

ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА СВОИМИ РУКАМИ

ОБЗОР СЕРВИСОВ, КЕЙСЫ, ЧЕК-ЛИСТЫ





От экспертов сервиса Rookee

Продвижение сайта своими руками: обзор сервисов, кейсы, чек-листы. — Бесплатное электронное издание. — Екатерина Ходюшина, Ольга Юхина, Сергей Андреев. — ООО «Эффективный консультант», 2017

Эта книга — пошаговая инструкция по продвижению сайта самостоятельно без участия SEO-агентств с помощью различных автоматизированных сервисов. Вы узнаете основные факторы ранжирования, этапы их проработки, правила, методики и инструменты. На страницах издания — подробные руководства, обзоры сервисов, интерпретация представленных ими данных и рекомендации для веб-мастеров и владельцев сайта.

ВВЕДЕНИЕ

О самостоятельном продвижении сайтов написаны, пожалуй, тысячи статей и десятки книг. Почему же до сих пор SEO не стало понятным всем и каждому?

В большинстве случаев рекомендации рассчитаны на тех, кто в той или иной степени знаком с основами сайтостроения и технической оптимизации. А как быть тем, кто хочет самостоятельно развивать проект? Что делать тому, кто только учится или не имеет возможности нанять опытного специалиста? Какие книги читать, если сотрудничество с SEO-агентством не входит в ваши планы? Предлагаем универсальное решение: пошаговую инструкцию по самостоятельному продвижению сайтов, сочетающую «ручную» оптимизацию и автоматизированные сервисы. Такого рода технологические платформы для поискового продвижения — это, по сути, автоматизированные процессы, которые в своей повседневной работе выполняет большинство SEO-специалистов. Как использовать подобные сервисы при продвижении сайта самостоятельно, вы узнаете из нашей книги.

- **Не знаете, по каким запросам продвигать сайт?** Закажите разовый «Подбор семантического ядра» и на его основе продолжайте внутреннюю оптимизацию.
- **Готовы заняться наполнением сайта контентом?** Получите от технологического сервиса ТЗ (техническое задание) на тексты с подбором вхождений и анализом конкурентов, после чего приступайте к подготовке материалов.
- **Интересует работа со ссылками?** Обратитесь в сервис за подбором качественных сайтов-доноров и начинайте улучшать ссылочную массу.

На страницах книги ведущие эксперты сервиса автоматического продвижения сайтов Rookee собрали информацию по проработке основных факторов ранжирования именно в таком формате.

Вы узнаете:

- с чего начать продвижение сайта;
- что можно сделать самостоятельно уже сегодня;
- к каким сервисам и на каких этапах можно обратиться;
- как интерпретировать полученные данные и улучшить результат.

Книга будет полезна всем, кто занимается продвижением сайта самостоятельно, работает в связке с веб-мастером или хочет понять основные принципы SEO для развития своих профессиональных навыков.

Мы рекомендуем издание:

- владельцам малого и среднего бизнеса;
- начинающим SEO-специалистам;
- веб-мастерам, работающим с автоматизированными сервисами.

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА I. ПОДГОТОВКА САЙТА К ПРОДВИЖЕНИЮ.....	6
ГЛАВА II. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ.....	14
2.1. Базовая техническая оптимизация.....	15
2.2. Подбор семантического ядра.....	29
2.3. Проработка структуры сайта.....	35
2.4. Полный технический аудит сайта.....	38
2.5. Наполнение сайта контентом и оптимизация метаинформации.....	51
ГЛАВА III. ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ.....	58
3.1. Виды ссылок.....	62
3.2. Стратегия работы со ссылками.....	69
ГЛАВА IV. КОММЕРЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.....	75
ГЛАВА V. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ.....	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	103
ПРИЛОЖЕНИЕ I. Работа со ссылками в сервисе Rookee.....	104
ПРИЛОЖЕНИЕ II. Анализ конверсионных цепочек.....	114
ПРИЛОЖЕНИЕ III. Кейсы.....	126
Аренда спецтехники и оборудования.....	126
Онлайн-магазин пультов для автоматических ворот и шлагбаумов.....	129
Проектирование, строительство и реконструкция котельных установок.....	132

ГЛАВА I. ПОДГОТОВКА САЙТА К ПРОДВИЖЕНИЮ

Итак, у вас есть сайт, который вы хотите продвигать самостоятельно для достижения целей вашего бизнеса. Но прежде чем начать его оптимизацию, ответьте на несколько вопросов:

- **Для чего именно вы создали сайт? Какие задачи он должен решать?**
- **Чем он полезен для ваших потенциальных клиентов?**
- **Почему люди должны из всех сайтов в сети выбрать именно ваш?**

Ответ на первый вопрос должен коррелировать с остальными: если вы хотите увеличить продажи, у пользователей должно возникать желание совершить покупку на вашем сайте. Беспольный для людей сайт бесполезен и с точки зрения поисковых систем.



