**Лекція 2. Оптимізація сайтів під Google**

Зміст

1. Система Google

2. Оптимізація сайтів під Google

3. Міфи про пошукову оптимізацію сайтів

4. Фактори, що уповільнюють просування сайтів

**1. Система Google**

Перше місце за популярністю серед користувачів Інтернету займає пошукова система Google. З найсильнішим своїм конкурентом — пошуковою системою Яндекс,цей пошуковик йде практично в ногу, тримаючи перевагу лише на кілька кроків. Природно, під цей пошуковик оптимізація сайту проводиться не рідше, і SEO-компанії приділяють йому велику увагу.

Але деякі компанії і зовсім акцентуються на Google, тому що в ньому все відбувається набагато швидше і простіше. В цій замітці ми розглянемо чим відрізняється ця пошукова система і робота з нею.

Пошукова оптимізація сайтів в системі Google характеризується більш високою швидкістю індексації веб-сторінок і посилань, що, ясна річ, відбивається і на швидкості появи та просувається сайту в результатах пошуку системи. При цьому, на відміну від Яндекс, Google володіє хорошим зворотнім зв’язком.

І якщо перший може без попередження «забанити» неправильно оптимізований сайт або накласти на нього штрафні санкції, то останній обов’язково попередить оптимізатора про його помилку, скаже, що зроблено не так. Тому оптимізація сайтів під цю пошукову систему дуже популярна в середовищі виконавців, та й серед замовників теж. У Google функціонує дуже швидка пошукова машина, яка не обтяжує очікуванням і не викликає роздратування у нетерплячих оптимізаторів.

За словами останніх, саме з цим пошуковиком найбільше подобається працювати фахівцям SEO. Сам процес пошукового просування сайтів в цій системі принципово не відрізняється від SEO під Яндекс, але результати роботи можна побачити набагато швидше. Google так швидко «читає» сторінки ресурсів, що результати SEO-кампанії у цього пошуковику можна побачити вже протягом першого тижня. Відмітна особливість Google — технологія PageRank, з використанням якої пошуковик більше значення додає зовнішнім чинникам сайту, індексу цитованості, посиланням, які, на його «думку» вважаються доречними за рахунок авторитетності їх джерела. Пошукова оптимізація сайтів під цю систему стає для оптимізаторів філігранною роботою з посиланнями, які оцінюються системою з урахуванням безлічі факторів, у тому числі, описаних вище.

Ще одна особливість пошукової системи Google — насиченість ресурсами навігаційного характеру. Оскільки найчастіше цього пошукачеві даються запити типу «столиця Нігерії» (Абуджа, до речі) або «рецепт пельменів по-уральски», тут буде виправдано просування сайту саме такого характеру, ніж комерційного — за пошуком інформації по іпотеці більшість користувачів скоріше за все вирушать до Яндекс.

**2. Оптимізація сайтів під Google**

В даний час найбільш актуальна пошукова оптимізація сайтів під систему Гугл. Цей пошуковик користується найвищим попитом у українськомовному Інтернеті, саме через нього здійснюється пошук більшістю користувачів.

Оскільки комерційні сайти в мережі стали переважати над іншими видами Інтернет-ресурсів, і їх число зростає з кожним днем, користувачеві все складніше стає вибрати серед них корисні, безпечні і відповідні їхньму запиту сайти.

Пошукова оптимізація в грамотному виконанні частково вирішує цю задачу, однак найчастіше оптимізовані ресурси являють корисливі інтереси, часто обманюючи користувача та порушуючи його особисте право вибору. Саме для того, щоб користувачі могли отримувати необхідну інформацію за допомогою пошукових запитів, щоб сайти у видачі пошуковика відповідали їх уявленням, Гугл став удосконалювати алгоритми пошуку.

