

Алексей Зиза

Поисковая оптимизация сайта

Просто о сложном

**Бесплатное руководство о продвижении сайта в
поисковых системах**

www.site-creator.ru

Содержание:

Содержание	2
Введение. Зачем нам нужна поисковая оптимизация сайта?	3
Составление семантического ядра	5
Практическая работа	8
Что влияет на вес сайта по ключевым словам в поисковой системе?	9
Внутренние факторы, влияющие на сайт в выдаче поисковой системы	10
Структура сайта	13
Распространенные ошибки	14
Внешние факторы, влияющие на сайт в выдаче поисковой системы	15
Практическая работа	17
Что такое авторитетность сайта?	18
Что такое PageRank?	19
Как повысить PageRank сайта?	20
Тематический индекс цитирования	22
Как получить жирные ссылки с правильных сайтов?	23
Получение ссылок с каталогов	24
Как пользоваться сервисом 1ps.ru	25
Написание и размещение тематических статей	28
Как написать хорошую статью	29
Как и где размещать статьи	31
Какие ссылки нам не нужны	32
Подводим итог	33
Погоня за низкочастотными запросами бывает очень результативной	34
Написание статей под нужные низкочастотные ключевые фразы. Как это выглядит?	35
Практическая работа	36
Общая информация о поисковых системах рунета	37
Как часто поисковые системы внедряют новые технологии и обновления	38
Примерные дальнейшие прогнозы изменения доли поисковых систем	39
Что ценит Google	40
Мои рекомендации для более углубленного изучения темы	42

Введение

Зачем нам нужна поисковая оптимизация сайта?

Приветствую Вас, дорогой читатель!

Первое, что я хочу сделать, так это поблагодарить Вас за проявленный интерес к этому курсу поисковой оптимизации.

Второе, что я хочу сделать – это предостеречь Вас от одного очень страшного заблуждения, которое блуждает в Рунете и из-за, которого умирают сайты и интернет-магазины.

Оно заключается в следующем.

Многие владельцы сайтов считают поисковые системы единственным источником посетителей для своих сайтов. Из-за этого для привлечения новых посетителей они постоянно занимаются оптимизацией свои сайтов. Пытаются попасть на первые места по нужным ключевым словам, а потом продолжают работать, что бы не потерять их.

В результате, они полностью зависят от поисковиков, что в корне не правильно.

Потому что, если поисковая система изменит алгоритм оценки, что бывает часто, то Ваш сайт может из первых позиций упасть на 40 или 50.

Очевидно, что Вы сразу лишаетесь всех посетителей. А, следовательно, Вы лишитесь всех дальнейших продаж.

Само собой Вам это не нужно. Поэтому не стоит заикливаться только на поисковой оптимизации сайтов. Это один из многих эффективных источников посетителей, который должен дополнять остальные: написание статей и размещение их в популярных порталах, введение рассылки, контекстная реклама, написание бесплатных книг и руководств, общение на форумах схожих по теме с Вашим сайтом и т.д.

В этот курс не входит изучение этих инструментов. Но при необходимости Вы всегда можете сами найти нужную информацию.

Что Вам дают поисковые системы?

Кратко говоря, поисковые системы приводят Вам целевых посетителей. Эти люди уже заинтересованы в Ваших услугах и даже сформулировали свою заинтересованность в поисковом запросе.

Очевидно, что таким посетителям гораздо больше шансов продать товар, так как они уже заинтересованы в нем.

Таким образом, благодаря оптимизации сайта под поисковые системы мы привлекаем людей, которые заинтересованы в информации расположенной на сайте.

Возможно, Вам сейчас кажется, что это сложная наука, так как необходимо узнать очень много нового и непонятного, похожее на программирование.

Но это совсем не так. В действительности Вам необходимы две вещи:

- внимательно изучать материал,
- выполнять практические задания

Это все, что Вам необходимо. Если Вы согласны, то переходим дальше.

Составление семантического ядра сайта

Первый шаг при оптимизации сайта - это составление так называемого семантического ядра.

Что такое семантическое ядро? Говоря простыми словами, это основной список ключевых слов и фраз, под которые будет оптимизироваться Ваш сайт.

Зачем нужно создавать семантическое ядро сайта?

Его создание позволит Вам точно определить наиболее целевые запросы, по которым Вы сможете привлечь целевых посетителей.

Это первый и очень важный шаг. Так как если Вы неправильно составите ключевые слова для продвижения сайта, то проделав всю последующую работу Вы не получите нужное количество посетителей или получите, но нецелевых. Последние нам, конечно же, не нужны.

И еще. Если после прочтения будет каша в голове, то не пытайтесь сразу понять весь процесс создания семантического ядра. Просто выполняйте последовательно все шаги. Потом все станет на свои места.

Как говорится: "Глаза боятся, а руки делают". Поэтому давайте перейдем непосредственно к составлению.

Составление списка запросов для продвижения сайта проходит в три этапа:

1. Составление списка ключевых слов.
2. Расширение списка ключевых слов.
3. Получение списка запросов.

