

© Тапхарова О. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные шаги в SEO продвижении веб-сайта. Поисковая оптимизация, или SEO, невероятно важна для маркетологов. Оптимизация веб-страниц сайта делает сайт более заметным для людей, которые вводят ключевые слова, связанные с определенным продуктом или услугой, через поисковые системы, такие как Google. Помимо этого, SEO — это также ценный инструмент для повышения осведомленности о бренде, построения отношений с потенциальными клиентами и позиционирования себя как авторитетного и заслуживающего доверия эксперта в своей области

*Ключевые слова:* маркетинг, интернет-маркетинг, поисковая оптимизация сайта, SEO продвижение

**П**ервым ключевым параметром в SEO является использование ключевых слов, которые помогают потенциальным клиентам найти наиболее подходящую веб-страницу.

Оптимизация текста страницы веб-сайта по ключевым словам — это не включение в текст как можно большего количества ключевых слов. В настоящее время данная процедура на самом деле вредит SEO [1], поскольку поисковые системы сейчас учитывают наполнение ключевыми словами и чем их больше, тем «размытее» система видит страницу.

Перегруженность ключевыми словами также не способствует хорошему восприятию читателя [2] — фактор ранжирования, согласно которому поисковые системы теперь уделяют приоритетное внимание, чтобы гарантировать, что сайт отвечает на запросы своих посетителей. Следовательно, ключевые слова должны использоваться так, чтобы они не казались неестественными.

Хорошее практическое правило — сосредотачиваться на одном или двух длинных ключевых словах в тексте. Несмотря на то, что допускается использование более одного ключевого слова в одном тексте, необходимо держать фокус достаточно узким, чтобы можно было потратить время на оптимизацию всего одного или двух ключевых слов. Более длинные, часто основанные на вопросах ключевые слова, позволяют сосредоточить текст на конкретных целях аудитории [3]. Например, длинное ключевое слово «как написать сообщение в блоге» гораздо более эффективно с точки зрения SEO, чем короткое ключевое слово «сообщение в блоге».

Посетители веб-сайта, выполняющие поиск по ключевым словам с «длинным хвостом», с большей вероятностью прочитают всю публикацию, а затем будут искать на странице дополнительную информацию [3]. Другими словами, они помогут компании верно создать тип трафика — посетители, совершившие конверсию.

Теперь, когда одно или два ключевых слова подобраны, их необходимо разместить на странице. Есть четыре основных места, где размещение ключевых слов принесет наилучшие результаты: тег заголовка, заголовки и тело, URL-адрес и мета-описание [4].

Заголовок текста на странице будет первым шагом поисковой системы и читателя в определении релевантности контента. Google называет это «тегом заголовка» в результатах поиска [5]. Ключевая фраза должна помещаться в первые 60 символов заголовка, и именно здесь Google обрезает заголовки в поисковой выдаче. Технически Google измеряет ширину в пикселях, а не по количеству символов, и недавно увеличил ширину в пикселях [6] обычных результатов поиска примерно с 500 пикселей до 600 пикселей, что соответствует примерно 60 символам.

Если есть необходимость использовать длинный заголовок, рекомендуется поместить ключевое слово в начало, поскольку оно может быть отключено в результатах поиска в конце, что может сказаться на воспринимаемой релевантности вашего сообщения.

Упоминание ключевого слова с нормальной частотой в теле текста и в заголовках означает включение ключевых слов в текст, но только естественным, удобным для читателя способом. В данном случае необходимо знать меру и не переусердствовать, рискуя быть наказанным за чрезмерное количество ключевых слов. При создании контента, основное внимание должно быть сосредоточено на том, что важно для целевой аудитории, а не на том, сколько раз можно включать ключевое слово или ключевую фразу в этот контент. Если сосредоточиться на том, чтобы быть полезным и ответить на любой вопрос, который клиент мог бы задать, ссылаясь на контакты компании, то можно обнаружить, что страница естественным образом оптимизирована по важным ключевым словам.

Поисковые системы также обращаются к URL-адресу [7], чтобы выяснить, о чем повествуется в

тексте, и это одно из первых, что они сканируют на странице. Для этого, необходимо оптимизировать URL-адреса для каждой странице сайта, поскольку каждое сообщение живет на своем уникальном URL-адресе.

Еще одно немаловажное место размещения ключевых слов — это мета-описание [8]. Оно предназначено для предоставления поисковым системам и читателям информации о содержании текста на странице. Это означает, что необходимо использовать свою ключевую фразу, чтобы Google и целевая аудитория четко понимали содержание сообщения. В то же время следует помнить, что текст имеет большое значение для рейтинга кликов, потому что он удовлетворяет намерения определенных читателей — чем интереснее, тем лучше.

