

## Продвижение сайта в поисковых системах

**Ю.П. Чаплинский, Р.И. Чеплик**

*Национальный университет пищевых технологий*

Веб-сайты создают для коммуникаций, упрощения рутинных действий или же для продажи продукции [1]. Они заменили офисы, магазины, сделали почту электронной, а в образовании произошло немало прорывов.

Контент, дизайн и комфортность пользования сайтом рассчитаны на целевую аудиторию, но от наполненных страниц уникальной информацией, динамической, адаптивной оболочки и ценного функционала не принесет прибыл и пользу, если сайт посещает только создатель и поисковые боты.

Для повышения позиций в поисковых системах, циркуляции в социальных сетях, заметному росту количества посетителей и частоты обращения к сайту существует SEO (search engine optimization) – поисковая оптимизация сайта и комплекс действий относительно поисковика [2].

Позиция страницы сайта по запросу определяется алгоритмом ранжирования [3] соответствующей поисковой системы и зависит от множества факторов, например:

- ревалентность контента, мета-теги, единственный главный заголовок статьи, выделение ключевых слов жирным шрифтом;
- грамотная структура и навигационная часть сайта;
- внутренняя переадресация;
- наличие индивидуальной страницы 404 ошибки;
- достаточное количество ссылок на продвигаемый сайт из популярных, желательно общей тематики сайтов, уместность ссылки, а так же контекст, в рамках которого ресурс ссылается на продвигаемый сайт;
- регистрация в самых известных и авторитетных каталогах.

Для ТОП позиции страницы сайта, необходим соответствующий бюджет, однако известны случаи, когда на первый взгляд качественная оптимизация, уникальность и удобность интерфейса не дают желаемого трафика и конверсии при обильных инвестициях.

Дело в том, что имеют место фильтры поисковиков, которые значительно снижают позиции сайта в связи с нарушением норм оптимизации и продвижения. Такими являются:

- загрузка страницы длится слишком долго;
- контент сайта не уникален;
- повторение мета-тегов и title страниц сайта;
- чрезмерное наращивание некачественной ссылочной массы;
- узкий диапазон ТИЦ (тематический индекс цитируемости) и PR (pagerank) сайтов-доноров;
- большое количество нерабочих ссылок и ссылок на другие ресурсы;
- наличие www в начале ссылки на сайт и index.php в конце.

Следует обратить внимание, что ускоренные методы продвижения сайта, сегодня также фильтруются и всё строже наказуемы политикой поисковиков.

К ним относятся: разное содержимое страницы для пользователя и поискового робота; создание сайтов, наполненных только ключевыми словами и переадресацией на основной, рекламируемый сайт и т.д.

Существуют множество схем и методик сделать сайт популярным, повысить продажи, а интересы покупателей взятыми во внимание, но алгоритмы ранжирования совершенствуются, фильтры ужесточаются и методы адаптируются под среду поисковика. Существуют общие рекомендации по достижению успеха в этой области.

Авторами работы предложено, для минимизации финансовых расходов и времени, учитывать следующие моменты:

- продуктивность ссылочной массы составляет всего 15% от общего комплекса продвижения. Поэтому, целесообразно выделять не более 20% бюджета и приобретать только качественные ссылки, поскольку сайт-донор с ТИЦ 500 будет полезнее ссылок с 5-ти сайтов где ТИЦ равен 100;
- ревалентность текста к ключевому слову не должна превышать 3%;
- семантическое ядро необходимо совершенствовать, главное тщательно анализировать его и начинать продвижение постепенно, с менее конкурентно способных слов;
- прирост внешних ссылок должен соответствовать количеству страниц или статей сайта в первые два месяца продвижения;
- пользователь должен добраться до продвигаемой информации на сайте не более чем за 4-5 кликов;
- ссылка (URL) должна быть читабельная с учетом правил транслитерации, соответствовать содержанию страницы без использования переадресаций; слова следует разделять дефисом, а слэш (/) в конце стоит убрать, если страница не является рубрикой или архивом сайта.

Предлагаемые на рынке услуги по продвижению сайта зачастую не учитывают тематику и тип сайта, но индивидуальный подход является немало значимым в достижении результатов. Поэтому продвигая сайт, следует проанализировать его цели, структуру; учитывать последующее развитие и расширение функционала; следить за показателями как продвигаемого, так и конкурентных сайтов.

### **Литература**

1. Сайт, как система электронных документов. [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт> - – Назва з екрану.

2. Комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Поисковая\\_оптимизация](https://ru.wikipedia.org/wiki/Поисковая_оптимизация) – Назва з екрану.

3. Сортировка сайтов в поисковой выдаче. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Ранжирование\\_\(поисковые\\_системы\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Ранжирование_(поисковые_системы)) – Назва з екрану.