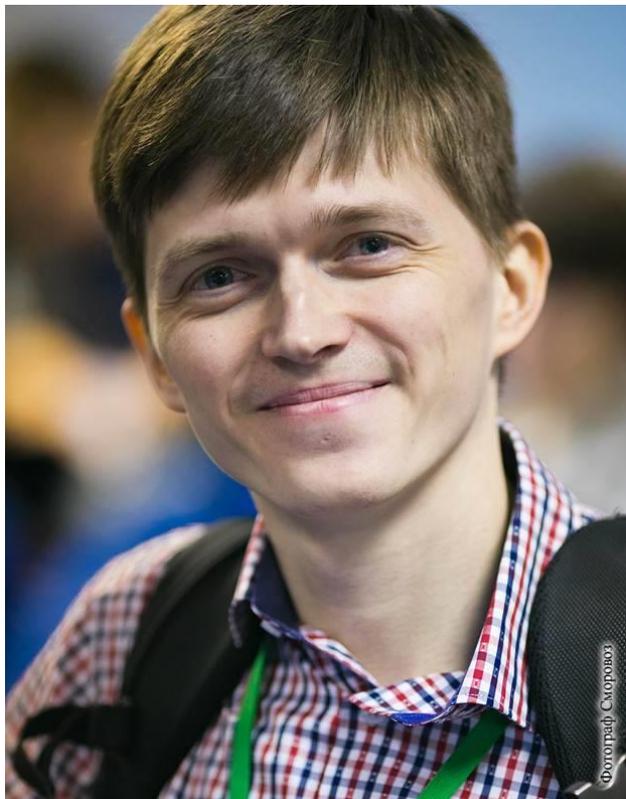




# Экскурс в SEO для НОВИЧКОВ И СТАЖЕРОВ

Веб-Студия «Алаичъ и Ко»  
Alaev.School, Краснодар, 2018

# Кто я? Александр Алаев или просто «АлаичЪ»



- Занимаюсь созданием и продвижением сайтов с 2005 г.
- **Директор** веб-студии [АлаичЪ и Ко](#), >100 клиентов без отдела продаж
- **Создатель** SEO-сервисов: FastTrust, ComparseR, CheckTrust
- **Автор** одного из самых известных seo-блогов [alaev.info](#)
- **Спикер** крупнейших seo-конференций: All In Top, SEO Conference, SEMPRO, Baltic Digital Days и др.

## Алаич:Ъ и Ко

# О чем поговорим?

- Общие понятия, терминология;
- Стратегия продвижения сайтов:
  - Как развивать сайт;
  - Как найти проблемы;
  - Как определить этапы.
- Аудит сайта:
  - Какие задачи решает аудит;
  - Чек-лист аудита сайта;
  - Какие инструменты использовать.
- Практическое задание.

---

## SEO – это:

- Комплекс работ, направленных на улучшение видимости сайта в поисковых системах (ПС) – оптимизация сайта;
- В процессе работы мы подстраиваемся под требования ПС;
- Список требований (факторы ранжирования) и значимость каждого фактора изменяются с течением времени;
- Иногда очень кардинально (обновление алгоритма).

# На что обращать внимание?

- Самое главное для каждого сайта:
  - ❑ Ориентация на посетителя;
  - ❑ Никакого обмана поисковых роботов;
  - ❑ Понятная структура и навигация;
  - ❑ Цель - помочь посетителю быстро и просто решить его проблему!
- Базовые принципы SEO-оптимизации:
  - ❑ Отсутствие технических ошибок на сайте;
  - ❑ Тексты без злоупотребления ключевыми словами;
  - ❑ Мета-теги и заголовок соответствуют содержанию страницы;
  - ❑ Полезные элементы: сортировки, фильтры, калькуляторы, прайсы и прочие мини-сервисы, облегчающие жизнь пользователя;
  - ❑ Целевая страница отвечает ожиданиям посетителя (интернет-магазин – широкий ассортимент, каталог с ценами; сайт услуг – описание услуги и форма заявки).