В условиях современных алгоритмов поисковых систем продвижение сайтов — это не манипуляции с поисковыми роботами, а постоянное улучшение веб-ресурса с учетом потребностей аудитории.

Яндекс

— Продолжайте развивать ваш сайт, наполняйте его уникальным контентом, старайтесь сделать его интересным и удобным для пользователей, и со временем он сможет появиться в поиске.



Важно: созданный вами сайт не будет работать на ваши цели лишь потому, что он появился на просторах интернета. Поисковые системы должны обратить на него внимание и счесть подходящим для показа на выгодных позициях в выдаче. Для этого необходимо привести сайт в порядок согласно параметрам, которые учитывают алгоритмы поисковых систем, — факторам ранжирования.

Факторы ранжирования — это характеристики алгоритма поисковой системы, по которым оценивается страница сайта и определяется ее позиция в выдаче.

Все множество факторов ранжирования, точное число которых известно только разработчикам поисковиков и превышает несколько сотен, можно разделить на четыре большие группы:

1. внутренние ([см. главу 2](#));
2. внешние ([см. главу 3](#));
3. коммерческие ([см. главу 4](#));
4. поведенческие ([см. главу 5](#)).

Каждой группе факторов мы посвятили отдельную главу, где подробно рассмотрели, что значат эти факторы, какие элементы влияют на тот или иной показатель, что необходимо сделать для их улучшения и, самое главное, какие есть способы автоматизировать и/или упростить процесс их проработки.



Ольга Юхина, SEO-специалист:

— Важно понимать: нет такого способа продвижения, который бы дал гарантированно значимый результат в течение месяца. Конечно, можно обманными действиями накрутить позиции (вывести сайт в ТОП) и за 3–4 недели, но после такого сомнительного триумфа непременно последуют санкции поисковых систем, вплоть до того, что ваш сайт уже никогда не сможет попасть в ТОП. Помните: *продвижение сайта — это длительный и непрерывный процесс*. Это совокупность работ, которые имеют накопительный эффект и должны проводиться планомерно. Учитывайте, что вам предстоит долгая, кропотливая, но очень интересная работа.



Итак, если вы готовы к самостоятельному продвижению сайта, начинаем. В качестве первых трех шагов на пути к заветному ТОПу необходимо:

- зарегистрировать ресурс в сервисах Яндекс.Вебмастер и/или «Google для веб-мастеров», которые предоставляют поисковым системам информацию о состоянии сайта и его работоспособности (если вы не заинтересованы в продвижении в Google, можно ограничиться Яндекс.Вебмастером);
- установить на сайт счетчики для сбора текущей статистики (Яндекс.Метрику или Google Analytics, а лучше — оба, для получения более полной информации по работе сайта и рекламным кампаниям).



Многие веб-мастера выбирают между Яндекс.Метрикой и Google Analytics и устанавливают только один из счетчиков. Однако каждая из этих систем имеет свои преимущества, которые при совместном использовании отлично дополняют друг друга. Для получения исчерпывающей информации рекомендуем установить на сайт оба счетчика.

Рассмотрим каждый из этих шагов подробнее.

- 1. Регистрация в инструментах веб-мастера.** При продвижении сайта вам придется анализировать (либо предоставлять кому-то для обработки) большой объем информации о ресурсе и индексации страниц. Чтобы упростить себе задачу, добавьте сайт в панель для веб-мастеров Яндекса (Яндекс.Вебмастер) и/или «Google для веб-мастеров» и подтвердите права на управление ресурсом. После этого вам будет доступен широкий функционал сервисов, позволяющий быстро оценивать состояние сайта, в том числе количество проиндексированных, присутствующих в выдаче и исключенных из индекса страниц (подробнее см. далее).



Возможности инструментов для веб-мастеров (на примере Яндекс.Вебмастера).

- **Данные о сроке действия домена сайта.** Если срок действия домена истек, то сайт будет недоступен, а его владелец рискует лишиться домена. При этом даже временное отсутствие доступа к сайту отрицательно скажется на его ранжировании, вплоть до полного исключения его из индекса (если срок действия домена так и не будет продлен). В инструментах веб-мастера вы увидите сообщение о критической ошибке (в данном случае — об истечении срока действия).
- **Проверка ответа сервера.** Неправильный ответ веб-сервера на запрос робота Яндекса о состоянии страницы сайта может стать причиной некорректной индексации. Подробнее об этом мы еще поговорим [в главе 2](#).