І це, безсумнівно, ускладнило життя пошукової оптимізації сайтів і життя оптимізаторів в цілому, тому що тепер їм доводиться грати за встановленими правилами системи Гугл. Уникнути вирішення таких непростих завдань шляхом використання «чорного» SEO практично неможливо. Хоча, і неможливе можна зробити реальним, тільки от якою ціною? Найчастіше — ціною самого сайту, який може назавжди загубитися на останніх сторінках результатів пошуку, або взагалі випасти з рейтингу.

Отже, чим відрізняється Пошукова оптимізація сайтів під Гугл від робіт з іншими пошуковими системами?

По-перше, цей пошуковик дуже чутливий до контенту, тобто до тексту на сайті. В ідеалі контент за поданнями Гугл повинен бути унікальним. Або хоча б якісним. Тому грамотні «сеошники» велику увагу приділяють SEO-копірайтингу і використовують тільки якісні тексти.

Ще одна відмінність цього пошуковика — відмінний «нюх» на релевантні посилання. Яндекс легко відсіває «спамерські посилання» і в результаті надає якісну видачу користувачеві. «Чорне» просування під Гугл неможливо, тому що він просто не пропустить такий сайт в свій рейтинг, і сенс у такому SEO просто зникає.

Одна з особливостей Гугл — розпізнавання репутації сайту. Велике значення надається віку сайту — чим більше сайт існує і має при цьому позитивну репутацію, тим простіше буде здійснюватися його оптимізація. Крім того, саме в Гугл йдуть користувачі, перш ніж купити ноутбук, кондиціонер або пластикові вікна, що змушує комерційні сайти і їх оптимізаторів орієнтуватися на просування саме під цей пошуковик.

**3. Міфи про пошукову оптимізацію сайтів**

До сьогоднішнього дня Пошукова оптимізація сайтів обросла безліччю міфів, які насправді дають недостовірну інформацію користувачам і відверто вводять їх в оману.

У цій лекції ми розглянемо найпопулярніші міфи про пошукової оптимізації сайтів, з якими Ви, можливо, вже знайомі або незабаром зустрінетесь.

Міф № 1: 100% гарантія на результат від оптимізації сайту. Досить часто від оптимізаторів можна почути заяву про стовідсоткової гарантію на просування веб-ресурсів будь-якого типу. Ці заяви є відвертим «лукавством», тому що пошукові системи, під які просувається сайт, часто змінюють алгоритми пошуку , а це має пряме відношення до результатів видачі. Так, оптимізація сайту може вивести просувний проект на першу позицію в Яндексі, але завтра його місце може зайняти конкурент. Професійний оптимізатор не стане давати гарантій на перші рядки результатів, але при роботі з сайтом буде показувати реальну динаміку, стабільні зростання рейтингу і потрапляння в ТОП-10.

До цього ж міфу можна віднести поняття «одноразової розкрутки». Сьогодні в Інтернеті все більше і більше стає помітна конкуренція, тому сайти ведуть безперервний бій за перші рядки в результатах видачі пошукових систем. Оптимізація сайтів стала окремим видом реклами, який повинен проводитися систематично для найбільш відчутних результатів.

МІФ № 2. Ефективність просування тільки в одному пошуковику. Яндекс, Гугл і Рамблер — найпопулярніші пошукові системи, під які оптимізатори пропонують провести просування сайтів. Зустрічаються недобросовісні виконавці, які позиціонують свої послуги щодо окремих пошуковиків, тобто клієнтові доводиться платити тричі: за просування в кожній окремо взятій системі. Із задоволенням розвіємо цей міф і скажемо, що грамотна оптимізація сайту під одну пошукову систему дасть хороший результат і в інших системах, тому що алгоритми пошуку в них використовуються приблизно однакові.

МІФ № 3. За обмін посиланнями при просуванні можуть покарати пошуковики. Особливу оману, абсолютно протилежне істині: тематичний обмін посиланнями не тільки не карається пошуковими системами, а і заохочується в тому випадку, якщо обмін здійснюється НЕ для штучного підняття ТІЦ і PR.