# К чему мы стремимся?

- Большой сайт (интернет-магазин или каталог) – много категорий, страниц товаров и услуг.
  - Показатель эффективности: рост трафика из поиска.
- Небольшой узкоспециализированный сайт услуг или промо-сайт.
  - Показатель эффективности: рост позиций до ТОП 10.

# Глоссарий

- Индексация или индексирование - добавление страниц в базу данных поисковика. Говорят, страница проиндексировалась, если ее можно найти в поисковике.
- Ранжирование – это процесс выстраивания найденных по запросу пользователя страниц в порядке наибольшего соответствия искомому запросу. Говорят, страница хорошо ранжируется по запросу, если ее можно найти в топ-10.
- Релевантность – степень соответствия найденного документа или набора документов нуждам пользователя. Говорят, страница релевантна запросу, если по это запросу в поиске находится обсуждаемая страница.

# Глоссарий

- Мета-теги – HTML-теги, предназначенные для предоставления дополнительных метаданных о веб-странице. Указываются в теге <head> и посетителю не видны (могут быть просмотрены только в исходном коде страницы), предназначены для браузеров и поисковиков.
- title – заголовок документа, отображается в заголовке браузера (вкладке) и на поисковой выдаче в виде ссылки на сайт. Самый важный элемент в seo-оптимизации страницы.
- Заголовок – отображаемое название страницы. Этот заголовок должен быть оформлен в тег html-разметки <h1>заголовок</h1>. Очень важный элемент seo.

# Глоссарий

- Ключевые слова (ключевики, запросы) – запросы пользователей, которые задаются поисковой системе. Под них как раз и оптимизируют страницы сайта.
- Семантическое ядро (семантика)– обширный список ключевых слов, соответствующих тематике, услугам и товарам продвигаемого сайта.
- Регион сайта – география местоположения основной целевой аудитории сайта. Принадлежность к какому-либо региону не исключает сайт из результатов поиска в других регионах, если содержимое сайта будет признано релевантным запросам.



# Часть №1:

## Стратегия поискового продвижения

Веб-Студия «Алаичъ и Ко»  
Alaev.School, Краснодар, 2018

# Великая истина гласит

Понимание нескольких принципов освобождает от запоминания сотен фактов!



---

# Пошаговый план

## 1. Предварительный аудит (~10 минут)

- ❑ Оцениваем удобство сайта;
- ❑ Изучаем структуру;
- ❑ Смотрим качество сайта в целом.

---

# Пошаговый план

1. Предварительный аудит
2. Ожидания и реальность совпадают? (~15 минут)
  - Отвечают ли страницы сайта запросам пользователя.

---

# Пошаговый план

1. Предварительный аудит
2. Ожидания и реальность совпадают?
3. Первичная оптимизация (~1 – 5 часов)
  - Нанести максимальную пользу за минимум времени:
    - Присвоить регион (добавить в справочник);
    - Шаблонно оптимизировать title и заголовки;
    - Закрывать от индексации дубли страниц;
    - Исправить дубли мета-тегов.

---

# Пошаговый план

1. Предварительный аудит
2. Ожидания и реальность совпадают?
3. Первичная оптимизация
4. Технический аудит (~1 – 3 часа)(Часть №2)
  - Чек-лист в помощь.

---

# Пошаговый план

2. Ожидания и реальность совпадают?
3. Первичная оптимизация
4. Технический аудит
5. Сбор ключевых слов и их группировка (кластеризация)
  - ❑ Собрать запросы для конкретных страниц сайта;
  - ❑ Найти дополнительные группы для создания новых страниц.

---

# Пошаговый план

3. Первичная оптимизация

4. Технический аудит

5. Сбор ключевых слов и их группировка

6. Создание и расширение структуры на основании:

- ❑ Собранных запросов;
- ❑ Логики и знаний.

---

# Пошаговый план

4. Технический аудит

5. Сбор ключевых слов и их группировка

6. Создание и расширение структуры

7. Постраничная оптимизация:

- Точечная проработка страниц сайта на основании имеющейся информации:
  - Тексты;
  - Заголовки;
  - Мета-теги;
  - Дополнительный релевантный контент.