Еще одним немаловажным параметром в поисковой оптимизации сайтов является адаптация сайта для мобильных устройств (адаптивный дизайн) [9]. Известный факт, что большее количество людей используют поисковую систему со своих мобильных телефонов, чем с персональных компьютеров [9]. И для всех этих ценных поисковых запросов, выполняемых на мобильных устройствах, Google сначала отображает результаты, удобные для мобильных устройств. Это еще один пример того, как Google сильно отдает предпочтение веб-сайтам, оптимизированным для мобильных устройств, и это верно с тех пор, как компания обновила свой алгоритм Penguin в апреле 2015 года [10].

Для того, чтобы сделать сайт удобным для мобильных устройств, в первую очередь необходим адаптивный дизайн. Веб-сайты, реагирующие на мобильные устройства, позволяют страницам сайта иметь только один URL вместо двух — один для настольного компьютера и один для мобильного устройства соответственно. Это помогает оптимизировать сайт под поисковые машины, так как любые входящие ссылки, которые возвращаются на сайт, не будут разделены между отдельными URL-адресами. В результате централизуются возможности SEO, которые можно получить от этих ссылок, помогая Google более легко распознавать ценность текста и соответствующим образом оценивать его. Важно учитывать, что ценность поисковых систем постоянно меняется и за изменениями необходимо следить.

Следующим шагом к успешному SEO является оптимизация мета-описания. Мета-описание — это дополнительный текст, появляющийся в поисковой выдаче, который позволяет читателям узнать, о чем идет речь [11]. Мета-описание дает поисковику информацию, необходимую им, чтобы определить, соответствует ли контент тому, что они ищут и в конечном итоге помогает им решить, будут они нажимать кнопку или нет.

Максимальная длина мета-описания составляет теперь около 300 символов [11], что позволяет предположить, что можно дать читателям больше

информации по каждому результату. Таким образом, помимо удобства для читателя, мета-описание должно включать ключевое слово с длинным хвостом, по которому страница будет ранжироваться.

Использование входящих ссылок также может помочь в оптимизации страницы для поисковых систем [12]. Входящие ссылки на контент помогают показать поисковым системам достоверность или релевантность содержимого страницы сайта. То же самое касается внутренних ссылок на другие страницы сайта. Если в тексте написано о теме, уже упомянутой на сайте, электронной книге или веб-странице, рекомендуется ссылаться на эту страницу. Внутренние ссылки не только помогают удерживать посетителей на веб-сайте, но и выявляют другие важные вопросы и авторитетные страницы для поисковых систем.

Пользование поисковой консолью Google также важно для оптимизации сайта. Search Console от Google является бесплатным инструментом для контроля над поисковой оптимизацией. Она содержит раздел, называемый отчетом Search Analytics [13]. Этот отчет помогает анализировать клики из поиска Google — полезно определять, по каким ключевым словам люди находят содержание сайта.

Помимо вышеперечисленного, еще одним способом SEO оптимизации является опубликование «вечнозеленого контента» [14]. Это означает, что контент посвящен темам, которые обязательно останутся актуальными и ценными в течение длительного периода времени (с небольшими изменениями или обновлениями). Есть несколько причин, почему вечнозеленый контент так важен: во-первых, это поможет странице ранжироваться с течением времени, а не только в ближайшем будущем; во-вторых, это способствует постоянному притоку трафика на веб-сайт спустя долгое время после даты публикации; в-третьих, это поможет компании с течением времени генерировать потенциальных клиентов в результате непрерывно генерируемого трафика [15].

По мере того, как сайт растет, должны расти и цели в поисковых системах. Определив цели и намерения своих идеальных читателей, вы будете на правильном пути к органической доставке контента, который всегда будет для них актуален. ■

---

1. Есипов В. Восемь рекомендаций о ключевых словах для SEO: что нужно знать про них владельцу бизнеса для сайта [Электронный ресурс] / В. Есипов // Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний «vc.ru» - URL: <https://vc.ru/seo/63375-vosem-rekomendaciy-o-klyuchevyh-slovaх-dlya-seo-chto-nuzhno-znat-pro-nih-vladelcu-biznesa-ili-sayta>

2. Ситников А. SEO оптимизация текста сайта – как правильно оптимизировать SEO тексты сайтов [Электронный ресурс] / А. Ситников // URL: <https://site->

ok.ua/blog/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст

3. Riserbato, R. 2019. 6 Ways to Use Long Tail Marketing in Your Content Strategy. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4723/6-ways-to-leverage-the-long-tail-in-your-marketing.aspx>

4. Lin, M. 2014. SEO tutorial: Keyword research and placement. Retrieved from <http://www.mulinblog.com/seo-tutorial-keyword-research-placement/>

5. Google 2021. Как создавать информативные заголовки и описания страниц для результатов поиска Google [Электронный ресурс] // URL: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/appearance/good-titles-snippets>

6. Kolowich, L. 2017. The Ideal Length for Instagram, Facebook, Twitter, & LinkedIn Posts. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/marketing/character-count-guide#Blog>

7. Montti, R. 2021. The Ultimate Guide for an SEO-Friendly URL Structure. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/technical-seo/url-structure/#close>