Ответ веб-сервера — это HTTP-заголовок (HTTP-ответ), который генерируется сервером при каждом запросе страницы с определенным URL и содержит среди прочих параметров трехразрядный код состояния страницы. Сервер может передать всю необходимую информацию, сообщить об ошибке, некорректном адресе и пр. В зависимости от этого и поисковый робот получает возможность просматривать содержимое страницы, помечает, что она недоступна, не существует и др.

Узнать ответ веб-сервера можно с помощью инструмента Яндекс.Вебмастера «Проверка ответа сервера».

- **Предупреждение о нарушениях** со стороны сайта (переоптимизация, скрытый текст и пр.), **сообщения о наличии фильтров поисковых систем, обнаружении вредоносного кода**, спамных ссылках и текстах, ссылках на зараженные вирусом страницы и т. д. Все эти данные следует оперативно обрабатывать. Немедленного реагирования требуют сообщения о попадании под фильтры за переоптимизацию («Баден-Баден»), кликджекинг¹, санкции «Минусинска».
- **Предоставление сведений о неработающих (битых) внутренних ссылках.** Битыми считаются ссылки, которые не ведут на страницу с нужной информацией, а перенаправляют на несуществующую. Для сайта они чреваты тем, что пользователь будет разочарован и может покинуть сайт, а робот — не увидеть необходимые страницы. При этом поисковые системы могут счесть ресурс, на котором слишком много битых ссылок, неактуальным, заброшенным, устаревшим, в результате сайту грозит потеря достигнутых позиций в выдаче.

¹ Кликджекинг — обманная технология, подразумевающая размещение на сайте невидимых элементов, о взаимодействии с которыми пользователь не подозревает.



- **Проверка корректности файлов `sitemap.xml` и `robots.txt`.** Содержание этих файлов используется поисковыми системы при индексации сайта (подробнее см. далее).
- **Информация о ссылочной массе сайта** (как внешней, так и внутренней). Подробнее о роли ссылок в продвижении сайта [см. в главе 3](#).
- **Статистика посещения сайта роботами поисковых систем.** Например, вы можете посмотреть, какие страницы ресурса они посещали за последнее время, а какие все еще не были проиндексированы, и понять, сказалась ли доработка отдельных страниц на их позициях, индексирует ли робот значимые страницы сайта и пр.
- **Рекомендации по улучшению представления сайта (сниппета) в выдаче поисковых систем.** Привлекательность сниппета¹ напрямую влияет на кликабельность вашего сайта в выдаче (подробнее [см. далее](#)).

Rookee - система автоматического продвижения...
rookee.ru ▾
Rookee – система автоматизированного продвижения сайтов. Продвигая сайт в Rookee, вы получите лидирующие позиции в Яндекс и Google.
📍 Москва, Новоданиловская наб., 4а · м. Тульская · 8 (800) 700-59-30

Блог
Сервис автоматического продвижения сайтов и поисковой...

Отзывы клиентов
Используя сервис Rookee и возможность гибкой настройки...

Зарабатывай с нами
Вместе с сервисом ROOKEE, вы можете зарабатывать на...

О сервисе
Rookee – сервис автоматического продвижения сайта в поисковых...

- **Информация о присвоенном регионе** (для его корректной индексации роботами поисковых систем). Подробнее об этом мы поговорим далее.
- **История последних поисковых запросов** посетителей вашего сайта.

Мы рассмотрели далеко не все, но основные возможности инструментов веб-мастера. Используя их, вы сможете точно знать, как поисковые системы Яндекс и Google воспринимают ваш сайт. Большая часть функционала в сервисах схожа, различие лишь в том, что они предоставляют данные о ресурсе в выдаче исключительно своего поисковика.

¹ Сниппет — это данные о вашем сайте и ссылки на него в выдаче поисковых систем.



Важно: наряду со всем вышесказанным вы можете ускорить процесс первой индексации вновь созданного ресурса: во-первых, в Вебмастере есть функционал «Рассказать о новом сайте», а во-вторых, Метрика после установки счетчика на страницы сайта автоматически передает их на индексацию Яндекс (если обратное не указано в настройках).

2. Установка счетчиков. Существует множество сервисов для сбора статистики сайта. Наиболее известными и высокоинформативными являются Яндекс.Метрика и Google Analytics, предоставляющие широкие возможности для анализа сайта и приводимого на него трафика, в т. ч. проведения юзабилити-аудита и оценки эффективности рекламных кампаний (будь то поисковое продвижение, контекстная, медийная реклама и пр.).

Для отслеживания интересующих вас данных необходимо установить код счетчика на все страницы сайта (он должен располагаться после тега `<body>`, как можно ближе к началу страницы). После этого начинается сбор информации о посещениях.