Первый этап - составление списка ключевых слов

Самый первый список ключевых слов мы составляем из своей головы.

К примеру, речь идет об интернет-магазине по продаже мебели. По каким бы словам Вы стали искать мебель? Конечно, в первую очередь по слову "мебель", «покупка мебели» или по фразе «купить мебель». Если Вы продаете только столы, то ключевые слова могут быть такие: «купить стол», «продажа столов» и т.д.

Таким образом, Вы придумываете список ключевых слов из своей головы. Полученный список заносите в таблицу.

Второй этап - расширение списка ключевых слов.

После составления списка ключевых слов нам необходимо его расширить.

Автор курса: Алексей Зиза (www.site-creator.ru)

Разрешается использование и распространение данного материала как есть при условии сохранения целостности, авторства и соответствующих ссылок. Автор не несет ответственности за результат в виде отключения хостинга за перерасход трафика, возникший после изучения и внедрения всей указанной информации.

Так, как пытаться найти мебель люди могут по-разному и вариантов много, все их довольно сложно просчитать, но Вы не должны упускать ни одного.

Поэтому стоит воспользоваться сервисом **Рамблер-Ассоциации**, который показывает синонимы запросов, вводимые пользователем.

Для этого заходим на <http://rambler.ru> или на его легкую версию <http://www.r0.ru/>. Вводим ключевое слово «мебель».

В ответе Рамблера мы увидим справа строчку **"У нас также ищут..."** Это и есть ассоциативные формулировки. Если Вы кликните по ссылке **"еще >>"**, то увидите полный список.

В нашем случае при запросе «мебель» мы наблюдаем:

У нас также ищут:

интерьер
Кухонная мебель
Продажа
Мебель для кухни
Магазин
Дизайн
Ремонт
... еще »

Нажимаете на ссылку **... еще»** и записываете подходящие для Вас ключевые фразы и слова в таблицу. Нецелевые фразы Вам не нужны.

Проводя такие действия по каждому придуманному ключевому слову, Вы расширяете свой список.

Третий этап - получение списка запросов

Теперь, когда Вы собрали все ключевые слова и фразы, Вам необходимо получить реальные формулировки поисковых запросов и, самое важное, узнать, как часто их спрашивают.

Эта информация поможет Вам решить, по каким фразам Вам действительно необходимо оптимизировать сайт, а по каким явно не стоит.

В этом деле нам поможет сервис Яндекса **«Подбор ключевых слов»** .

Пользоваться этим сервисом очень просто.

Заходите по ссылке: <http://wordstat.yandex.ru>

Вводите каждую ключевую фразу из списка, который Вы получили во втором этапе и получаете количество запросов этой фразы за месяц. Кроме того, Вы получаете дополнительные ключевые (сходные) словосочетания с этой фразой и так же их количество запросов в месяц.

Благодаря этому сервису Вы получаете количество запросов в месяц и дополнительно расширяете свой список ключевых слов.

Попробуйте...

Для последующей удобной работы заносите все результаты в таблицу. И только потом с ними работайте.

После получения всей этой информации Вам стоит убрать некоторые не релевантные фразы и в конце делаете окончательный выбор ключевых фраз, по которым будет оптимизироваться и продвигаться Ваш сайт. Это, безусловно, субъективный вывод.

Поэтому при выборе помните следующие моменты.

Если ключевая фраза очень часто запрашивается, то по ней может быть очень высокая конкуренция и Вы не сможете попасть на первую страницу. Если ключевая фраза редко запрашивается, то Вы будете получать мало посетителей даже с первой страницы.

Почему наша цель первая страница? Потому что вторую страницу результатов поиска посещают только 2-4% посетителей.

Сколько раз в месяц должна запрашиваться ключевая фраза?

Все зависит от Ваших аппетитов.

Очевидно, что чем больше количество запросов в месяц, тем больше Вы получите посетителей, если Ваш сайт будет на первой странице результатов поиска.

Так же очевидно, что чем больше количество запросов в месяц, тем выше конкуренция по этому ключевому слову. Соответственно, что бы пробиться на первую страницу, Вам нужно больше приложить усилий.

Что Вы получаете в результате?

Пройдя эти три этапа, Вы получаете семантическое ядро сайта, или, по-другому, список ключевых слов. По этим ключевым словам Вы будете в дальнейшем оптимизировать свой сайт для поисковых системах.

Сложно? Возможно, но, как и в любом деле сложно только в первый раз.

Практическая работа

Используя данный материал и необходимые инструменты Вам необходимо создать семантическое ядро для своего сайта.

Пройдите три этапа:

1. Составление списка ключевых слов.
2. Расширение списка ключевых слов.
3. Получение списка запросов.

Фиксируйте результаты в таблице.

Помните - нам нужны целевые посетители.

После подготовки семантического ядра, переходите к следующей части.

Что влияет на вес сайта по ключевым словам в поисковой системе?

Надеюсь, Вы уже выбрали ключевые фразы, по которым будете продвигать свой сайт?

