

ПАМ'ЯТКА ЩОДО ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБ-САЙТУ

1.

Основними чинниками, які впливають на видачу в результатах пошукових систем є:

- внутрішня оптимізація веб-сторінки;
- зовнішні посилання на веб-сайт;
- вік веб-сайту;
- наявність ключових слів в адресі веб-сайту.

2.

До факторів, що знижують рейтинг веб-сайту, відносяться:

- **НЕ**унікальний контент (статті, новини тощо);
- технології, які пошукові машини розглядають як спам;
- надлишкове число зовнішніх посилань;
- фрейми;
- накрутки поведінкових факторів.

3.

Методи зовнішньої пошукової оптимізації:

- реєстрація в самостійних каталогах. Вона може здійснюватися вручну, або за допомогою спеціальних ресурсів;
- реєстрація в каталогах пошукових систем таких як: Top 100, каталог DMOZ (AOL), каталог Апорту, каталог Yahoo і інші;
- обмін посиланнями (існують декілька способи: прямий, кільцевий, односторонній – купівля посилань);
- розміщення статей;
- соціальні мережі;
- прес-релізи;
- створення та ведення блогів.

4.

Біла оптимізація – це оптимізаційна робота над ресурсом без застосування офіційно заборонених* кожною пошуковою системою методів розкручування ресурсу (без впливу на пошукові алгоритми). Вона передбачає роботу над самим веб-сайтом (внутрішня навігація і вміст), і роботу з зовнішнім середовищем веб-сайту (просування оптимізованого веб-сайту шляхом оглядів, прес-релізів, реєстрації в соціальних закладках, партнерських програм тощо **із зазначенням посилань на сайт**).

* Якщо метод оптимізації не є офіційно забороненим, це ще не означає, що його можна застосовувати.

5.

Сіра оптимізація – це додавання великої кількості ключових слів в текст веб-сторінки, часто з втратою прочитності (наприклад: «Масло масляне, тому що в ньому є похідні від масла масляні жири»). При цьому оптимізація полягає спочатку в підборі ключових запитів для конкретної веб-сторінки, визначенні розміру цільового «SEO-тексту» і необхідної частоти ключових слів у ньому, а потім у формулюванні пропозицій і фраз, які містять ключові запити певну кількість разів у різних відмінках, однині і множині, та різних формах дієслів. Ці параметри можуть потім коригуватися за результатами видачі пошукових систем. При цьому завдання SEO-копірайтера – написати оригінальний текст таким чином, щоб подібна оптимізація була якомога менш помітна «живому» читачеві (і зокрема асесору пошукової системи). Широко застосовується також включення ключового запиту в HTML-теги title, h1, атрибут metakeywords. Інший приклад сірої оптимізації – дорвей без редіректу, коли при потраплянні на дорвей не відбувається автоматичного перенаправлення на сайт. Сіра оптимізація відрізняється від чорної тим, що вона офіційно не заборонена, але її використання все одно може бути розцінено як неприродне завищення популярності сайту. Деякі пошукові системи, наприклад, Google, можуть тимчасово або назавжди заблокувати (забанити) такий сайт. Кінцеве рішення про те, чи є методи просування законними чи ні, приймає фахівець – модератор пошукової системи (наприклад, Google), а не бот (програмний робот).

6.

Чорна оптимізація – всі методи оптимізації, які суперечать правилам пошукових систем, зокрема:

- використання дорвейів (сторінок і ресурсів, створених спеціально для ботів пошукових систем, зазвичай, з великою кількістю ключових слів на веб-сторінці);
- прийом під назвою клоакінг (користувачеві віддається одна веб-сторінка, що легко читається, а пошуковому боту – інша, оптимізована під які-небудь запити);
- використання прихованого тексту на сторінках веб-сайту;
- використання «однопксельних посилань» тощо.

* Якщо метод оптимізації не є офіційно забороненим, це ще не означає, що його можна застосовувати.