

Внутренняя поисковая оптимизация сайта

Круглик Роман Игоревич

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

Данная статья содержит этапы внутренней оптимизации сайта, для продвижения его в списке поисковых запросов. Они подходят для всех типов и направлений.

Ключевые слова: SEO - оптимизация, интернет-ресурсы, поисковые системы.

Internal Search Engine Optimization

Kruglik Roman Igorevich

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

In article contains the steps of internal site optimization, to promote it in the list of search queries. They are suitable for all types and directions.

Keywords: SEO - optimization, Internet resources, search engines.

Просторы интернета ежедневно пополняются всё новыми площадками и в ряды веб мастеров, вступает всё большее количество пользователей. Это явление порождает высокую конкуренцию, и владельцы сайтов ищут различные способы борьбы за популярность и высокие показатели.

В целях продвижения своих сайтов, веб-мастера начали изучать оптимизацию, сайты начали становиться более качественными.

Конкуренция среди сайтов в Интернете растет с каждым днем. Поисковые системы уже давно борются за качественное наполнение интернета, выделяют площадки, информация на которых может быть действительно полезной, и стараются ранжировать сайты, выделяя наиболее высокий уровень качества.

Оптимизация - это комплекс мер, направленных на поднятие позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам. Методы оптимизации сайта можно разделить на два типа:

1. Внутренние.
2. Внешние.

В данной работе будет рассматриваться именно внутренняя оптимизация, так как она полностью зависит от создателя и даёт 90% результата при правильных подходах, которые будут подробно разобраны.

На сегодняшний день исследования в области оптимизации сайтов весьма актуальны. В статье С.А. Овчинников, С.А. Белков [1] проводится обзор поисковой оптимизации как помощника бизнеса в решении одной из важнейших задач – привлечение клиентов. В работе И.И. Султанов [2] рассматриваются современные проблемы оптимизации и различные стратегии сайтов. В статье Н.А. Стефанова [3] рассмотрена методика использования инструментов поисковой оптимизации. П.И. Баночкин В.Н., Вичугов [4] предлагают различные способы оптимизации содержимого веб-страниц для различных сценариев использования приложения и способы хранения семантического профиля пользователя.

Внутренняя оптимизация – это комплекс работ над сайтом, направленных на обеспечение соответствия кода и содержимого страниц ресурса требованиям поисковых систем.

Чтобы правильно оптимизировать ресурс, нужно понять механизм работы поисковых систем (ПО).

Принцип работы заключается в том, что сначала алгоритм (робот) считывает информацию с ресурса (сразу при запуске) и присваивает каждой странице определённый индекс, для более быстрого поиска по содержимому. После всех процедур весь ресурс или отдельные его страницы могут быть отражены в поисковике по отдельным запросам. При изменении контента на сайте алгоритм возвращается и обновляет поисковые данные.

Каждый рассмотренный этап в статье будет добавлять балл к общему рейтингу. Чем больше баллов соберёт алгоритм, тем выше в поисковой системе будет показываться сайт. Первым этапом будет настройка технической части ресурса.

Для того чтобы ресурс попал в поисковую базу, нужно дать прямые команды, какие страницы стоит показывать, а какие нет. Для этого создаётся файл robots.txt, который находится в корневой директории. Пример простого файла (см. рис. 1).

```
User-agent: *  
Allow: /  
  
Sitemap: http://www.example.com/sitemap.xml
```

Рисунок 1. Файл robots.txt

Данный файл, разрешает всем роботам сканировать любые директории и учитывать файл sitemap.xml, который хранит в себе все ссылки на страницы ресурса. Файл sitemap.xml так же служит для оптимизации сканирования сайта, особенно помогает в следующих случаях:

1. Если система содержит огромное количество страниц, некоторые из которых не связаны друг с другом.
2. Если система опубликована недавно и на её страницы указывает мало внешних ссылок.

Пример простого sitemap с одной ссылкой (см. рис. 2).

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/foo.html</loc>
    <lastmod>2018-06-04</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

Рисунок 2. Файл sitemap.txt

При вводе URL в адресную строку, браузер получает 2 кода состояния – 200 (страница существует) и 404 (страница не найдена). Поисковые системы заботятся о том контенте, который получает пользователь и он не должен получать ошибку 404. Поэтому нужно создать свою страницу, которая будет вызываться в случае ошибки и информировать пользователя о несуществующей странице (см. рис. 3).