Семантическое ядро сайта - это основа, без которой дальше невозможно идти.

Поэтому, если Вы еще это не сделали, то отложите эту часть в сторонку, пока не подберете. А если у Вас уже все готово, то продолжаем.

После подбора ключевых фраз, по которым Вы хотите оказаться на первых страницах результатов поиска, Вам необходимо узнать, какие факторы влияют на положение сайта при выдаче.

Их очень много, но в основном... Все эти факторы можно разбить на две группы:

- **внутренние факторы** – это те, которые находятся под контролем владельца веб-сайта (текст, оформление и т.д.).
- **внешние факторы** – те, которые не находятся под контролем владельца веб-сайта (количество ссылок на сайт, качество ссылок и т.д.)

Об этом мы сейчас и поговорим.

Откройте свой список ключевых фраз и начнем.

Внутренние факторы, влияющие на сайт в выдаче поисковой системы

Число ключевой фразы на странице

При оптимизации сайта, наилучшие результаты наблюдаются, если ключевая фраза встречается в тексте несколько раз именно как фраза (т.е. все слова вместе в нужном порядке), а, кроме того, слова из фразы попадают в текст несколько раз поодиночке. Также должно существовать некоторое различие в ключевой фразе.

Рассмотрим ситуацию на примере.

Допустим, Вы оптимизируете страницу под фразу «офисная мебель». Хороший вариант страницы, если фраза «офисная мебель» встречается в тексте 7 раз, кроме того, слово «мебель» встречается отдельно еще 9 раз, а фраза «офисная деревянная мебель» еще 3 раз. Это хороший вариант. Хотя и весьма условный пример, но вполне конкретно показывает суть.

Плотность ключевых слов

Плотность ключевых слов на странице показывает относительную частоту содержания слова в тексте и измеряется в процентах.

Например, если слово «мебель» встретилось 5 раз на странице из 100 слов, то плотность этого слова равна 5%.

Слишком низкая плотность приведет к тому, что поисковая система не придаст должного значения этому слову.

Слишком высокая плотность способна включить спам-фильтр поисковой системы (то есть страница будет искусственно понижена в результатах поиска из-за чрезмерно частого употребления ключевой фразы).

Оптимальной считается плотность ключевого слова на странице 5-7%.

Когда дело касается ключевых фраз, состоящих из нескольких слов, следует посчитать суммарную плотность всех ключевых слов, составляющих фразу и убедиться, что она укладывается в указанные пределы.

Например, во фразе «офисная мебель» слово «мебель» имеет плотность 5%, а слово «офисная» 1,59%. В сумме получается 6,59%.

Практика показывает, что плотность ключевого текста более 7-8%, хотя и не ведет к каким-либо отрицательным последствиям, но и смысла особого в большинстве случаев также не имеет.

Определить плотность нужного ключевого слова на своем сайте Вы можете, используя следующий сервис:

http://www.seoexp.com/ru/seo_tools/page_analyzer/

Расположение ключевых слов на странице

Все просто – чем ближе ключевое слово или фраза к началу документа, тем больший вес она получает в глазах поисковой системы.

Форматирование текста

Поисковые системы придают особое значение выделенному тексту на странице. Для этого используйте следующие рекомендации:

- используйте ключевые фразы в заголовках. Особенно большое внимание поисковые системы обращают на заголовки «h1» и «h2».
- выделяйте ключевые фразы жирным шрифтом (не во всем тексте, конечно. Но если Вы сделаете на странице такое выделение 2-3 раза, будет здорово).
- выделяйте ключевые фразы курсивом.

Название сайта (тег «TITLE»)

Это один из наиболее важных тегов. Ему поисковые системы придают огромное значение.

Где отображается содержимое TITLE?

Если Вы зайдете на сайт <http://site-creator.ru> , то в самом верху Вашего окна увидите такой текст «Как создать сайт при помощи конструктора сайтов от Site-Creator» и т.д. Это и есть содержимое тега «TITLE».

В нем обязательно нужно использовать ключевые фразы. При этом они должны быть логичной частью текста.

Не стоит просто их перечислять. Название сайта должно быть информативным, лаконичным и привлекательным.

Кроме того, в выдачу поисковой системы попадает 50-80 символов из тега TITLE, поэтому размер заголовка желательно ограничить этой длиной.

Ключевые фразы в тексте ссылок

Также очень простое правило – используйте ключевые фразы в тексте исходящих ссылок с Ваших страниц (как на другие внутренние страницы Вашего сайта, так и на другие сайты), это может добавить Вам небольшое преимущество при выдаче.

К примеру, это может выглядеть так:

[Купить офисную мебель](#)

Или так:

[Модели офисной мебели](#)

В общем, употребляйте ключевые слова в ссылках по возможности. Но не злоупотребляйте, иначе раздраженный посетитель быстро закроет страницу Вашего сайта.

Описание сайта (мета-тег Description)

Мета-тег «Description» специально предназначен для задания описания страницы. Этот тег никак не влияет на позиции в поисковых системах. Но, тем не менее, он очень важен.

