

Марина Шилова



SEO ДЛЯ НОВИЧКОВ

Часть 2. Продвижение сайтов в условиях
пандемии

Шрифты предоставлены компанией «ПараТайп»

© Марина Шилова, 2020

В книге рассказывается о том, как продвигать сайты и сохранить клиентскую базу
в условиях распространения коронавирусной инфекции.

16+

ISBN 978-5-4498-7500-6 (т. 2)

ISBN 978-5-4498-7501-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Оглавление

Об авторе.....	4
Благодарности	5
Важные определения	6
Глава 1. Продвижение сайтов в период пандемии.....	7
Глава 2. Внутренняя оптимизация сайтов	8
2.1. Ключевые слова	8
2.1.1. Как пользоваться Вордстатом?.....	8
2.1.2. Как пользоваться программой «Словоёб»?	10
2.2. Написание контента.	11
Глава 3. Ранжирование сайтов.....	12
3.1 Общие факторы ранжирования.	12
Доменное имя	12
Контент	12
Внешние факторы.....	13
3.2 Ранжирование коммерческих сайтов в Яндексе.	13
Контактная информация	14
Реклама	14
Ассортимент и карточки товаров	14
Возможность доставки.....	14
Глава 4. Сохраняем и запоминаем	16
4.1. Список полезных ресурсов.	16
4.2. Темы сайтов, пользующихся спросом в период пандемии.	16
Заключение	17

Об авторе

Марина Евгеньевна Шилова родилась 17 июля 1990 года в семье преподавателей.

В мае 2012 года окончила Российский Университет Дружбы Народов по специальности «Менеджмент». После этого окончила курсы по SEO в центре «Специалист» при МГТУ им. Н. Э. Баумана. С осени 2013 года занимается анализом сайтов и проводит консультации по продвижению сайтов. В 2019 году выпустила пособие «SEO для новичков».

Благодарности

Я хотела бы поблагодарить моего мужа за понимание, терпение, поддержку и веру в меня, а также моих читателей, которые мотивируют меня на дальнейшую работу. Отдельное спасибо врачам, которые, рискуя своей жизнью, каждый день спасают людей от эпидемии COVID-19.

Важные определения

Поисковая система - инструмент, помогающий людям находить контент, доступный в Интернете.

Пользователь - человек, который пытается найти информацию или выполнить задание в Интернете. Помните, что пользователи - это люди разного возраста, вероисповедания, чей опыт и нужды могут отличаться от ваших.

Страница - часть сайта, которую можно просматривать с помощью браузера. В 90-е на странице был только текст и ссылки. Сейчас контент включает в себя медиа (изображения, видео) и функциональные возможности (покупки, e-mail, калькулятор, онлайн-игры).

URL - строка символов, которую использует браузер, чтобы найти и отобразить страницу.

Вебсайт - группа страниц, которые ссылаются друг на друга и сделаны доступными для частных лиц, компаний, образовательных учреждений, правительства. Примеры популярных сайтов: Википедия, YouTube...

Домашняя страница - главная страница сайта. Обычно это первая страница, которую видит пользователь, когда открывает сайт. Например, <https://www.yahoo.com/> - главная страница сайта компании Yahoo.

Подстраница - любая страница сайта, кроме домашней. Например, <https://finance.yahoo.com/screener>.

Вебмастер - человек, который отвечает на поддержку сайта.

Глава 1. Продвижение сайтов в период пандемии

Эта глава посвящена изменениям в сфере IT и маркетинга.

С февраля 2020 года COVID-19 негативно повлиял практически на все сферы бизнеса. Для того, чтобы компании могли наилучшим образом позиционировать себя в это время неопределенности, стоит вновь изучить стратегии продвижения на 2020 год, чтобы понять роль SEO в этой быстро меняющейся среде. В этом параграфе даются советы о том, как адаптировать бизнес и понести наименьшие потери.