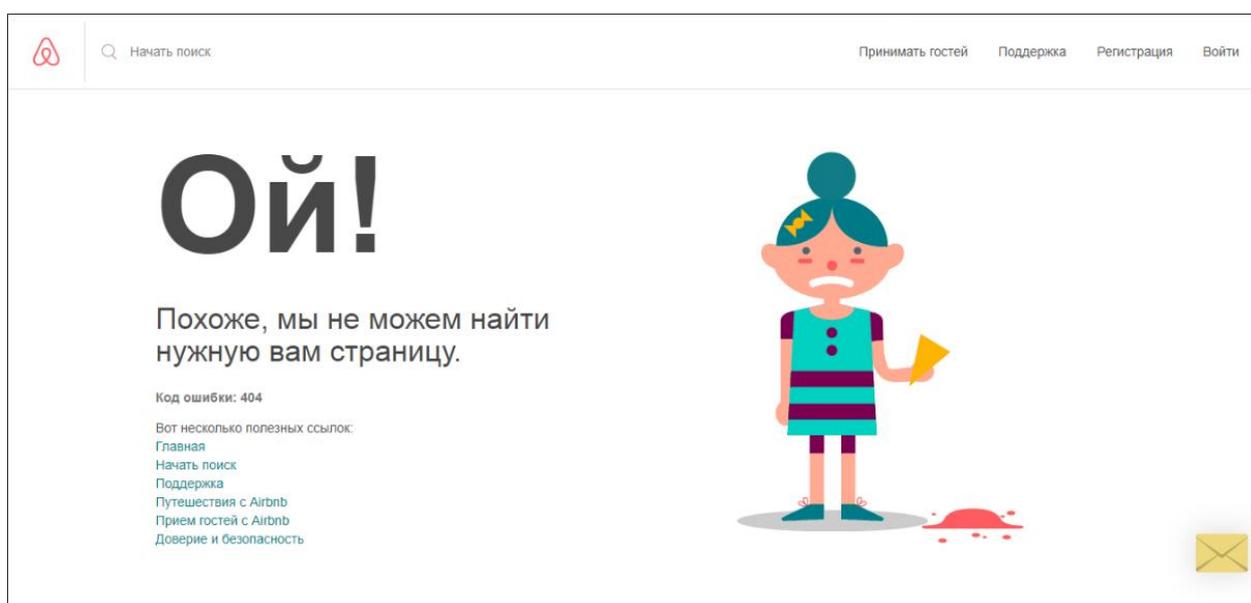


Рисунок 3. Страница 404

Тем самым при вводе несуществующей директории пользователь не попадёт в тупик, сможет вернуться на ресурс и попробовать снова.

Следующим этапом станет оптимизация файлов системы. Это не только скажется на позиции в поиске, но и весомо увеличит скорость загрузки страницы. Существует несколько правил:

1. Обязательное заполнение атрибутов alt и title изображения, кратко отражающие суть.
2. Названия файлов должны состоять из понятных слов, вместо символов и идентификаторов.
3. Сжать изображения, файлы css и js. (чем меньше вес, тем быстрее будет загружаться страница)

Следующий этап - это правильное насыщение контентом и релевантными словами.

Контент должен быть:

1. Уникальным и интересным.
2. Максимально разбавлен иллюстрациями и другим мультимедийным контентом.
3. Соответствовать направлению сайта и отвечать на вопросы пользователя.
4. Обязательное использование разметки (параграфы, заголовки, списки).

Следующий этап - это заполнение seo-тегов.

Требования к тегам:

1. Title является самым главным. Именно по этому тегу поисковики сравнивают пользовательский запрос. Нужно максимально точно и не более 15 слов описать то, о чём повествует данная страница (см. рис. 4).

```
<title>Авто.ру: купить, продать и обменять машину  
в&nbsp;Биробиджане</title>
```

Авто.ру: купить, продать и обменять машину в Биробиджане

<https://auto.ru/birobidzhan/> ▼

Авто.ру: объявления о продаже машин, мотоциклов и спецтехники в Биробиджане. Цена на новые и бу автомобили. Запчасти, сервисные центры ...

Рисунок 4. Страница 404.

Что написано в title страницы, отображается в поисковике.

2. H1-h6 является вторым по значимости после title. Он должен содержать так же ключевые слова.
3. Description не виден обычному пользователю, но учитывается поисковыми системами. Он должен состоять из нескольких уникальных предложений, которые содержать призыв к действию. Чаще всего description определяется, как краткое описание для сайта.
4. Strong, b и другие вспомогательные теги для выделения текста так же помогают в продвижении и улучшают читабельность текста.

Завершающий этап – дополнительные элементы сайта.

Поисковые системы хотят, чтобы на запрос пользователя он получал полный, точный и удобный контент. Для этого необходимо независимо от направленности системы иметь основные элементы:

1. Обратная связь (телефон, email, онлайн-консультант)
2. Отзывы
3. Раздел «О нас/компании/проекте»;

4. Инструменты, увеличивающие простоту использования системы (различные фильтры, сортировки, возможность для скачивания или печати)
5. FAQ

В данной работе представлены основные этапы оптимизации сайта под поисковые системы. Каждый из этих этапов напрямую влияет на продвижение сайта и может быть использован вне зависимости от темы и направления интернет-ресурса.

Библиографический список

1. Овчинников С.А., Белков С.В. Применение поисковой оптимизации веб-сайтов для рекламы бизнеса в сети интернет. метод решения задачи сбора данных для поисковой оптимизации веб-сайтов // Бизнес. Образование. Право. 2009. № 9. С. 106-109.
2. Султанов И.И. Поисковые стратегии сайтов: современные проблемы оптимизации // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2007. № S. С. 290-296.
3. Стефанова Н.А. Оценка эффективности поисковой оптимизации сайтов вузов с использованием поисковых запросов // Прикладная информатика. 2012. № 2 (38). С. 55-59.
4. Банокин П.И., Вичугов В.Н. Система семантической оптимизации содержимого веб-сайтов на основе пользовательских предпочтений // Известия Томского политехнического университета. 2012. Т. 321. № 5. С. 93-97.
5. Полное руководство по внутренней перелинковке сайта // texterra URL: <https://texterra.ru/blog/polnoe-rukovodstvo-po-vnutrenney-perelinkovke-sayta.html> (дата обращения: 18.06.2019).
6. Внутренняя оптимизация сайта: инструкция по применению // SEO URL: <https://seo.ru/blog/vnutrennyaya-optimizaciya-sayta/#p1-2> (дата обращения: 18.06.2019).
7. Внутренняя оптимизация сайта: основные этапы // Artox Media Digital Group URL: <https://seo.artox-media.ru/wiki/vnutrennyaya-optimizaciya-saita.html> (дата обращения: 18.06.2019).