а поискового робота — на совершенно другую. Страница, которую видит робот, «скрыта» (замаскирована) от обычных пользователей; она создана специально для того, чтобы искусственно повысить позиции сайта в поисковой выдаче. Такая страница предоставляет поисковому роботу именно те данные, которые необходимы для того, чтобы вывести сайт на верхние строчки рейтинга.

Разумеется, поисковые системы крайне негативно относятся к подобным уловкам и налагают на такие сайты серьезные санкции. Проблема заключается в том, что иногда страницы скрываются по вполне законным причинам — например, для защиты кода от кражи (так называемый «page jacking»). Впрочем, сегодня такая защита уже не требуется, поскольку поисковые системы учитывают внешние факторы (например, популярность сайта, выраженную в количестве ссылок на него), которые невозможно украсть. На всякий случай убедитесь, что ваш веб-мастер знает: использование клоакинга (cloaking) категорически недопустимо. Он должен понимать, что любые формы клоакинга создают для вашего сайта серьезные риски.

Подобно тому, как вы прилагаете усилия для повышения популярности своего сайта (через наращивание ссылочной массы) и

улучшения позиций в выдаче, вы должны столь же внимательно следить за тем, чтобы не получить несправедливые санкции. Поэтому тщательно контролируйте состояние своего сайта и избегайте любых действий, которые могут быть восприняты как искусственное завышение позиций.

Основные поисковые системы

Возможно, вы уже знаете, как работают поисковые системы, и понимаете, что ваш сайт должен быть в них представлен. Но знаете ли вы, какие из них принесут вам наибольшую отдачу?

Google
http://www.google.com/

За последние несколько лет популярность Google выросла в десятки раз. В кратчайшие сроки компания прошла путь от бета-тестирования до создания крупнейшего в интернете индекса веб-страниц. Специальный поисковый робот, которого ласково называют «Googlebot», сканирует сеть и примерно раз в месяц обновляет индекс Google.

Изначально Google задумывался как академическая поисковая система. У Google, безусловно, очень качественный алгоритм ранжирования результатов поиска — вероятно, именно это стало одной из главных причин его огромной популярности. Для определения позиции страницы в поисковой выдаче Google использует целый ряд методов.

Яндекс
https://ya.ru

Найдётся всё: сайты, изображения, музыка, товары. Решайте любые задачи — от повседневных вопросов до научной работы.

Yahoo
http://www.yahoo.com/

Yahoo! — один из старейших веб-каталогов и порталов в интернете; он начал свою работу в августе 1994 года. Это каталог, который полностью модерируется людьми, а для предоставления дополнительных результатов поиска он использует технологии Google.

Yahoo! также является одним из крупнейших источников трафика среди веб-каталогов и поисковых систем. К сожалению, попасть в него крайне сложно — разве что за плату. Но даже в этом случае включение вашего сайта в каталог не гарантировано.

В любом случае, если вы предлагаете свой URL, его изучает редактор Yahoo!, и, если сайт одобрят, он появится в каталоге при следующем

обновлении индекса.

Bing
http://www.bing.com/

Перспективный проект, набирающий всё большую популярность.

Существует также множество других поисковых систем, пытающихся подражать лидерам, но, честно говоря, они значительно им уступают.

Постарайтесь как можно скорее зарегистрировать свой сайт в этих поисковых системах — и наблюдайте, как растет ваш трафик!