---

# Пошаговый план

5. Сбор ключевых слов и их группировка
6. Создание и расширение структуры
7. Постраничная оптимизация
8. Проработка коммерческих факторов
  - Чек-лист в помощь

---

# Пошаговый план

6. Создание и расширение структуры
7. Постраничная оптимизация
8. Проработка коммерческих факторов
9. Создание новых страниц на сайте

---

# Пошаговый план

7. Постраничная оптимизация
8. Проработка коммерческих факторов
9. Создание новых страниц
10. Написание текстов

---

# Пошаговый план

8. Проработка коммерческих факторов

9. Создание новых страниц

10. Написание текстов

11. Анализ конкурентов

- ❑ Определить и изучить лидеров ниши;
- ❑ Оценить, подсмотреть структуру/семантику;
- ❑ Изучить коммерческие факторы в тематике.

---

# Пошаговый план

...

5. Сбор ключевых слов и их группировка

6. Создание и расширение структуры

7. Постраничная оптимизация

...

9. Создание новых страниц

10. Написание текстов

11. Анализ конкурентов

12. Повторение шагов 5, 6, 7, 9, 10.

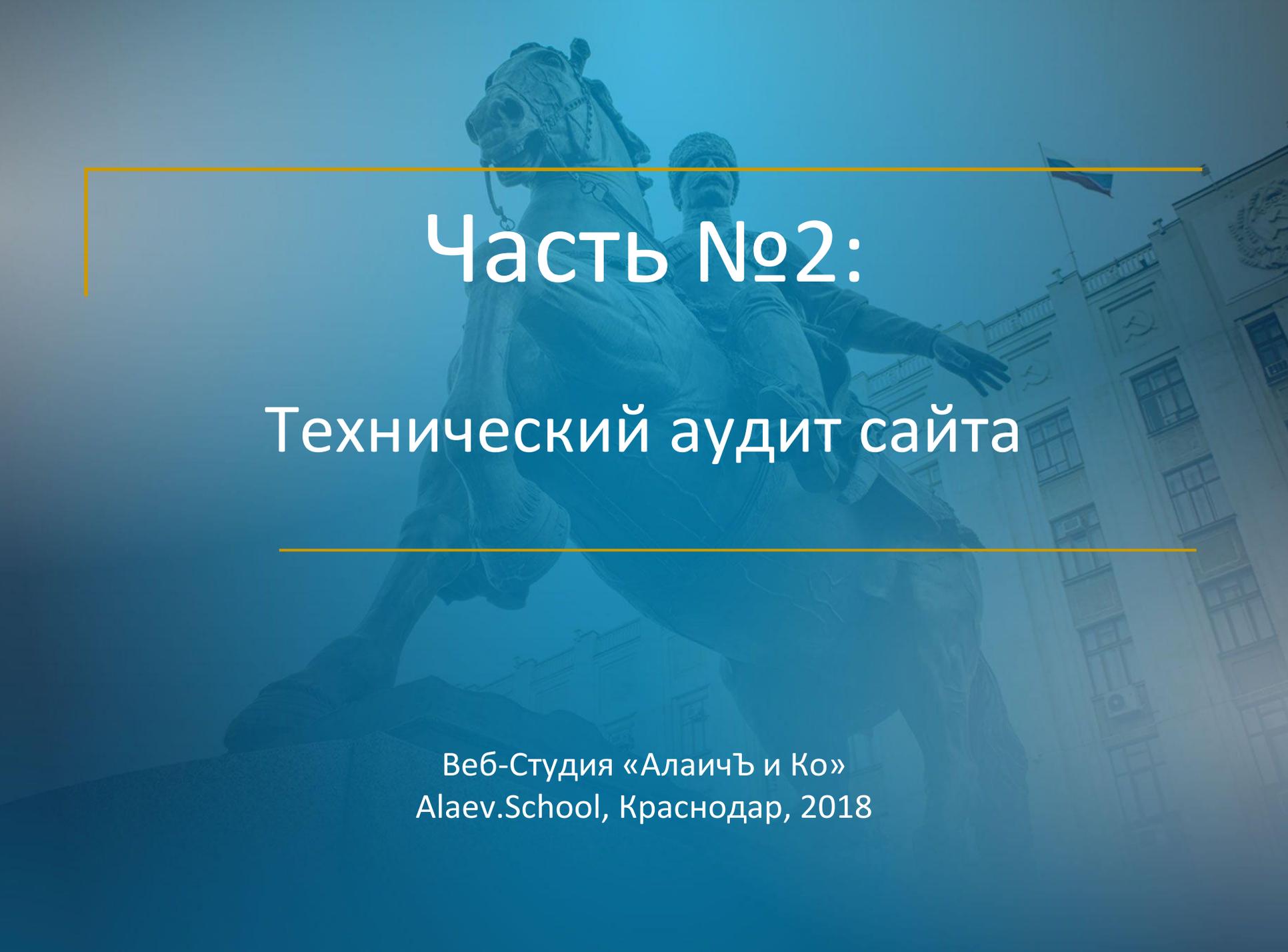
---

## Вы должны научиться...

...за 10 минут, пока делаете предварительный аудит,  
сформировать в голове пошаговый план продвижения сайта.  
И решить какой этап за каким следует.

# Практическое задание №1

- Описать пошаговую стратегию развития сайта:
  - Что делать?
  - Зачем делать?
- Определить 3 конкурентов, лидеров ниши:
  - У них крутой сайт!
  - На них стоит равняться!
- Прочитать книгу от Ingate – [www.sembook.ru](http://www.sembook.ru)



# Часть №2:

## Технический аудит сайта

Веб-Студия «Алаичъ и Ко»  
Alaev.School, Краснодар, 2018

---

# Технический аудит...

Это фундамент, без которого последующее продвижение может оказаться неэффективным, если сайт имеет грубые ошибки и не соответствует основным требованиям поисковых систем.

Рекомендации Яндекса по созданию сайтов:

<https://yandex.ru/support/webmaster/recommendations/intro.html>

# Инструменты, которые нам пригодятся

## Любой сканер (парсер) сайтов:

- ComparseR (платный, есть демо); - **рекомендую**
- Screaming Frog SEO Spider (платный, есть демо);