Сейчас покажу почему.

Зайдите на google.com и введите фразу «офисная мебель». На первой странице, на втором месте Вы увидите сайт:

Офисная мебель в Москве, мягкая мебель для офиса. Офисные кресла...

Офисная мебель г Москва – ПРОСТРАНСТВО. Мы предлагаем мебель для офиса, персонала, кабинет руководителя. Офисные кресла и офисные перегородки – незаменимая ...

www.offmebel.ru - 18k - Сохранено в кэше - Похожие страницы

Нашли?

Так вот, этого текста «Офисная мебель г Москва – ПРОСТРАНСТВО. Мы предлагаем мебель для офиса, персонала, кабинет руководителя. Офисные кресла и офисные перегородки – незаменимая ...» нет нигде на странице. Он находится в теге «Description», который скрыт от наших глаз, но не от глаз поисковых систем.

В общем в этот тег нужно вносить описание сайта используя ключевые слова.

При этом необходимо, что бы описание было кратким, но информативным и привлекательным, содержало нужные Вам ключевые фразы.

Потому что даже, если Ваш сайт имеет высокое место в результатах поиска, но у него плохое описание в теге «Description», то большинство посетителей на него просто не зайдут.

Если описание Ваших конкурентов в результатах выдачи будет более привлекательным, чем у Вашего сайта, то посетители поисковой системы выберут именно их ресурс, а не Ваш.

Таким образом, описание в «Description» не влияет на позиции, но играет важную роль при привлечении посетителей.

Автор курса: Алексей Зиза (www.site-creator.ru)

Разрешается использование и распространение данного материала как есть при условии сохранения целостности, авторства и соответствующих ссылок. Автор не несет ответственности за результат в виде отключения хостинга за перерасход трафика, возникший после изучения и внедрения всей указанной информации.

Структура сайта

Число страниц сайта

Стандартное правило – чем больше страниц, тем лучше.

Увеличение числа страниц сайта улучшает его видимость в поисковых системах.

Кроме того, постепенное добавление новых информационных материалов на сайт воспринимается поисковыми системами, как развитие сайта, что может дать дополнительные преимущества при ранжировании.

Таким образом, старайтесь размещать на сайте больше информации – новости, пресс-релизы, статьи, полезные советы и так далее.

Навигационное меню

Как правило, любой сайт имеет навигационное меню (каталог продукции, статьи, отзывы, контакты и т.д.).

Используйте по возможности ключевые слова в ссылках меню, это позволит придать дополнительный вес тем страницам, на которые ведет ссылка.

Одна страница – одна ключевая фраза

Старайтесь оптимизировать каждую страницу под свою собственную ключевую фразу. Иногда можно выбрать 2-3 родственных фразы. Но не следует оптимизировать одну страницу под 5-10 фраз сразу. Скорее всего Вы не получите нужного результата.

Главная страница сайта

Оптимизируйте главную страницу сайта (имя домена, index.html) под наиболее важные для Вас словосочетания. Данная страница имеет наибольшие шансы попасть в первую десятку сайтов по нужным фразам.

Вот собственно и все советы по внутренней оптимизации. Давайте перейдем теперь к ошибкам, которые люди допускают при оптимизации своих сайтов.

Распространенные ошибки

Графический заголовок

Очень часто в дизайне сайта используется графический заголовок (шапка). Это, как правило, изображение на всю ширину страницы, содержащее логотип компании, название и некоторую другую информацию.

Не стоит этого делать! Верхняя часть страницы очень ценное место, где можно разместить заголовок <H1> с наиболее важными ключевыми словами. В случае графического изображения это место пропадает впустую.

Так же можно использовать комбинированный вариант – сначала идет заголовок, а потом графический логотип сверху страницы.

Скрытый текст

При наполнении страницы ключевыми словами у многих новичков возникает одна гениальная мысль: «А если я добавлю побольше ключевых слов и сделаю их цветом фона (белое на белом), то поисковики их увидят, а посетители нет. Здорово!»

Нет не здорово. Поисковые системы отслеживают это и строго наказывают.

Использование тега <h1> несколько раз

Как мы уже говорили, текст под заголовком <h1> высоко ценится поисковыми системами. Поэтому некоторые веб-мастеры используют его несколько раз на странице, пытаясь тем самым повысить вес страницы по нужным словам. Этого делать нельзя.

На странице должен быть только один заголовок <h1>. Если их будет два и более, то Ваш сайт могут наказать.

Вместо второго <h1> используйте заголовок <h2> или <h3>. Их можно использовать на странице гораздо чаще.

Внешние факторы, влияющие на сайт в выдаче поисковой системы

Как Вы видите из раздела выше, практически все факторы, влияющие на выдачу, находятся под Вашим контролем.

Из-за этого поисковым системам становится невозможно отличить действительно качественный документ от страницы, созданной специально под заданную поисковую фразу.

Поэтому был придуман анализ внешних ссылок на каждую оцениваемую страницу, так как это единственный фактор, который неподконтролен автору сайта.

