

# Оцінка сайту

Багато власників сайтів дуже переживають на тему просування свого ресурсу. Падіння ресурсу у результатах пошукових сервісів на кілька пунктів вниз змушує їх думати про те, де ж була допущена помилка. Як правило, відразу і не ясно, що конкретно сталося. Чому кількість відвідувань вашого ресурсу знизилася, а продажі прагнуть до нуля. Часто таке трапляється і з молодими сервісами. У такому випадку власник може витратити багато часу на створення хорошого контенту, але кількість відвідувачів і потенційних клієнтів не буде досягати бажаних показників. Так в чому ж причина, і як її відшукати? Відповідь на це питання можна знайти в аналітиці та аналізі вашого ресурсу.

## Аналітика ресурсу

Аналітика інтернет-магазину, це дослідження вашого сайту в пошуках фактора, який згубно впливає на його просування або життя ресурсу в цілому. Аналітика за своєю суттю це цифри, порівняння показників вашого ресурсу до і після тих чи інших змін. Для того, що б отримати виразну відповідь “у чому ж всеж-таки причина падіння відвідувань і продажів?” Однієї тільки аналітики замало, необхідно підключати оцінку ресурсу.

## Оцінка ресурсу, для чого вона і чим вона може допомогти

Оцінка вашого інтернет-магазину проводиться за допомогою інформації, отриманої з аналітики сайту. Крім звичайних цифр відвідувань і покупок, а також часу, який в середньому потенційний клієнт проводить на ресурсі, вам для об'єктивної оцінки сайту необхідний професіонал.

Така потреба викликана десятками різних параметрів, які ніде не враховуються. Тут і візуальний стиль, контент, оформлення панелей і вкладок, безліч того, на що творець сайту просто не зверне уваги, тоді як професіонал у два рахунки виявить, що ж не так з вашим сервісом. Ви звичайно ж можете постаратися виконати оцінку ресурсу самостійно, але з великим ризиком того, що ви просто не помітите вад, бо ідею і дизайн ви розробляли самостійно.

## Методи аналізу сайту

Існують десятки різних способів проаналізувати інтернет-ресурс. Кожен з них має свої особливості й позитивні сторони, ми ж розглянемо кілька основних з них.

### 1. Аналіз сайту з використанням якісних показників

Це один з найпопулярніших і на жаль поверхневих методів аналізу інтернет-ресурсу. Для того, щоб провести аналіз сайту за якісними показниками вам необхідно розуміти що таке **ТІЦ** і **PR**. Крім цих даних вам також необхідно знати вік домену, кількість сторінок і число посилань, як

внутрішніх, так і зовнішніх.

Такий аналіз надасть вам приблизну картину того, що відбувається на вашому інтернет-ресурсі, але не завжди зможе відповісти на питання “а в чому ж причина”. Такий метод аналізу підійде вам, якщо падіння сайту в пошукових запитах відбулося в один момент, а не поступово. Складність аналізу сервісу, який поступово опускався нижче в результатах пошукових запитів полягає в тому, що дані постійно оновлюються. Знайти саме той момент, на якому ваш сайт почав здавати позиції досить проблематично.

## 2. Порівняння даних характеристики, отриманих зі спеціалізованих ресурсів

Цей метод має більшу точність оцінки вашого ресурсу ніж попередній. Принцип аналізу вашого інтернет-магазину на підставі статистичних характеристик полягає в тому, щоб використовувати дані, отримані за допомогою Google Analytics. На підставі отриманих даних ви зможете:

- Виявити основні джерела трафіку на вашому ресурсі
- Оцінити ефективність рекламної кампанії
- Визначити найпопулярніші сторінки й запити, якими цікавляться споживачі
- Зрозуміти особливості своєї цільової аудиторії — про те, наскільки важливо знати інформацію про свою цільову аудиторію ви можете дізнатися відвідавши відповідну статтю.

Даний метод вигідно відрізняється від попереднього, кількістю доступних даних, але корисним може стати тільки в разі, якщо ви знаєте що з цими даними необхідно робити. Без досвіду проведення правильного аналізу інтернет-ресурсів ці дані будуть звичайними цифрами.

## 3. Симплекс метод

Цей метод в основному використовується для оцінки контенту, який ви розмістили на сторінках свого інтернет-магазину. Його суть полягає в порівнянні ключових пошукових запитів з ключовими запитами, впровадженими в ваш сайт. Якщо ключові запити на вашому інтернет-ресурсі повністю збігаються з найпопулярнішими ключовими запитами в пошукових системах, значить проблема низької відвідуваності вашого ресурсу криється не в [SEO](#).

Якщо ви зіткнулися з тим, що ваш сайт став стрімко втрачати відвідувачів, а його позиція в пошукових запитах опускається все нижче і нижче, то скориставшись одним з наведених вище методів ви зможете розібратися в чому причина.