- Xenu's Link Sleuth (бесплатный);
- Majento SiteAnalyzer (бесплатный). - **рекомендую**

**Яндекс.Вебмастер и Google Search Console,  
Яндекс.Метрика или Google Analytics.**

---

# Любой сканер (парсер) сайтов

- Анализирует мета-теги;
- Позволяет выявить дубли страниц и title;
- Определяет наличие битых ссылок, 404 страницы;
- Показывает редиректы и другие коды ответа сервера;
- Ищет другие технические ошибки и полезную информацию о вашем сайте.

---

# Яндекс.Вебмастер и Google Search Console

**(на данном этапе обучения недоступны)**

Позволяют увидеть наиболее важную и полезную информацию о сайте от первоисточника и произвести необходимые настройки.

- Индексация;
- Проблемы и ошибки;
- Нарушения и фильтры;
- Внешние ссылки;
- Региональность.

---

# Яндекс.Метрика или Google Analytics

**(на данном этапе обучения недоступны)**

Счётчики поисковых систем расскажут все о посетителях сайта, их поведении и устройствах, которыми они пользуются.

- Посещение страниц;
- Время просмотра и процент отказа;
- Страницы входа;
- Поисковые запросы;
- Источники переходов;
- И многое другое.

---

# Бритва Оккама

«Что может быть сделано на основе меньшего числа, не следует делать, исходя из большего» или

«Многообразие не следует предполагать без необходимости»

*(с) Уильям из Оккама.*

**Не стоит использовать одновременно много инструментов, иначе вы запутаетесь и потеряете время!**

# Чек-лист (пошаговая инструкция)



# Robots.txt – правила поведения для роботов

- Всегда расположен по адресу: <http://site.ru/robots.txt>
- Используем одну общую директиву для всех роботов: User-Agent: \*
- Далее различные запрещающие директивы (при необходимости):  
Disallow: /unneeded-category/ или (закрыть категорию)  
Disallow: /some-page.html или (закрыть отдельную страницу)  
Disallow: /\*?param= (закрыть индексацию параметров)
  - (*Disallow: /* или *Disallow:* полностью запрещают индексацию сайта – избегайте таких конструкций).
- Далее карта сайта: Sitemap: http://site.ru/sitemap.xml
  - (Может быть расположена по любому адресу).
- Пример: <http://alaev.info/robots.txt>

