

ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТОВ

Допира Р.И., Попова Н.В.

Карагандинский государственный университет имени академика Е.А.Букетова, Казахстан

E-mail: ritadopira@mail.ru

В настоящее время интернет технологии входят во все сферы деятельности, поэтому организации не достаточно иметь сайт с красивым дизайном, необходимо чтобы поисковые системы выдавали этот сайт на первых позициях списка. Поисковые системы учитывают множество параметров сайта при вычислении его релевантности (степени соответствия введённому запросу) [1]:

– плотность ключевых слов (современные поисковые системы позволяют производить семантический анализ текста с помощью сложных алгоритмов, чтобы отсеять поисковый спам, в котором ключевое слово встречается слишком часто);

– индекс цитирования сайта (ИЦ), зависящий от количества и авторитетности веб-ресурсов, ссылающихся на данный сайт. Многими поисковиками не учитываются взаимные ссылки (друг на друга). Зачастую также важно, чтобы ссылки были с сайтов той же тематики, что и оптимизируемый сайт — тематический индекс цитирования (ТИЦ);

– водность текста — показатель, определяющий наличие малозначимых слов, которые не несут никакой полезной информации и служат для разбавления текста (стоп-слова).

К методам поисковой оптимизации относятся: регистрация в самостоятельных каталогах, которая может осуществляться вручную, либо с помощью специальных ресурсов; регистрация в каталогах поисковых систем (таких как: Яндекс.каталог, Рамблер Top 100, каталог DMOZ (AOL), каталог Апорта, каталог Mail.ru, каталог Yahoo и другие); обмен ссылками (существуют несколько способов обмена - прямой, кольцевой, односторонний - покупка ссылок); размещение статей; социальные сети; пресс-релизы; крауд-маркетинг; создание и ведение блогов [2]. В настоящее время продвижение сайта чаще всего сводится к поисковой оптимизации. Стоимость продвижения сайта складывается из единоразовых и постоянных затрат. К единоразовым затратам можно отнести: анализ конкуренции; разработка макета и наполнение сайта; составление семантического ядра; оптимизация внутренних факторов; улучшение дизайна. Тогда как к постоянным затратам относятся: ссылочный бюджет; вирусный маркетинг; обновление контента; проверка позиций в поисковых системах; периодическое отслеживание позиций и изменения в рекламных кампаниях; написание и публикация пресс-релизов и статей.

Самые распространенные виды продвижения сайта: поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO), баннерная реклама — рекламные ссылки, как правило, с графических баннеров; контекстная реклама — показ баннеров и объявлений на страницах, соответствующих контексту продвигаемого сайта или объявлений, соответствующих контексту интересов пользователя; обмен ссылками — размещение на других сайтах ссылок на продвигаемый сайт — на возмездной основе, в обмен на ссылку или на другие блага по договоренности (часто этот вид продвижения сводится к банальной покупке ссылок); продвижение в социальных сетях — создание потока посетителей из социальных сетей; продвижение через блоги — размещение в блогах материалов с ссылками на сайт; новостное продвижение — распространение новостей с упоминаниями сайта на популярных новостных ресурсах; продвижение статьями — публикация статей и пресс-релизов с ссылками на сайт; продвижение в почтовых рассылках — привлечение посетителей путем рассылок по электронной почте; публикация объявлений на сайтах-досках объявлений; продвижение через форумы — инициирование обсуждений на форумах, при этом в сообщениях упоминается продвигаемый сайт; продвижение через каталоги — публикация ссылок в каталогах сайтов; вирусный маркетинг — провоцирование людей на распространение (подобно вирусу) интересного для них сообщения с явной или не явной ссылкой на сайт; продвижение через ICQ и другие службы обмена сообщениями; встраивание ссылок на сайт в распространяемые программы; ссылки в печатных материалах — в газетах, журналах, книгах и буклетах [3].

Список использованных источников

- 1 Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах.- Питер, 2009. – 40 с.
- 2 Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. – СПб.: Питер, 2010. – 240 с.
- 3 ООО «Яндекс». Яндекс Вебмастер. Рекомендации Яндекса по созданию сайтов. – www.yandex.ru, 2015.