Цели для коммерческих сайтов:

- создать отдельную страницу с информацией о режиме работы в период пандемии. Если сайт является интернет-магазином, то добавить информацию о наличии или отсутствии доставки и её сроках;
- сделать канал на YouTube и выкладывать как можно больше роликов. Пример: фирма, занимающаяся продажей продуктов питания, может заливать видео-инструкции по приготовлению пищи;
- проверить FAQ (при его наличии). Следует внимательно прослушать записи разговоров службы поддержки с клиентами и в случае необходимости обновить раздел;
- избегать фраз «следует посетить», «можно съездить» при написании статей для сайта;
- добавить к описанию товаров инструкции по их очистке. Так вы получите дополнительный трафик за счет посетителей, которых интересует дезинфекция определенных продуктов;
- внимательно отслеживать изменения в алгоритмах Яндекса и Google. В первую очередь это касается медицинской и финансовой сферы.

Вывод: коронавирус повлиял на многие отрасли. Многие предприятия закрылись, а остальные пытаются выжить, но правильная стратегия поможет оставаться на плаву.

Глава 2. Внутренняя оптимизация сайтов

2.1. Ключевые слова

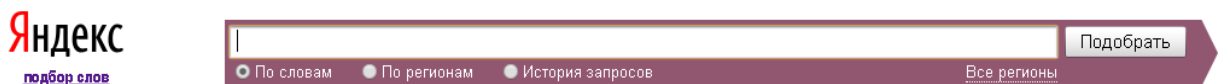
Для составления семантического ядра я рекомендую использовать Вордстат от Яндекса и программу «Словоёб» для сбора данных с Google. «Почему не популярный портал Google Trends? - спросите вы». Я не рекомендую использовать Google Trends потому, что он показывает только популярность запроса, но не выдает список похожих фраз, как это делает Вордстат. Для того, чтобы качественно оптимизировать сайт лучше ориентироваться на частотность запросов, а не на популярность. О том, как пользоваться Вордстатом и программой «Словоёб» читайте в следующих параграфах. Помните, что соотношение ключевых слов на страницу должно быть 1:1, т.е. одна страница - одно слово. Ни в коем случае не используйте одну и ту же фразу на разных страницах. В противном случае поисковики сочтут это спамом и заблокируют ваш ресурс.

Где должна быть ключевая фраза:

- в заголовке статьи;
- в подзаголовке (в разбавленном виде)
- в URL;
- в мета - тегах;
- в теге alt.

2.1.1. Как пользоваться Вордстатом?

Итак, вы авторизовались в Яндексе и открыли Вордстат. Что дальше?



Под строкой ввода у нас появилось три кнопки: «по словам», «по регионам» и «история запросов». Поиск по словам помогает собрать ключевые слова согласно тематике сайта.

Давайте разберём на конкретном примере. Я взяла один из самых популярных запросов. Пусть вас это не смущает. Итак, существует фирма N, которая занимается доставкой продуктов по Москве. Штатный сотрудник, занимающийся продвижением сайта, вбивает запрос: «доставка продуктов» и справа выбирает регион Москва.

доставка продуктов	1 054 712
доставка продуктов +на дом	715 623
доставка продуктов москва	392 384
доставка продуктов +на дом москва	330 821
пятерочка доставка продуктов	156 262
пятерочка доставка продуктов +на дом	129 963
перекресток доставка продуктов	104 028
бесплатная доставка продуктов	75 068
перекресток доставка продуктов москва	68 058
перекресток доставка продуктов +на дом	66 607
доставка продуктов бесплатно москва	58 854
доставка продуктов пятерочка москва	58 719
метро доставка продуктов +на дом	58 526
пятерочка доставка продуктов +на дом москва	56 461
уконос доставка продуктов	50 018
интернет доставка продуктов	48 875
окей доставка продуктов	44 001
бесплатная доставка продуктов перекресток	43 470
перекресток доставка продуктов +на дом москва	41 889
продукты +на дом бесплатная доставка	41 526
глобус доставка продуктов	38 197

В результате получается такой длинный список. Он выбирает следующие запросы: «доставка продуктов на дом москва», «интернет доставка продуктов москва» и «заказ и доставка продуктов на дом». После того, как подходящие слова были скопированы, он переходит к кнопке по «регионам». Затем выбирает отображение картой.