Справка Яндекса: <https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/robots-txt.xml>

Справка Google: <https://support.google.com/webmasters/answer/6062608?hl=ru>

# Sitemap.xml – карта (список страниц) сайта

- Необходима для лучшей индексации сайта поисковыми роботами.
- Должна содержать все основные страницы сайта.
- Если страниц более 30 000, то необходимо разбить карту на несколько, создав объединяющий индексный файл карт сайта.
- Обязательно содержит только индексируемые страницы сайта с ответом сервера 200 ОК.
- Протокол url-адресов соответствует главному зеркалу сайта.

Справка Яндекса: <https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/sitemap.xml>

Справка Google: <https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=ru>

# Ответ сервера 404 Not Found

- Означает несуществующую станицу;
- Ссылки, ведущие на такие страницы называются «битыми»;
- Мешают индексации сайта, а так же «отпугивают» посетителей;
- При обходе сайта краулером (сканером) «битые» ссылки должны отсутствовать;
- 404 страница всегда должна отдавать код сервера 404 Not Found;
- Необходимо оформлять 404 страницы в стиль сайта и предлагать переход на другие важные разделы сайта и главную страницу;
- Пример: <http://alaev.info/404>.

# Редиректы: 301 Moved Permanently и 302 Moved Temporarily

- Осуществляют перенаправление посетителя на url, отличный от изначального, чего посетитель не замечает (в отличие от РС);
- 302-редирект используется редко (зато часто по ошибке);
- 301-редирект используется везде и часто: склейка зеркал, изменение структуры сайта, исправление дублей, переезд и проч.

Подробнее инструкция: <http://alaev.info/blog/post/4393>.

---

# Коды ответа сервера

Коды состояния HTTP, кроме 200, 404, 301, 503 встречаются редко.

Рекомендую почитать, что это такое

[https://ru.wikipedia.org/wiki/Список кодов состояния HTTP](https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_кодов_состояния_HTTP)

---

# Главное зеркало. HTTP/HTTPS

Сайт всегда должен быть доступен только по одному адресу.

Проверяем:

- <http://site.ru/>
- <http://www.site.ru/>
- <https://site.ru/>
- <https://www.site.ru/>

Только один из вариантов должен отдавать 200 ОК, остальные 301 редирект.

# Дубликаты страниц и title-заголовков

- Дубликаты – одна из самых грубых ошибок;
- Мешают ранжированию, правильной и быстрой индексации и вызывают другие проблемы;
- Дубликаты title решаются верным заполнением или уникализацией;
- От дублей страниц избавляемся так (выбрать что-то одно):
  - 301-редирект страницы-дубля на основную страницу;
  - Удалить страницу-дубль, чтобы она отдавала 404 Not Found;
  - Meta robots="noindex" на странице-дубле;
  - Закрывать страницу-дубль в robots.txt.
- Искать проще всего при помощи программ-краулеров.

# Страницы постраничной навигации (пагинации)

Часто страницы пагинации сопровождаются дублированием title основной (первой) страницы категории, а так же seo-текстов, если они есть. Выбираем что-то одно:

- Оставить для индексации:
  - Уникализировать title, добавив приставку в title « - страница X»;
  - Избавиться от дублирования seo-текста.
- Добавить rel="canonical" с указанием первой/основной страницы;
- Закрывать от индексации при помощи meta robots="noindex, follow";
- Закрывать от индексации в robots.txt.

Справка Google: <https://support.google.com/webmasters/answer/1663744?hl=ru>

## Страницы сортировок (по цене, по наличию и т.д.)

Страницы сортировки листинга товаров сопровождаются дублированием title, заголовка и другого контента основной (первой) страницы категории. Они часто не закрыты от индексации.