МІФ № 4. У результатах оптимізації сайтів головне — позиція в результатах видачі. За статистикою, близько 90% користувачів мережі звертають увагу саме на перший список в результатах, 70% — на другий, 60% — на третій. Між тим, уважний і вдумливий аналіз дозволяє виявити, що інші сайти отримують трафік не тільки відповідно до місця в списку результатів. Так, наприклад, сайт на 9 позиції з хорошим фрагментів (короткий опис ресурсу під посиланням) отримує набагато більше відвідувачів на свої сторінки, ніж сайт з другого рядка, сніппет якого складається з безглуздого набору ключових слів.

МІФ № 5. Просувати сайти потрібно тільки по високочастотних запитах. Деякі користувачі вважають, що тільки високочастотні запити дадуть позитивні результати при оптимізації сайту. Це не зовсім вірно. Якщо сайт належить конкурентному середовищі, просування по високочастотника забере багато часу. При цьому низькочастотні запросиілі як їх називають-низькочастотники дозволяють отримати далеко не найбільший трафік. Тому краще дотримуватися правила «золотої середини» і розумно використовувати середньочастотні запити.

**4. Фактори, що уповільнюють просування сайтів**

Оптимізація сайту — це робота, в основному, пов’язана з технічними параметрами і виправленням деяких несправностей, які перешкоджають висновку ресурсу на перші позиції в результатах пошуку.

При вирішенні цих завдань фахівці аналізують і оптимізують щільність ключових слів в текстах сайту, контролюють індекс цитування ресурсу пошуковими системами, і тим самим впливають на його рейтинг.

Але на цьому просування сайту може зупинитися, і як би якісно не був виконаний весь комплекс SEO-мер, сайт не приносить тієї користі, на яку розраховує його власник. Так що ж заважає цю користь витягати?

Існує кілька факторів, які значно впливають на хід SEO-кампанії і можуть її сповільнити. По-перше, велике значення має хостинг, на якому розміщений сайт, що просувається.

Тут важливо, щоб хостинг був надійним, і сайт стійко і стабільно був доступний для користувачів, і, що важливо, для пошукових систем. Якщо пошуковий робот зайде на сайт під час його простою, він не зможе про індексувати його сторінки, а значить, оптимізація сайту в результатах пошуку буде, м’яко кажучи, давати не найкращі показники.

Зручність навігації сайту також позначиться на його відвідуваності і зростанні продажів. Потенційний покупець може просто піти від Вас, не знайшовши на сайті необхідної інформації та товару. Також при використанні нечитаних пошуковою системою навігації, робот не зможе про індексувати сторінки сайту.

Важливим моментом є швидкість завантаження сторінок. Оптимізація сайту проведена, параметри сайту повністю підходять пошуковикам, а покупець не йде? Звичайно, не йде, тому що за статистикою при завантаженні, що займає більше 5 секунд часу, користувач закриває сторінку і переходить на сайт Ваших конкурентів.

Цей нюанс варто врахувати й виправити, інакше оптимізація сайту не принесе своїх плодів, і ніякого зростання прибутку Ви не помітите.

Важливий також текст на сайті, орієнтованість на іншомовних клієнтів, точки входу, які часто ведуть користувача не туди, куди він хоче. При цьому особливо важливо розуміти, що вартість пропонованих сайтів послуг і товарів, їх якість, спосіб їх подання потенційним покупцям і клієнтам обов’язково відіб’ються на зростанні продажів.

Не тільки оптимізація сайту нарощує відвідуваність і підвищує рівень прибутку, більшою мірою це залежить від політики компанії-замовника seo-послуг, від якості та ціни її товарів.

Всі ми розуміємо, що чудес не буває, і чарівний зліт сайту в результатах пошуку за запитами користувачів не покаже очікуваного результату, якщо представлений сайтом товар не відповідає запитам і вимогам Вашого потенційного клієнта.