доставка продуктов на дом москва

Подобрать

☒ По словам
 ☐ По регионам
 ☐ История запросов

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Список

Карта

Всего показов по фразе «доставка продуктов на дом москва»: 356 440



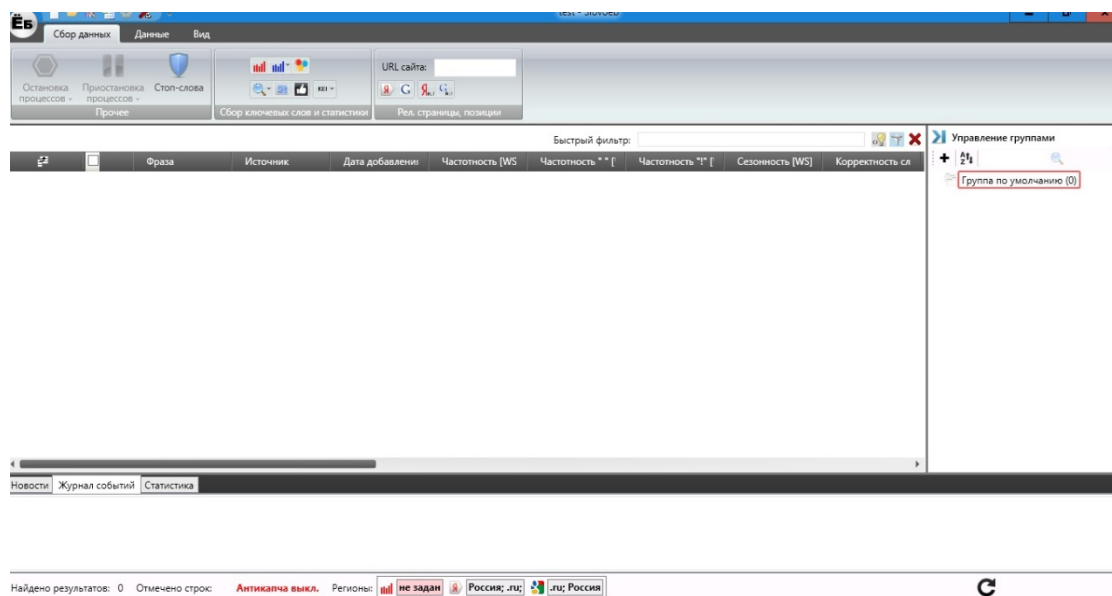
Интересует регион «Москва и область». Поэтому клик по России и дальше записывает количество показов в нужном регионе. Аналогично с другими запросами.

Кнопка «история запросов» была проигнорирована, потому что по причине пандемии прогнозировать количество запросов на ближайшие несколько месяцев не представляется возможным.

2.1.2. Как пользоваться программой «Словоёб»?

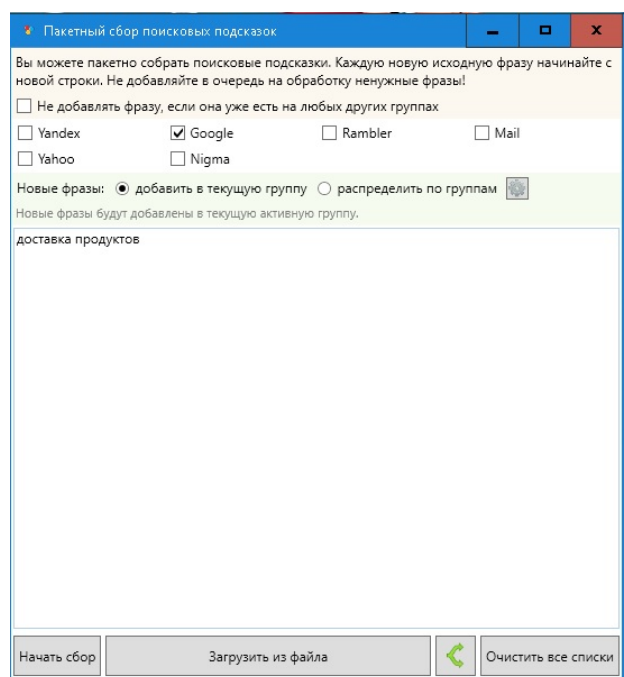
Эта программа распространяется бесплатно¹. Многие вебмастера ошибочно полагают, что она годится только для Яндекс. Сейчас я вам покажу, как можно её использовать для получения статистики из Google.