Варианта оставить их для индексации нет! Поэтому делаем что-то одно из списка ниже:

- Добавить rel="canonical" с указанием первой/основной страницы;
- Закрыть от индексации при помощи meta robots="noindex, follow";
- Закрыть от индексации в robots.txt;

# Заголовки H1 – H6 на страницах

- Тег заголовка `<h1> ... </h1>` является следующим по важности после `title` элементом внутривстраничной оптимизации;
- H1 всегда должен быть только один на странице;
- `<h1> ... </h1>` не должен содержать внутри других тегов;
- Разметка заголовков не должна использоваться в сквозных элементах сайта (навигация, боковое меню, шапка, футер).

# Скорость загрузки сайта и отдельных страниц

PageSpeed Insights -

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>.

Цель – 70 баллов и выше. 100 – бессмысленно!

На что обратить внимание:

- Включите gzip-сжатие – должно решаться на уровне CMS сайта, все современные системы это уже умеют делать;
- Используйте кеш браузера – обычно решается письмом в техподдержку хостинга;
- Оптимизируйте изображения – если есть возможность уменьшить объем более чем на 30%, это надо делать. Сервис <https://tinypng.com/>

# Мобильная версия или адаптивная верстка

Сайты, адаптированные под работу на мобильных устройствах, ранжируются лучше при поиске с телефона. Инфа 146%!

Проверка «мобильности» страниц:

- Google - <https://search.google.com/test/mobile-friendly>
- Яндекс - <https://webmaster.yandex.ru/site/tools/mobile-friendly/>

Рекомендуется делать адаптивную верстку, а не отдельную мобильную версию.

- Пример отдельной мобильной версии: <http://alaev.info/>
- Пример адаптивной верстки сайта: <http://alaev.co/>

*(чтобы увидеть мобильную версию или адаптив под экран мобильного, очевидно, надо зайти на сайт с телефона 😊).*

# Уникальность текстов

- Инструменты проверки:
  - text.ru и advego.ru (программа или онлайн сервис);
  - поиск предложений непосредственно в поисковиках.
- Оригинальность текстов НЕ важна: для карточек товара в интернет-магазинах, для агрегаторов, досок, каталогов и т.п.
- Оригинальность текстов важна: для контентных проектов, сайтов услуг.

---

Ура! Чек-лист закончился



---

# Попробуйте сделать аудит ComparseR'ом

ComparseR – программа для сканирования сайта, поиска ошибок, проверки индексации и проведения предварительного и подробного аудита сайта.

Скачать демо-версию: <http://parser.alaev.info/demo/>

Аудит сайта на примере работы с ComparseR'ом:  
<http://alaev.info/blog/post/5784>

# Обратите внимание на сводку по ошибкам

Статистика и структура

Статистика Структура

Обновить статистику Сохранить в файл

Статистика и структура

Статистика обхода сайта	47076
Ответ сервера	
200 ОК	44583
302 Redirect	17
301 Moved Permanently	436
404 Not Found	1043
500 Internal Server Error	1
414 RequestUriTooLong	85
503 Service Unavailable	905
0 Истекло время ожидания	6
Тип контента	
Метатег Robots	
Файл robots.txt	
Allow	47076
Проблемы и ошибки	
Дубли заголовков Title	15508
Дубли мета Description	44433
Title отсутствует или пустой	2
Description отсутствует или пустой	2
URL и rel="canonical" не совпадают	
Несколько H1 на странице	7158

# Практическое задание №2

- Провести аудит сайта:
  - Оформить в .docx с иллюстрациями и пояснениями.
  - В процессе выполнения разрешается применять свои творческие наклонности, но не в ущерб качеству 😊

---

# И самый главный вопрос

**О каком сайте речь в практических заданиях, ведь у меня нет сайта?**

Адрес сайта, на котором вы должны опробовать новые знания, вы найдете на специальной странице:

<http://alaev.co/about/for-beginners>

---

С вами был Александр Алаев

**Алаич:б и Ко**

[alexander@alaev.info](mailto:alexander@alaev.info)