Можно предположить, что чем больше внешних ссылок имеется на Ваш сайт, тем больший интерес он представляет для посетителей.

Если владельцы других сайтов в сети поставили ссылку на Ваш ресурс, значит, они считают его достаточно качественным. Исходя из этого, поисковая система также может решить, какой вес придать тому или иному документу.

Ссылочный текст

Ссылку на сайт можно дать по-разному.

К примеру, на сайт <http://mebel.ru> можно ссылку поставить, так:

<http://mebel.ru>

А можно поставить вот так:

[Офисная мебель](http://mebel.ru)

Очевидно, что второй вариант поисковая система оценит гораздо выше. Для нее текст «Офисная мебель» внутри ссылки это подтверждение, того, что сайт <http://mebel.ru> действительно посвящен офисной мебели. Поэтому этот сайт по запросу «Офисная мебель» будет находиться выше.

Получается, что для повышения своего сайта по нужным нам ключевым фразам, необходимо получать такие ссылки на Ваш сайт, в тексте которых будут ключевые фразы.

Содержание ссылающихся страниц

Кроме ссылочного текста учитывается также общее информационное содержимое ссылающейся страницы. Возьмем наш пример с офисной мебелью.

Ссылка на наш сайт с сайта по теме «мебель» будет гораздо больше цениться поисковыми системами, чем ссылка с сайта по компьютерной технике. Таким образом, необходимо стремиться получать нужные ссылки с сайтов схожей тематики.

Вот собственно и все основные факторы, влияющие на сайт при выдаче поисковыми системами.

Практическая работа

Материал, безусловно, огромный. Скорее всего, Вам придется прочитать его еще несколько раз.

А эта практическая работа будет касаться только первой части – внутренней оптимизация сайта.

По внешней оптимизации мы потом поговорим отдельно.

Сейчас Ваша задача - как можно лучше оптимизировать свой сайт под нужные запросы. А именно:

1. Измените заголовки сайта <h1> и <h2>, добавив нужны ключевые фразы.
2. Измените описание своего сайта (Мета-тег Description), используя ключевые фразы.
3. Добавьте ключевые фразы на свою главную страницу. Скорее всего, Вам придется немного изменить текст. Делайте это, только не в ущерб посетителю.
4. Выделите свои ключевые фразы жирным стилем.
5. Некоторые ключевые фразы (1-3), сделайте ссылками на внутренние страницы сайта.
6. Посмотрите на свое навигационное меню. Можно ли добавить в него ключевые слова? Если возможно не в ущерб посетителю, то меняйте.

Это, конечно, не быстрая работа. Особенно, когда приходится весь сайт переделывать. Но это того стоит. Кроме, того, Вы выполняете работу только один раз.

И еще в погоне за оптимизацией, помните, что сайт должен быть в первую очередь удобен для посетителя.

На этом все. Выполняйте все правильно. После этого можно продолжать.

Что такое авторитетность сайта?

Из прошлой главы Вы узнали, какие факторы влияют на выдачу сайта в результатах поиска: выделение жирным, частота ключевых фраз, заголовки, ссылки на сайт и т.д.

Надеюсь, Вы уже начали использовать эти советы для оптимизации своего сайта. Если нет, то Вам стоит поторопиться. Так как в этом письме будет полоса теоретической информации, а дальше в основном только практика.

В общем, не затягивайте с этим.

А пока, что мы с Вами рассмотрим такой термин, как авторитетность сайта, а именно:

- Что такое авторитетность сайта
- Насколько это важно
- Как повысить авторитетность своего сайта.

Сейчас, давайте, обратим внимание на второй пункт.

Какая выгода нам, если наш сайт имеет высокий авторитет?

Если сайт имеет высокий авторитет, то гораздо больше вебмастеров будут интересоваться этим ресурсом. При этом у них будет формировать не обычный скептический взгляд при виде рядового неудавшегося проекта, а более серьезное и положительное мнение.

Возможно, они перепечатают Ваши статьи на свои сайты, а может быть предложат Вам сотрудничество. Вариантов много.

Таким образом, высокий авторитет сайта помогает ресурсу развиваться во всех отношениях.

Нельзя недооценивать этот показатель, поэтому, давайте приступим к его изучению.

Собственно, определять авторитетность сайта первой догадалась поисковая система Google. В результате, после работы над идеей, появилось значение под названием PageRank (сокращенно PR).

Что такое PageRank?

Давая определение простым языком, PR - это показатель, который показывает авторитетность каждой отдельной веб-страницы в Интернете относительно всех других страниц. Значение может принимать от 0 до 10. Чем выше показатель, тем лучше, конечно.

Думаю, Вам интересно узнать PR своего сайта.

Посмотреть его вы можете по ссылке:

<http://page-rank.org.ua/>

Если он будет равен 0 или 1 , то не переживайте. Мы исправим эту ситуацию :) .

Так же Вы можете установить дополнения для постоянного просмотра PR у всех сайтов, которые вы посещаете.