После запуска программы нажмите «создать новый проект» и сохраните в любом удобном месте. У вас появляется такое окно.



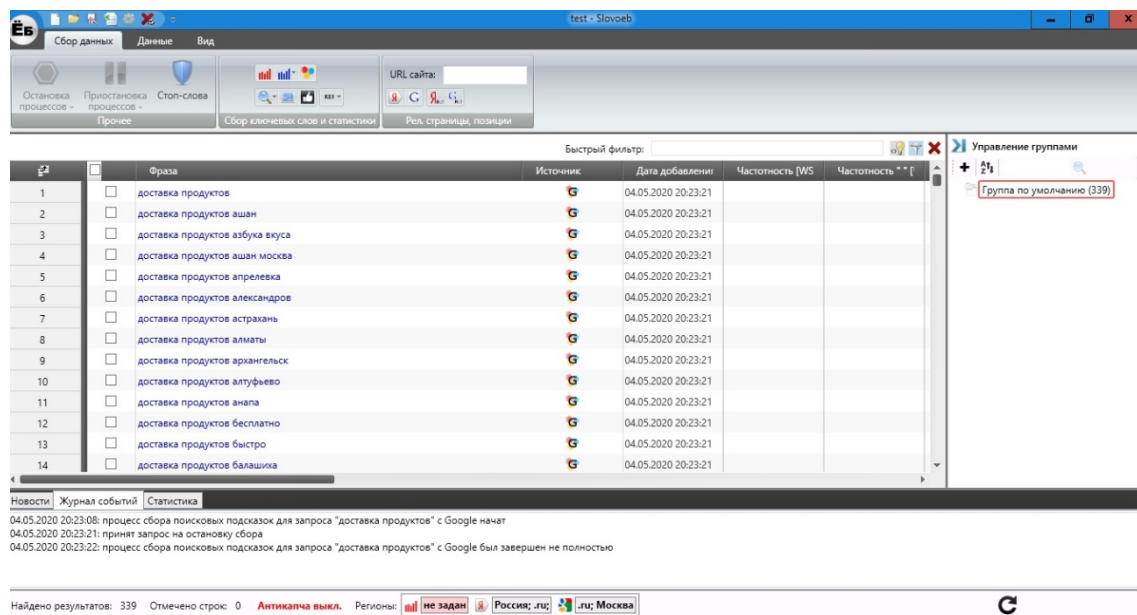
Внизу в разделе «регионы» выбираем Google (последний) и указываем нужный регион.

После этого кликаем «пакетный сбор подсказок» и оставляем галочку только напротив Google. Вводим нужные фразы и нажимаем «начать сбор».



