

# Поняття пошукової оптимізації та просування веб-сайтів (SEO)

**Пошукова оптимізація сайту** або ж **SEO** (англ. search engine optimization) — процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями.

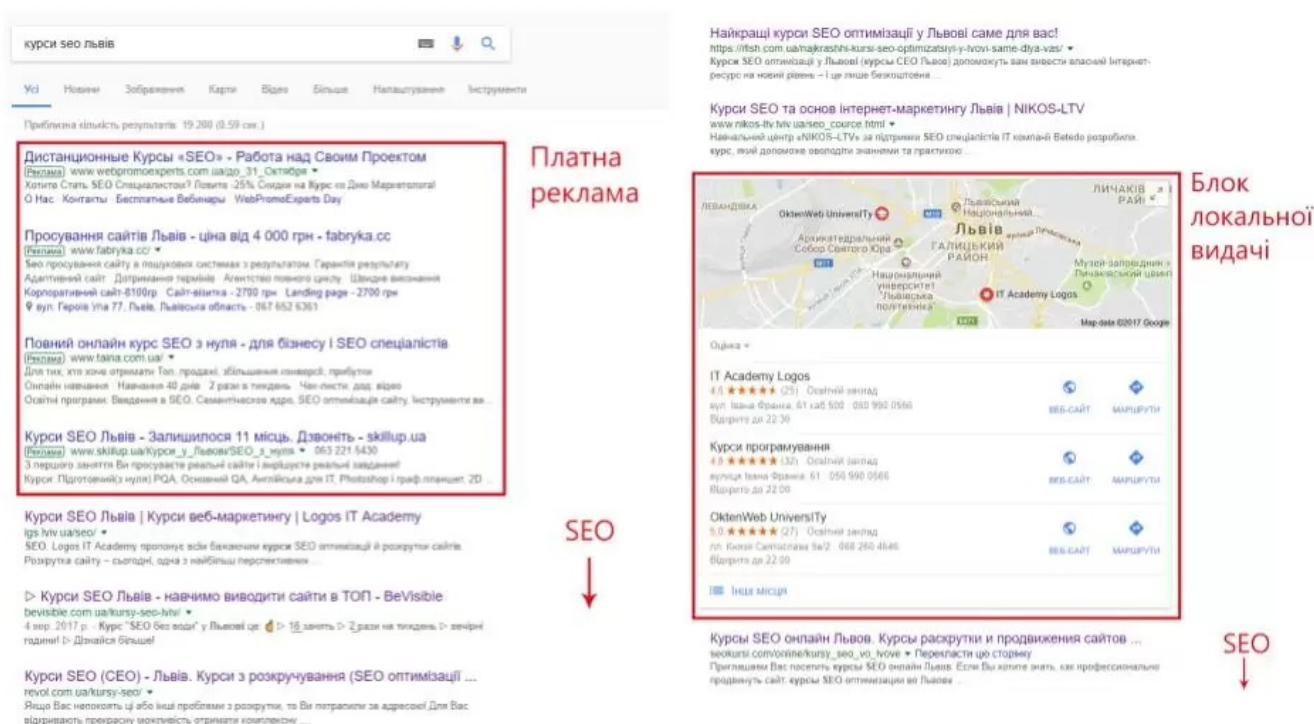
## Що таке SEO і як це працює?

**SEO** – це вдосконалення сайту для пошукових систем та користувачів, що відбувається шляхом проведення заходів по внутрішній (все що стосується сторінок сайту) та зовнішній (підвищення авторитету в очах пошукової системи) оптимізації. Метою seo оптимізації є збільшення трафіку на сайт та його подальшої монетизація (для інформаційних ресурсів) або перетворення в клієнтів (для комерційних ресурсів).

Визначення **SEO** словами більшості людей, які не розуміються на інтернет маркетингу звучить так:

“SEO – це як зробити так, щоб вибивало на першій сторінці Google”

Для тих хто ще не зрозумів, результат SEO виглядає так:



Переважно першими результатами в пошуку є платна реклама, далі вже йдуть результати SEO

(або ж органічної видачі).

## Переваги SEO оптимізації

В процесі роботи з клієнтами мені часто доводиться озвучувати переваги пошукової оптимізації. Декому здається, що краще зараз вкласти в контекстну рекламу та отримати результат вже завтра, ніж вкласти в SEO і отримати результат через певний час.