Если Вы пользуетесь браузером FireFox, то установить плагин вы можете по этой ссылке.

<http://w4a.ru/seotools/>

Если Вы пользуетесь браузером Opera, то установить нужный плагин Вы можете по этой ссылке:

http://www.puzzleclub.ru/files/seobar/index_ru.html

Ну а если Вы используете стандартный Internet Explorer, то установите панель page promoter bar и все дела. Скачать панель можете по этой ссылке:

<http://www.netpromoter.ru/pagepromoterbar/index.htm>

Как повысить PageRank сайта?

После того, как Вы узнали PR своего сайта и настроили инструменты, Ваша задача - повысить PR своего сайта.

Вы же хотите, что бы Ваш ресурс развивался, не так ли?

Давайте разберемся, как нам его повысить. Для этого необходимо понять, по каким принципам определяется PageRank.

Здесь тоже все достаточно просто.

При расчете значения каждой веб-страницы учитываются все входящие ссылки на эту страницу, причем, как со страниц других сайтов, так и со страниц вашего сайта.

Таким образом, каждая страница, ссылаясь на Ваш сайт или страницу, передает часть своего PR.

Необходимо учитывать - чем больше ссылок на одной странице, тем меньше PageRank-а передает каждая ссылка.

Рассмотрим это на примере.

Первая страница имеет PR = 4 и пять ссылок, одна из которых поставлена на Ваш сайт.

Вторая страница имеет PR = 7 и пять ссылок, одна из которых так же поставлена на Ваш сайт.

В каком случае Вы получите больше PR?

Ответ очевиден - во втором случае. Так как при равном количестве ссылок PR второй странице гораздо выше, следовательно, ссылка передает Вам гораздо больше веса.

Но если во втором случае на странице с PR=7 будет не 5 ссылок, а 50. Тогда Ваш сайт получит больше PR со страницы №1. Потому что PR 4 делится только между пятью ссылками, в то время как во втором PR 7 делится между 50-ю.

Этот пример наглядно показывает, что количество передаваемого PR зависит, как от PR самой страницы, так и от числа внешних ссылок на ней.

При этом необходимо концентрировать усилия на получение ссылок указывающих на одну основную страницу. Как правило, за основную страницу берется главная (<http://site.ru>).

Какой PR можно считать хорошим? Если PR Вашего сайта равен 3-м, то это хорошо. Если равен 4-м, то это уже отлично. Ну и так далее.

Вывод: что бы повысить PR своего сайта, необходимо получать ссылки на свою главную страницу. При этом необходимо стремиться получить ссылки с **авторитетных** сайтов.

Вот собственно и вся теоретическая информация о PageRank. Просто, не так ли?

Но как я говорил выше, PR был разработан компанией Google для улучшения поиска.

И другие поисковые системы, изучив технологию, оценили ее по достоинству и разработали свои методики определения авторитетности сайтов, взяв за основу принцип PageRank.

Сейчас мы рассмотрим еще одну технологию определения авторитетности сайта, которую использует наша поисковая система Яндекс. Называется она...

Тематический индекс цитирования

Большое, конечно, название. Поэтому все ее называют сокращенно - ТИЦ.

Он, так же, как и PR определяет "авторитетность" интернет ресурсов на основе количества и важности ссылок.

Но в отличии от PR, ТИЦ рассчитывается для сайта в целом, а не отдельно для каждой страницы. Так же большую роль играет тематическая близость ссылающихся сайтов.

К примеру, если Ваш сайт посвящен здоровью, то даже 100 ссылок с сайтов по строительству не добавят ТИЦ. Потому что совсем разные тематики. Понимаете?

Самое важное, что необходимо запомнить - ТИЦ используется для ранжирования сайтов в каталоге Яндекса. Он совершенно не влияет на результаты поиска в самом Яндексе.

Дело в том, что новички не до конца осознав предназначение ТИЦ-а, пытаются увеличить этот показатель для повышения своего сайта в результатах выдачи при поиске. Это бесполезное занятие. Но вебмастеры при оценке чужих сайтов, все же обращают внимание на ТИЦ.

Если Вам интересно узнать какой у вашего сайта ТИЦ, то перейдите по следующей ссылке:

<http://www.yacy.ru/>

Кроме таких технологий, как PageRank-а и ТИЦ-а есть и другие виды определения авторитетности сайтов. Но они для нас не так важны, потому что основная доля пользователей рунета использует для поиска Yandex. Гораздо меньше используют Google, а потом все остальные.

Подведем итог.

- Высокий авторитет сайта помогает развиваться ресурсу.
- Для повышения авторитетности необходимо получать на сайт ссылки, желательно с авторитетных и тематических сайтов.

Более подробно о способах получения ссылок (об их недостатках и преимуществах) мы поговорим в следующей части.

Сейчас же продолжайте заниматься внутренней оптимизацией и подумайте над следующим вопросом.

На что важнее ориентировать свой сайт, на PageRank или на ТИЦ?

Как получить жирные ссылки с правильных сайтов?