Счетчик на сайте позволяет оценить:

- **общий трафик на сайт** (переходы из поисковых систем, с контекстной рекламы, прямые заходы, переходы по ссылкам с других сайтов, из соцсетей и пр.), в т. ч. количество уникальных посетителей;
- **глубину просмотра** (сколько страниц посетители просматривают за время сессии);
- **время пребывания на сайте** (сколько времени пользователи проводят на сайте);
- **показатель отказов** (сколько пользователей покинуло сайт, проведя на нем менее 15 секунд (характеристика Яндекс.Метрики), либо просмотрело не более одной страницы (метрика Google Analytics) — т. е. не заинтересовались, отказались от нахождения на сайте (подробнее [см. главу 5](#));
- **популярные поисковые запросы** (запросы, по которым посетители чаще всего находят ссылку на сайт в результатах поиска);
- **источники трафика** (из каких источников и по каким запросам приходят пользователи);



- **данные об устройствах и операционных системах** пользователей, которые посещают ваш ресурс (число посетителей из мобильной выдачи, со стационарных компьютеров, планшетов).

**Ольга Юхина, SEO-специалист:**

— С помощью систем статистики можно собирать информацию, необходимую для различных этапов поисковой оптимизации. Например, проанализировав данные за месяц, можно посмотреть, кто заходит на сайт, каковы половозрастные, демографические характеристики этих людей, совпадают ли они с портретом потенциального клиента. Исходя из этого вы можете составить/скорректировать список запросов, по которым продвигается сайт, проанализировать его удобство для определенных категорий (например, степень адаптации для просмотра с мобильных устройств). Работа со всем множеством данных систем статистики — тема отдельного разговора в рамках веб-аналитики. Мы же ограничимся информацией, необходимой для эффективного продвижения сайта самостоятельно.

При установке счетчиков на сайт особое внимание следует уделить настройке целей: они позволяют отслеживать конкретные действия посетителей и оценивать конверсию на сайте.

Цель — это выполнение пользователем какого-либо значимого для сайта действия.

Цели могут быть разными: просмотр страницы контактов, отправка заявки, покупка товара, заказ услуги. Их настройка позволяет отслеживать, на каком этапе, почему и сколько пользователей отказываются/не отказываются от услуги/товара/просмотра страницы. Как правило, они настраиваются в первый месяц работы с сайтом, однако это касается прежде всего таких целей, как просмотр страниц, глубина просмотра, просмотр страницы «Контакты». Более сложные цели (показ страницы «Спасибо» после успешного оформления заказа, взаимодействие с теми или иными формами на сайте) желательно настраивать после проработки структуры сайта (подробнее [см. далее](#)). В противном случае после внесения изменений сбор данных может быть некорректным. Например, если в ходе корректировки структуры изменился URL страницы, по-



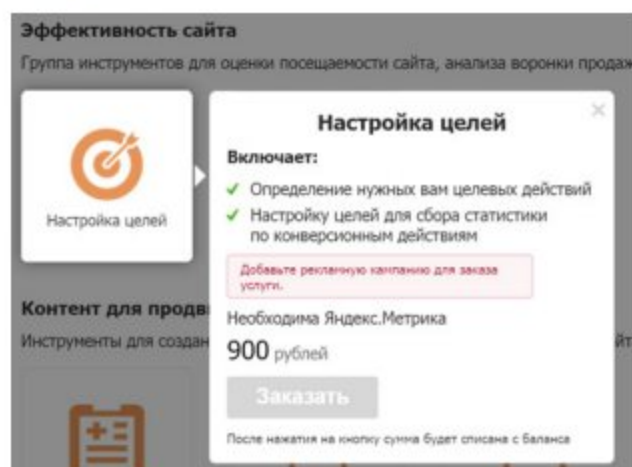
сещение которой фиксировалось как значимое целевое действие (например, страница «Отправить заказ»), данные об успешных сделках будут ошибочными.

→ Как автоматизировать/упростить процесс?

Регистрация в инструментах веб-мастера, как и установка счетчиков на сайт, требуют базовых навыков программирования и компетенций веб-разработчиков. Поэтому если у вас нет соответствующего опыта/ресурса, единственный выход — обратиться к специалистам, поскольку данная услуга не может быть автоматизирована в принципе.

Так, в сервисе **Rookee** достаточно заполнить заявку на сайте, после чего в течение суток с вами свяжется специалист для уточнения необходимых данных (доступов к сайту). Установка счетчика будет произведена в течение нескольких рабо-

чих дней, по результатам вас обязательно проинформируют. Аналогичным образом можно заказать настройку целей с учетом значимых для вашего сайта целевых действий.



Необходима настройка счетчиков?
Обратитесь к специалистам сервиса Rookee



support@rookee.ru