¹ словоёб. рф

В результате у нас получается такая таблица



The screenshot shows the 'test - Slovoeb' application interface. At the top, there are tabs for 'Сбор данных', 'Данные', and 'Вид'. Below these are buttons for 'Остановка процесса', 'Приостановка процессов', 'Прочее', and 'Сбор ключевых слов и статистики'. A 'URL сайта:' field is also present. The main table has columns: 'Фраза', 'Источник', 'Дата добавления', 'Частотность [WS]', and 'Частотность * * *'. The table lists 14 phrases, all starting with 'доставка продуктов', followed by various locations or conditions. The 'Источник' column shows a Google logo for each entry. The 'Дата добавления' column shows the date '04.05.2020 20:23:21' for all entries. The 'Частотность [WS]' and 'Частотность * * *' columns are empty. On the right side, there is a 'Быстрый фильтр:' field and a 'Управление группами' section with a button 'Группа по умолчанию (339)'. At the bottom, there is a 'Новости' section with a 'Журнал событий' tab. The 'Журнал событий' section shows three log entries: '04.05.2020 20:23:08: процесс сбора поисковых подсказок для запроса "доставка продуктов" с Google начал', '04.05.2020 20:23:21: принят запрос на остановку сбора', and '04.05.2020 20:23:22: процесс сбора поисковых подсказок для запроса "доставка продуктов" с Google был завершен не полностью'. At the very bottom, there is a status bar showing 'Найдено результатов: 339', 'Отмечено строк: 0', 'Антикапча выкл.', 'Регионы: не задан', 'Россия; глг', and 'Lru; Москва'.

№	Фраза	Источник	Дата добавления	Частотность [WS]	Частотность * * *
1	☐ доставка продуктов	G	04.05.2020 20:23:21		
2	☐ доставка продуктов ашан	G	04.05.2020 20:23:21		
3	☐ доставка продуктов азбука вкуса	G	04.05.2020 20:23:21		
4	☐ доставка продуктов ашан москва	G	04.05.2020 20:23:21		
5	☐ доставка продуктов апрелевка	G	04.05.2020 20:23:21		
6	☐ доставка продуктов alexandrov	G	04.05.2020 20:23:21		
7	☐ доставка продуктов астрахань	G	04.05.2020 20:23:21		
8	☐ доставка продуктов алматы	G	04.05.2020 20:23:21		
9	☐ доставка продуктов архангельск	G	04.05.2020 20:23:21		
10	☐ доставка продуктов алтуфьево	G	04.05.2020 20:23:21		
11	☐ доставка продуктов анапа	G	04.05.2020 20:23:21		
12	☐ доставка продуктов бесплатно	G	04.05.2020 20:23:21		
13	☐ доставка продуктов быстро	G	04.05.2020 20:23:21		
14	☐ доставка продуктов баязиджа	G	04.05.2020 20:23:21		

Найдено результатов: 339 Отмечено строк: 0 Антикапча выкл. Регионы: не задан Россия; глг Lru; Москва

Теперь начинаем фильтровать список. Выбираем раздел «Стоп - слова» и добавляем туда фразы, которые нужно исключить, например бренды конкурентов. После этого красным крестиком удаляем отмеченные фразы. Теперь у нас есть список слов из Google.

2.2. Написание контента.

Что касается контента, то правила тут довольно просты. Объем статьи должен быть не менее 2500 символов. Если раньше 1000 было нормой, то сейчас поисковые системы стали ценить те сайты, где контента больше. Помните, что нельзя гоняться за символами в ущерб качеству. Лучше написать статью на 2499 символов, чем некачественный плохо воспринимаемый материал на 3500. Регулярно публикуйте и обновляйте контент. Убедитесь, что весь ваш контент содержит наиболее релевантную запросу информацию.

Думаю, мне не стоит напоминать об уникальности статей. Поисковики умеют отслеживать заимствованный материал и блокировать такие ресурсы.

Глава 3. Ранжирование сайтов.

3.1 Общие факторы ранжирования.

В параграфе 1.5 первой части я уже писала про них. Сейчас хочу рассмотреть их более подробно. Сразу скажу, что с 2020 года Яндекс и Google ранжируют сайты по примерно одним и тем же алгоритмам. Для коммерческих сайтов требований будет больше, но об этом будет написано в следующем параграфе.