Эта часть будет полностью посвящена внешней оптимизации. Вся работа в ней направлена на получение ссылок на наш сайт и не просто ссылок, а правильных ссылок.

Именно ссылки в наибольшей степени влияют на позиции сайта в поиске, причем, как в хорошую сторону, так и в плохую.

Получение ссылок с каталогов

Получить огромное количество ссылок в короткое время Вам помогут каталоги сайтов. Возможность эта общедоступна и не требует больших временных или финансовых затрат, поэтому нельзя забывать о ней при раскрутке проекта.

Выглядит это следующим образом. Вы заполняете форму добавления сайта, в которую входит название сайта, описание, адрес сайта, e-маил. Нажимаете кнопку "отправить данные", и Ваш сайт отправляется на проверку. После ее прохождения информация с ссылкой размещается в каталоге. В результате Вы получаете ссылку на свой сайт с ключевыми словами.

Но если нужно зарегистрироваться в 500 или 700 каталогах, то это создает проблемы. Потому что каждый раз заполнять форму очень неудобно и долго.

Поэтому необходимо воспользоваться сервисом регистрации в каталогах **1ps**.

Если Вы не против, то перейдите по этой партнерской ссылке <http://linkz.ru/partners/1ps.html> Мне будет очень приятно :).

Почему нужно работать с 1ps.ru?

Многие процессы регистрации сайта в каталогах в нем автоматизированы, поэтому Вы зарегистрируете сайт в каталогах в 5 раз быстрее, чем при ручной работе. В общем, сервис очень нужный.

Для самостоятельной работы необходимо оплатить услугу «ПРОФИ», которая стоит 2\$. Это мелочь по сравнению с теми выгодами, которые Вы получите.

Так же можно (и даже желательно) воспользоваться услугой «ЭЛИТА», стоимость которой 20\$. Тогда регистрацию проведет профессионал, а Вам нужно только заполнить анкету сайта.

Если возможности Вам позволяют, то лучше воспользоваться «ЭЛИТОЙ». Но в этом письме мы так же полностью рассмотрим процесс работы по плану «ПРОФИ». Давайте начнем.

Как пользоваться сервисом 1ps.ru

- Первое - регистрируесь на сайте. <http://linkz.ru/partners/1ps.html>
- Второе - Вам необходимо заполнить анкету сайта.

Для этого заходим под своим именем и переходим по ссылке «Добавить новый сайт». Вам предлагают выбрать тарифный план и заполнить анкету.

Выбираете подходящий тарифный план и переходите к заполнению анкеты.

1. Поле «URL регистрируемой страницы:»». Здесь все ясно.
2. Поля «Название сайта полное:» и «Название сайта краткое:». Составьте название для сайта с ключевыми словами, причем старайтесь ключевые слова употреблять, как можно ближе к началу. Конечный результат занесите в поля.
3. Поля «Описание сайта полное:» и «Описание сайта краткое:». Точно так же составьте примерное описание для сайта с ключевыми фразами. Так же внесите его в поля.
4. Поле «Ключевые слова:»». Перечислите подходящие ключевые фразы через запятую.
5. Поле «Ваше Имя:»». Здесь все ясно.
6. Поле «E-mail ресурса:»». Создайте отдельный ящик на **mail.ru** и укажите его адрес в поле. **Не используйте свой рабочий ящик**, иначе получите гору спама.
7. Заполните поле «Пароль:»»
8. Заполните поле «Регион сайта:»»
9. Заполните поле «Страна:»»
10. Заполните поле «Город:»».
11. Отметьте основную тематику и дополнительные. Выбирайте внимательно.
12. В поле «Регистрировать сайт в поисковиках?:» выберите «Да».
13. В поле «Регистрировать сайт в каталогах?:» выберите «Да».
14. В поле «Регистрировать сайт в рейтингах?:» выберите «Да».
15. В поле «Регистрировать сайт в каталогах, которые требуют обязательной установки своей ссылки, а сами ставят ссылку из каталогах через редирект?:» выберите «Нет».

16. В поле «Регистрировать сайт в каталогах, которые требуют обязательной установки своей ссылки и сами в ответ ставят прямую ссылку из каталога?:» выберете «Нет».
17. В поле «Регистрировать сайт в каталогах, которые ставят ссылку из каталога через редирект?:» выберете «Да».

Все, анкета заполнена.

В результате Вы составили описание сайта, его название и исключили каталоги, которые требуют обратной ссылки с нашего сайта.

Эти каталоги для Вас бесполезны, потому что поисковые системы прослеживают такой обмен и строго за него наказывают.

Вам же нужны каталоги, которые ставят ссылки, не требуя обратной. Их еще называют белыми каталогами.

В то же время, если Вы будете обмениваться ссылками между сайтами близкой тематики, то поисковые системы за это не накажут.

Выбор каталогов, в которых будете регистрировать сайт.

Если Вы выбрали план «ЭЛИТА», то после заполнения анкеты вся работа заканчивается. Остальную часть за Вас сделают профессионалы.