## Тематичний індекс цитування (ТІЦ)

Тематичний індекс цитування (ТІЦ) - технологія пошукової машини «Яндекс», що полягає у визначенні авторитетності інтернет-ресурсів з урахуванням якісної характеристики - посилань на них з інших сайтів. ТІЦ розраховується за спеціально розробленим алгоритмом, в якому особливе значення надається тематичній близькості ресурсу і посилань на нього. Даний

показник в першу чергу використовується для визначення порядку розташування ресурсів в рубриках каталога «Яндекса». Всі сайти, що посилаються, обов'язково мають бути проіндексовані Яндексом. При цьому на відповідних сторінках каталогу вказуються лише заокруглені значення, які допомагають приблизно орієнтуватися в авторитетності ресурсів розділу.

Тематичний індекс цитування (тіЦ) визначає «авторитетність» інтернет-ресурсів з урахуванням якісної характеристики посилань на них з інших сайтів. Цю якісну характеристику називається «вагою» посилання. Розраховується вона по спеціально розробленому алгоритму. Велику роль відіграє тематична близькість ресурсу, що посилається на нього. Саме по собі кількість посилань на ресурс також впливає на значення його тіЦ, але тіЦ визначається не кількістю посилань, а сумою їх ваг.

тіЦ як засіб визначення авторитетності ресурсів покликаний забезпечити релевантність розташування ресурсів в рубриках каталогу Яндекса. тіЦ не є чисто кількісною характеристикою, тому Яндекс показує деякі заокруглені значення, які допомагають орієнтуватися в «значущості» («авторитетності») ресурсів у кожній області (темі).

Ідея індексу цитування проста - як правило, люди, що створюють свій сайт в інтернеті, з увагою і відповідальністю ставляться до його змісту, а також до змісту того, на що вони посилаються і що таким чином рекомендують своїм відвідувачам. Тематичний індекс враховує кількість посилань на сайт з інших сайтів, надаючи цим посиланням різну «вагу» (тобто значимість) залежно від авторитетності сайту, що посилається.

## Pagerank (іноді просто PR)

Google Pagerank (іноді просто PR) - алгоритм розрахунку авторитетності сторінки, що використовується пошуковою системою Google. PageRank - це числова величина, що характеризує «важливість» сторінки в Google. Чим більше посилань на сторінку, тим вона стає «важливіше». Крім того, «вага» сторінки А визначається вагою посилання, переданого сторінкою В. Таким чином, PageRank - це метод визначення ваги сторінки шляхом підрахунку важливості посилань на неї.

PageRank є одним з допоміжних чинників при ранжируванні сайтів в результатах пошуку. PageRank не єдиний, але дуже важливий спосіб визначення положення сайту в результатах пошуку Google.

Google враховує не всі посилання. Пошукова система фільтрує посилання з сайтів, спеціально призначених для скупчення посилань. Деякі посилання можуть не тільки не враховуватися, але і негативно позначитися на ранжуванні сайту що посилається (такий ефект має назву пошукової пессимізації). У Google розуміють, що вебмайстер не в змозі вплинути на вхідні зовнішні посилання, але повністю контролює витікаючі посилання зі свого сайту. Тому посилання на сайт не можуть пошкодити йому, але посилання з сайту - можуть. Слід уважно ставитися до сайтів, на які ви посилаетесь.

Google використовує показник PageRank знайдених за запитом сторінок, щоб визначити порядок видачі цих сторінок відвідувачу в результатах пошуку.

Тобто, порядок ранжирування в Google працює наступним чином:

- Знайти всі сторінки, що відповідають ключовим словам пошуку.
- Відранжирувати відповідно «сторінковим факторам», таким, як ключові слова.
- Врахувати текст посилань на сторінки.
- Відкоригувати результати даними PageRank.

Шкала PageRank може змінюватися від 0 до 10. Поділ на одиниці за шкалою заснований на логарифмічній залежності або на чомусь вельми схожому, але тільки не на рівномірному розділенні. Перерахунок значущості сторінок відбувається під час так званого «Google Dance». Можна дотримуватися приблизно такої градації: PageRank від 4 до 5 - найбільш типовий для більшості сайтів середньої «розкрученості». 6 - дуже добре «розкручений» сайт. 7 - величина, практично недосяжна для багатьох сайтів, але іноді зустрічається. Значення 8, 9, 10 мають виключно популярні і значущі проекти. Наприклад, зараз у каталогу dmoz.org Pagerank = 8, у англійської Вікіпедії Pagerank = 9. Значення 10 мають всього декілька десятків сайтів, наприклад twitter.com, [www.addthis.com](http://www.addthis.com).

Слід зазначити, що Pagerank - це параметр відноситься до кожної окремої сторінки, але не до всього сайту в цілому. На одному сайті можуть знаходитися сторінки з різним Pagerank. PageRank можна перекласти як англ. page - сторінка, rank - розряд, ранг.

## Джерела

- [Аналіз і оцінка сайту, для чого вона потрібна і як її провести](#)
- [Що таке ТІЦ?](#)
- [PageRank](#)
- [Що таке Яндекс тІЦ? | 2IP.ua](#)
- [Що таке Google PR? | 2IP.ua](#)

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

Permanent link: [https://library.vpuhluhiv.com.ua/subjects:basic:informatika:web:ocinka\\_saitu](https://library.vpuhluhiv.com.ua/subjects:basic:informatika:web:ocinka_saitu)

Last update: **11.01.2023 00:51**