8. Begley, S. 2020. Simple guide to website keyword placement. Retrieved from: <https://www.vapromag.co.uk/simple-guide-to-website-keyword-placement/>

9. King, M. 2019. The future is mobile SEO: can you adapt? Retrieved from: <https://alkries.com/mobile-seo-is-the-future-heres-how-you-can-adapt-to-it/>

10. Google 2016. Penguin is now part of our core algorithm. Retrieved from: <https://developers.google.com/search/blog/2016/09/penguin-is-now-part-of-our-core>

11. Ratcliff, C. 2016. How to write meta descriptions for SEO (with good and bad examples). Retrieved from: <https://www.searchenginewatch.com/2016/05/26/how-to-write-meta-descriptions-for-seo-with-good-and-bad-examples/>

12. Arriola, B. 2021. Why links are important for SEO. Retrieved from: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/why-links-important-seo/>

13. Pecanek, M. 2020. How to Use Google Analytics to Improve SEO Performance. Retrieved from: <https://ahrefs.com/blog/google-analytics-for-seo/>

14. Kosaka, K. 2021. How to Make Evergreen Content That Boosts Your SEO Success. Retrieved from: <https://blog.alexa.com/make-evergreen-content-boosts-seo-success/>

15. Banks, E. 2019. The Importance of Evergreen Content In Your Content Marketing Strategy. Retrieved from: <https://www.amasf.org/blog/why-creating-evergreen-content-should-be-part-of-your-content-marketing-strategy/>

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

Arriola, B. 2021. Why links are important for SEO. Retrieved from: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/why-links-important-seo/>

Banks, E. 2019. The Importance of Evergreen Content In Your Content Marketing Strategy. Retrieved from: <https://www.amasf.org/blog/why-creating-evergreen-content-should-be-part-of-your-content-marketing-strategy/>

Begley, S. 2020. Simple guide to website keyword placement. Retrieved from:

<https://www.vapromag.co.uk/simple-guide-to-website-keyword-placement/>

Google 2016. Penguin is now part of our core algorithm. Retrieved from: <https://developers.google.com/search/blog/2016/09/penguin-is-now-part-of-our-core>

Google 2021. Как создавать информативные заголовки и описания страниц для результатов поиска Google [Электронный ресурс] // URL: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/appearance/good-titles-snippets>

King, M. 2019. The future is mobile SEO: can you adapt? Retrieved from: <https://alkries.com/mobile-seo-is-the-future-heres-how-you-can-adapt-to-it/>

Kolowich, L. 2017. The Ideal Length for Instagram, Facebook, Twitter, & LinkedIn Posts. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/marketing/character-count-guide#Blog>

Kosaka, K. 2021. How to Make Evergreen Content That Boosts Your SEO Success. Retrieved from: <https://blog.alexa.com/make-evergreen-content-boosts-seo-success/>

Lin, M. 2014. SEO tutorial: Keyword research and placement. Retrieved from <http://www.mulinblog.com/seo-tutorial-keyword-research-placement/>

Montti, R. 2021. The Ultimate Guide for an SEO-Friendly URL Structure. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/technical-seo/url-structure/#close>

Pecanek, M. 2020. How to Use Google Analytics to Improve SEO Performance. Retrieved from: <https://ahrefs.com/blog/google-analytics-for-seo/>

Ratcliff, C. 2016. How to write meta descriptions for SEO (with good and bad examples). Retrieved from: <https://www.searchenginewatch.com/2016/05/26/how-to-write-meta-descriptions-for-seo-with-good-and-bad-examples/>

Riserbato, R. 2019. 6 Ways to Use Long Tail Marketing in Your Content Strategy. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4723/6-ways-to-leverage-the-long-tail-in-your-marketing.aspx>

Есипов В. Восемь рекомендаций о ключевых словах для SEO: что нужно знать про них владельцу бизнеса или сайта [Электронный ресурс] / В. Есипов // Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний «vc.ru» - URL: <https://vc.ru/seo/63375-vosem-rekomendaciy-o-klyuchevyh-slovah-dlya-seo-cto-nuzhno-znat-pro-nih-vladelcu-biznesa-ili-sayta>

Ситников А. SEO оптимизация текста сайта – как правильно оптимизировать SEO тексты сайтов [Электронный ресурс] / А. Ситников // URL: <https://site-ok.ua/blog/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст>

## **Search engine optimization (SEO) techniques to increase the visibility of the website in search engines**

© Tapkharova, O., 2021

This article covers the basic steps in SEO website promotion. Search engine optimization, or SEO, is incredibly important to marketers. Optimizing a site's web pages makes

the site more visible to people who enter keywords related to a specific product or service through search engines such as Google. Apart from this, SEO is also a valuable tool for building brand awareness, building relationships with potential customers, and positioning yourself as a reputable and trustworthy expert in your field.

*Keywords:* marketing, internet marketing, search engine optimization, SEO promotion

---