Доменное имя

Возраст домена. Несмотря на то, что сотрудники обеих компаний утверждают, что возраст домена значения не имеет, на самом деле вы не найдете в ТОП-10 сайтов, которые были созданы в 2019-ом или в начале 2020 года. Я исследовала поисковую выдачу Google по запросу «кулинарные рецепты». Для эксперимента были изучены сайты с первой страницы и с двадцатой. Выяснилось, что в ТОП попали домены, купленные 18 лет назад, а на двадцатой странице (куда пользователи никогда не доходят) расположились новые сайты.

Ключевое слово в адресе сайта. Наличие ключей в домене служит сигналом о спаме. Такие сайты, как правило, исключаются из индекса. Домен должен давать информацию о бренде или тематике сайта.

Срок регистрации домена. Поисковики отдают предпочтение тем доменам, которые оплачены на несколько лет вперед. В связи с нынешней ситуацией по всему миру, есть вероятность, что качественные сайты могут выпасть из выдачи только потому, что их владельцы не могут позволить себе оплачивать домены больше, чем на год.

История домена. Домены, у которых часто меняется владелец, вызывают подозрения у поисковых машин. Поэтому лучше покупать домены на надёжных сайтах типа lgb.ru или reg.ru. Не рекомендую их приобретать на аукционах, так как велика вероятность купить адрес, на который наложены санкции.

Контент

Ключевые слова. В заголовке статьи обязательно должна присутствовать ключевая фраза. Лучше всего брать средние и низкочастотные запросы. Высокочастотные запросы лучше оставить для заголовков второго уровня. Что касается тега meta-description, то там ключевое слово нужно не для поисковиков, а для повышения трафика.

Длина текста. Как я уже писала в предыдущем параграфе, объем статьи должен быть от 2100 символов.

Краткое содержание. Использование оглавления поможет поисковикам понять содержание статьи и может положительно повлиять на сниппет.

Плотность ключевых слов. В предыдущей книге я писала, что одна статья должна быть написана под одну ключевую фразу. В противном случае поисковики могут принять статью за спам и понизить ранжирование сайта.

Скорость загрузки страниц. Чем быстрее страница загружается, тем лучше. Проверить скорость можно здесь: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>. Следует анализировать не только загрузку на компьютерах, но и на мобильных устройствах.

Наличие дублей. Поисковики наказывают сайты за дублированные страницы. Их необходимо скрывать от индексации с помощью файла robots.txt.

Наличие качественных изображений. Смотрите параграф 2.1.

Обновление контента. Содержимое сайта должно регулярно обновляться, а в нынешних условиях тем более. Это касается даже информационных порталов.

Адаптация под мобильные устройства. Оптимизированные сайты получают приоритет в поисковой выдаче.

Перелинковка. Чем больше внутренних страниц ссылается друг на друга, тем лучше.

Внешние факторы.

Мне есть чем вас обрадовать. Количество входящих ссылок по-прежнему учитывается. Но не спешите тратить деньги на покупные ссылки. Поисковики такие ссылки учитывают и штрафуют за них. Помните, ссылки должны быть естественными!

3.2 Ранжирование коммерческих сайтов в Яндексе.

Как вы уже заметили, с 2013 года Яндекс ввёл свои критерии ранжирования коммерческих сайтов. В период пандемии эти требования ужесточились.

В чем же заключаются эти факторы?

Яндекс описывает 4 показателя качества сайта: надежность, удобство использования, качество дизайна и качество сервиса. Важно то, что надёжность и качество сервиса ценятся выше, чем удобство и качество дизайна.

Вот список факторов, учитываемых Яндексом при ранжировании коммерческих сайтов:

- подробная контактная информация;

- наличие рекламы;
- количество товаров или услуг и их описание;
- возможность доставки.

Давайте рассмотрим их подробнее.