Отже, чому SEO:

1. Ненав'язливість – ми не навмисно рекламуємось, а просто допомагаємо людині знайти те що вона шукає. Переходи на сайт відбуваються тільки по ключовим словам під які просувається сайт.
2. Лояльність – звичайний користувач не задумується, що хтось вкладає гроші для того щоб бути на першій сторінці, для них це просто ТОП 10 хороших сайтів, ніби “рейтинг сайтів”. Враховуючи, що контекстну рекламу може оплатити навіть сайт низької якості (або взагалі шахраї), в результатах SEO зазвичай всі сайти високої якості (доречі саме завдяки якості результатів Google став пошуковою системою #1 у світі, як він це зробив дізнаєтесь трошки далі в статті).
3. Тривалий результат – вклавшись один раз в seo просування сайту ми отримуємо тривалий результат. Інколи щоб досягнути результату потрібно до 9-12 місяців. Клієнту буває важко зрозуміти, куди йдуть його гроші, адже пройшло 2 місяці роботи, а результату не видно (хоча насправді вона є і досвідчений seo фахівець зможе пояснити та показати прогрес навіть на короткому проміжку часу). Але ті хто зрозуміють і витримають цей період потім будуть в шоколаді. Контекстна реклама більш зрозуміла для клієнтів в цьому плані, однак по витратах виходить дорожче в рази у довготривалій перспективі.
4. Низька вартість – середній чек на seo просування починається від 300\$ в місяць (для простеньких локальних сайтів). В мене є клієнти які витрачали значно більші кошти на контекстну рекламу в місяць на протязі декількох років. Надавши перевагу SEO просуванню ROI сайту може зрости до 100%. Отже вартість пошукової оптимізації відчутно нижча відносно інших рекламних каналів.

## З чого складається пошукова оптимізація

Дававши визначення на питання “що таке seo” я згадував про внутрішню та зовнішню оптимізація сайту. Весною 2016 року представник google назвав 2 основних фактори ранжування сайту, це:

- контент сайту;
- зовнішні посилання.

По великому рахунку, це пояснює ділення SEO оптимізації на внутрішню та зовнішню. Щоб було зрозуміліше, давайте коротко розберемо кожне з понять.

Внутрішня оптимізація сайту (onpage seo) – це покращення сторінок сайту з точки пошукових систем та користувачів. Основне завдання – зробити сторінку максимально релевантною відповідному пошуковому запиту, або групі запитів.

## Основні фактори внутрішньої SEO оптимізації



- теги і мета-теги;
- внутрішня перелінковка;
- структура сайту;
- контент сторінки
- оптимізація зображень;
- структура URL;
- мікророзмітка;
- соціальні фактори;
- дизайн та юзабіліті.

### Мета-теги (англ. meta-tags)

HTML-теги, призначені для надання структурованих метаданих про вебсторінки. Зазвичай, вказуються в заголовку (X) HTML-документа.

Елемент meta приймає як мінімум чотири атрибута: content, http-equiv, name і scheme. З них обов'язковий лише атрибут content і виняток тег revisit.

За останні роки змін у базовій оптимізації не сталося але додалися такі фактори як E-A-T, що в перекладі можна розшифрувати як Експертність-Авторитетність-Довіра. Це тема для окремої статті. Зараз я тільки скажу, що через це оновлення отримати високі позиції без наявності цих факторів стало значно складніше. І як завжди на прикладі – статті в медичній тематиці написані авторитетним лікарем будуть ранжуватись вище (але в інших тематиках це правило теж діє).

## Що включає в себе зовнішня оптимізація



В основному зовнішня оптимізація (off-page seo) зводиться до отримання зовнішніх посилань на сайт. **Зовнішнє посилання** – якщо дуже просто, це стаття на сайтах в інтернеті в якій є посилання на ваш сайт. Хоча насправді існує багато різних видів посилань.

Якщо пояснити просто, то: чим більше говорять та посилаються на ваш ресурс, там більш популярним та авторитетним він здається пошуковим системам. Відповідно вони підіймають його в результатах пошуку.

На словах звучить просто. Але існує безліч додаткових факторів, наприклад:

- якість ресурсів які на вас посилаються;
- анкорний текст (текст посилання);
- трафік на сторінку з посиланням;
- кількість посилань з однієї сторінки;
- запам'ятованість донорів;

- багато іншого.

Якщо не знати про всі моменти, є ризик отримати фільтр пошукової системи.

Окрім посилань на ресурс до зовнішньої оптимізації можна віднести:

- соціальні фактори (лайки, шейри);
- згадування (ще називають "цитування") вашого сайту (без посилання);
- реєстрація в картографічних сервісах (google business, яндекс довідник);
- CTR в пошуку (робота над сніпетами).

## CTR

**Рейтинг кліків** або **Клікабельність** (англ. Click-through rate, CTR) — відношення числа кліків на оголошення до числа його показів. Вимірюється у відсотках. Використовується для виміру ефективності онлайн-реклами для певного вебсайту чи email-кампаній.

Формула розрахунку:  $CTR = (\text{число кліків} / \text{число показів}) \times 100 \%$ . Наприклад, якщо рекламне оголошення було показано 100 раз, а клікнули по ньому лише один раз, то показник CTR дорівнюватиме 1%.

## Джерело

- [🌐 Оптимізація для пошукових систем](#)
- [bevisible.com.ua](https://bevisible.com.ua)
- [🌐 Рейтинг кліків](#)

From:

<https://library.vpuhukhiv.com.ua/> - **Wiki Глухівського ВПУ**

Permanent link:

<https://library.vpuhukhiv.com.ua/subjects:basic:informatika:base:seo>

Last update: **22.09.2022 22:22**

