**Основи SEO для електронної комерції**

**Теоретична частина:**

Чим відрізняється зовнішня і внутрішня SEO оптимізація сайту?

Роботи, які проводяться на сайті, стосуються внутрішньої оптимізації, а всі інші - від нарощування маси посилань до залучення трафіку з карт пошукових систем - до зовнішньої.

Внутрішні чинники **оптимізації сайту** стосуються:

* мета-тегів (title, description);
* контенту і заголовків рівня h1-hn;
* технічної частини;
* usability;
* комерційних чинників;
* показників CTR (впровадження мікророзміток, що впливають на привабливість сніпета).

Це великий і важливий етап SEO просування: фактори внутрішньої оптимізації враховуються під час ранжування, впливають на позиції сайту у видачі пошукових систем Google і Яндекс.

Під час реалізації методів внутрішньої оптимізації сайту важливо не припуститися помилок і враховувати рекомендації пошукових систем, які регулярно оновлюються.

Оптимізація мета-тегів і контенту

**Семантичне ядро** - це сукупність ключових слів і словосполучень, які описують тематику і спрямованість сайту. Для великих багатосторінкових ресурсів цей перелік може налічувати понад тисячу слів. Зі складання семантики починається робота з внутрішньої оптимізації сайту.

**Семантичне ядро** формується для того, щоб:

* провести аналіз головних конкурентів і застосувати їхній позитивний досвід під час розробки нового сайту або оптимізації поточного;
* підібрати анкори внутрішніх посилань для проведення якісної внутрішньої перелінковки ресурсу відповідно до вимог пошукових систем;
* підготувати теги і мета-теги з входженнями частотних ключових фраз для сторінок;
* структурувати ресурс: розширити поточну структуру або створити нову. Семантика дає змогу організувати меню, продумати нові розділи, перелінковку між сторінками та інші моменти;
* сформувати контент-план і технічні завдання копірайтерам для написання нових текстів або оптимізації ключовими словами і LSI фразами поточних текстів на сторінках сайту.

Для підбору ключових слів використовуються різні сервіси, найпростіші - це Wordstat Яндекса і Планувальник ключових слів від Google. Варто використовувати відразу кілька сервісів, а не один Вордстат, наприклад: це допоможе скласти найповніше семантичне ядро з урахуванням частотності - показника популярності запитів у цільової аудиторії.

Title, Description, H1

**Мета-теги** - це елементи в HTML-коді, які повідомляють пошуковим системам інформацію про вміст сторінки. Найважливіші HTML-теги пов'язані з ранжуванням сторінок ресурсу в пошукових системах. Це title, description, а також заголовок h1.

Мета-тег description також необхідний для формування розгорнутого сніпета - короткого текстового блоку для презентації сторінки сайту в результатах пошуку.

Заголовки h1-h6 допомагають структурувати інформацію на сторінці - це дає змогу пошуковим роботам краще розуміти вміст сторінки.

Грамотно прописані мета-теги зі входженням частотних ключових фраз можуть позитивно вплинути на позиції сторінок у пошуковій видачі.

Чому це важливо?

Пошукові системи розумітимуть, яка інформація міститься на сторінках, і представлятимуть їх користувачам у видачі за відповідними запитами.

Чим точніше описано вміст сторінок, то вищою буде кількість переходів на сайт і конверсія пошукового трафіку в продажі.

Через мікророзмітку можна додати в сніпет УТП магазину, інформацію про умови доставки та оплати, рейтинг, ціни, режим роботи та інші, важливі для здійснення цільової дії відомості, щоб успішно конкурувати з аналогічними сайтами.

Під час формування мета-тегів можна використовувати фішки, що підвищують клікабельність результатів пошукової видачі (CTR), наприклад, емоджі. Люди охочіше переходять за такими посиланнями - сніпет з емоджі більш привабливий.

Дублювання тегів і мета-тегів допускати не можна - такі сайти завжди гірше просуваються. Також це може призвести до виключення з індексу сторінки, що просувається: для показу в результатах пошуку роботом може бути обрана не оптимізована під запит сторінка, яка могла б принести високі трафік і продажі, а дубль.

**Контент** - це все те, чим наповнений сайт: тексти, картинки, таблиці, аудіо, відео та будь-які інші формати інформації. Але насамперед це тексти, якість яких відіграє першорядну роль у ранжируванні сторінок ресурсу в пошукових системах. Робота з SEO оптимізації контенту вибудовується з урахуванням вимог, відповідність яким посприяє просуванню сайту.

* Грамотність. Тексти мають бути граматично, орфографічно і стилістично грамотними, без помилок і друкарських помилок.
* Унікальність. Тексти, скопійовані з інших сайтів, знижують позиції ресурсу в пошуковій видачі.
* Природність. Статті, описи в картках товарів та інші тексти мають бути написані не для пошуковиків, а для людей. Алгоритми дають змогу пошуковим роботам визначити, чи читається текст.
* Корисність. Зміст сторінок має бути актуальним, корисним відвідувачам і відповідати на їхні запити.
* Заспамленість. Це кількість повторень слів до обсягу статті. Неприпустимо зловживати ключовими словами в текстах. Показники заспамленості різняться в різних інструментах. Наприклад, у сервісі Miratext нормальний показник - до 3,5 балів, на Text.ru - до 60 %. Розраховуючи щільність ключових слів, потрібно відштовхуватися не тільки від значень, які диктують сервіси, а й від результатів аналізу текстів конкурентів.
* Структурованість. Включає грамотне оформлення матеріалу, яке покращує сприйняття і привабливість статей і для пошукових систем, і для користувача.

**Практична частина:**

Крок 1: Вибір ключових слів

* Визначте основні ключові слова для вашого веб-сайту.
* Використовуйте інструменти, такі як **Google Keyword Planner**, для знаходження релевантних ключових слів.

Крок 2: Оптимізація контенту

* Включіть ключові слова у заголовки, підзаголовки та основний текст.
* Створіть якісний та інформативний контент, який відповідає потребам вашої аудиторії.
* Перевірте свій текст за допомогою аналітичних програм (наприклад [**advego**](https://advego.com/text/seo/))

Крок 3: Додавання зовнішніх посилань

* Спробуйте знайти можливість додати зовнішні посилання на ваш сайт з інших авторитетних сайтів, опишіть як це можна зробити.

Додатковий **довідник** коду та функцій [ТУТ](https://schema.org/docs/full.html).

**Узагальнення**: Теоретична частина: 30 хвилин. Практична частина: 1 година 30 хвилин.