Контактная информация

Потребители ищут компании, с которыми они могут легко связаться. Яндекс рекомендует предоставлять больше контактной информации: телефон, e-mail, Skype, форму обратной связи. Важно: клиенты отдают предпочтения фирмам, где указан городской телефон, а не мобильный. Если вы доставляете товар в пределах страны, то лучше всего купить номер, начинающийся на 8-800 (бесплатный для клиентов). Рядом с телефонным номером следует указать часы приёма звонков. Если у вас есть офис, куда могут приехать клиенты, то помимо адреса нужно добавить схему проезда на машине и на общественном транспорте. Помните, что страница с контактами должна быть доступна с каждой страницы сайта. Поэтому номер телефона лучше добавить в виджет наверху сайта.

Реклама

Цель любого коммерческого сайта - продавать собственные товары, а не чужие. Все ссылки на другие ресурсы (например, официальный сайт бренда) должны быть скрыты от индексации с помощью параметра `nofollow`. Пример: `<a href="https://yourlink.ru" rel="nofollow">текст</a>`. С 2011 года Яндекс начал штрафовать сайты, на которых есть всплывающие окна. Если у вас есть персональные предложения для конкретного клиента, то их лучше отправить в личный кабинет или по электронной почте.

Ассортимент и карточки товаров

Потребители заинтересованы в магазинах, где есть большой выбор товаров. Я понимаю, что в нынешних условиях это нереально, но лучше, чтоб было как можно больше категорий. Важным аспектом является регулярная проверка наличия товара на складах. Если товара осталось мало, то необходимо рядом с карточкой товара сообщить об этом и предложить покупателю замену, если это возможно.

У каждого товара должна быть своя собственная страница, на которой есть детальное описание с фотографиями. Также туда следует добавить раздел «похожие товары», цену и кнопку «купить» или «добавить в корзину».

Возможность доставки

В условиях пандемии рекомендуется ограничить доставку до почтоматов. Вместо этого стоит нанять дополнительное количество курьеров, чтоб увеличить количество бесконтактных доставок до двери. Также следует снизить сумму, при которой доступна бесплатная доставка. Необходимо поработать и над временем доставки. Чтобы успеть развести все заказы можно оставить доступные интервалы на 2-3 дня вперёд, но не дольше. В противном случае клиенты начнут переходить к конкурентам, а Яндекс это заметит и понизит позицию вашего сайта.

Глава 4. Сохраняем и запоминаем

На эту главу меня вдохновили вы, уважаемые читатели. С момента публикации первой части книги мне пришло множество комментариев о том, что вы хотите узнать. Огромное вам спасибо за них!

4.1. Список полезных ресурсов.

В предыдущей части я давала ссылки на некоторые ресурсы. Пришло время обновить список. Сюда попали только полностью бесплатные авторитетные ресурсы.

<http://www.analyzethis.ru> - позволяет отслеживать обновления поисковых систем

<https://text.ru/> - проверка статей на плагиат

<https://wordstat.yandex.ru/> - подбор ключевых слов от Яндекса

<https://xseo.in/> - разнообразные полезные инструменты

<https://webmaster.yandex.ru> - Яндекс Вебмастер

https://www.google.ru/intl/ru/webmasters/#?modal_active=none - Google для вебмастеров

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> - проверка скорости сайта

<http://tool.motoricerca.info/robots-checker.phtml> - проверка файла robots.txt на ошибки

<https://search.google.com/test/mobile-friendly> - проверка оптимизации сайта под мобильные устройства

<https://marketingplatform.google.com/about/analytics/> -Google Analytics

<https://metrika.yandex.ru> - Яндекс Метрика

4.2. Темы сайтов, пользующихся спросом в период пандемии.

В период пандемии люди стали больше пользоваться Интернетом. Ниже представлен список востребованных тематик сайтов:

- скачивание контента;
- диеты и методы похудения;
- просмотр видео;
- игровой контент;
- поиск работы;
- обучающие порталы;
- разнообразный онлайн контент;
- юмор, анекдоты;
- инструкции;
- знаменитости.

Заключение

Надеюсь, эта книга поможет вашему бизнесу пережить это непростое время.