Если Вы выбрали «Профи», то Вам теперь необходимо выбрать каталоги, в которых будете регистрировать сайт.

Для этого Вам необходимо перейти по ссылке «Выбор каталогов».

На странице с права уберите галочку «Каталоги с обратной ссылкой» и нажмите кнопку «Начать выбор каталогов и рубрик».

Процесс выбора прост.

В каждом каталоге выбираете подходящую рубрику. Если такой рубрики нет, то каталог исключаете из регистрации.

Таким образом, Вы выбираете рубрики во всех каталогах, после чего нажимаете кнопку «Завершить». Времени на выбор уходит, примерно, 2-3 часа.

Как только Вы выбрали каталоги можно приступать к регистрации. Для этого переходите по ссылке «Регистрация» и нажимайте кнопку «Начать пересылку в каталоги».

Процесс добавления так же прост, как и выбор каталогов. В каждой строке нажимаете кнопку «Переслать в каталог», затем ждете пока откроется страница с результатом. Как правило, при успешном занесении на странице написано, что сайт добавлен в каталог.

После регистрации сайта во всех каталогах проверьте свой почтовый ящик, который Вы указали в анкете. На него должно прийти много писем. В некоторых из них необходимо подтвердить занесение сайта в каталог.

Таким образом, Вы провели регистрацию сайта во всех каталогах.

Что Вы получаете в результате? Так как поисковые системы индексируют ссылки через определенное время, то через 2-3 недели Вы заметите, что Ваш сайт появится на одной из первых четырех страниц результатов поиска по нужным ключевым фразам.

Это хороший результат. Но Вам необходимо попасть на первую страницу. Как дальше получать ссылки?

Есть возможность покупать ссылки. Такой вариант хорош тем, что Вы можете сразу получить достаточно много ссылок с авторитетных сайтов и быстро выбиться на первую страницу по нужным ключевым запросам. Недостаток всего один – необходимо постоянно платить деньги. К примеру, вот этот сервис позволяет приобретать нужные ссылки на нужных Вам сайтах: <http://linkz.ru/partners/mainlink.html>

Кроме покупок ссылок существует еще один способ получения ссылок.

Написание и размещение тематических статей

Это наиболее простой и бесплатный способ получения самых хороших ссылок. Как это выглядит?

Вы пишете статью на тему "10 простых способов как [ваша тема]" или "10 главных мифов о [по вашей теме]". Такие статьи хорошо привлекают внимание посетителей, потому что людям нравятся читать списки.

Затем придумываете для статьи подпись в одну две строки с ключевой фразой в ссылке на Ваш сайт.

Например

[Интернет-магазин офисной мебели](#).

(Это только пример).

Затем ищите сайты, которые занимаются размещением чужих статей, просите их владельцев разместить у себя Вашу статью.

После этой работы с каждой написанной статьи, Вы получаете по одной ссылке с 20-30 сайтов.

Это небольшое количество. Но нельзя забывать, что сами размещенные статьи привлекают посетителей на Ваш сайт.

Кроме того, другие владельцы сайтов будут дальше перепечатывать на своих ресурсах статью вместе ссылкой на Ваш сайт.

В общем, статьи это отличный способ продвижения сайта.

Как написать хорошую статью

Первую статью в своей жизни, имея необходимые знания по теме, я писал целых три дня. До сих пор помню те чувства: неуверенность, небольшой страх, в том, что не получится. Но, как и во всех делах это только первый раз. Поэтому если Вы еще не написали ни одной статьи, пора этому научиться. А пошаговая система поможет Вам в этом.

- 1. Выберите тему.** Безусловно, необходимо выбрать актуальные темы. Где их найти? Во-первых, нужно обратиться в сервис <http://otvet.mail.ru>. В поиске вводим, к примеру «косметика». Вот вам уже десятки интересных тем для статьи.

Так же можно обратиться на форумы и тематические сайты, на которых размещаются статьи. Смотрите и изучайте, какие статьи больше читают, какие меньше.

- 2. Зафиксируйте 3 – 5 основных мыслей.** Важно, что бы в статье было последовательное развитие ее содержания. Фиксируя основные мысли статьи, Вы задаете ее стержень и структуру его развертывания. Кроме того, использование такого пошагового подхода не позволит Вам при написании статьи «растекаться мыслью по древу».
- 3. Определитесь с объемом статьи.** Люди любят читать четкие, ясные и простые статьи, поэтому старайтесь не превышать размер 750 слов.
- 4. Сначала зафиксируйте те мысли,** которые хотите раскрыть в статье.
- 5. Раскройте содержание каждой мысли.**
- 6. Придумайте заголовок.** Заголовок может обеспечить будущее Вашей статье или навсегда погубить ее еще в самом начале. Поэтому над заголовком необходимо хорошо поработать. Стремитесь в нем показать суть статьи ясно и просто и при этом включить в него пару ключевых тематических слов.
- 7. Разработайте ссылочную секцию.** В ссылочной секции необходимо указать свою основную контактную информацию – имя, адрес электронной почты и адрес сайта. Так же можно придумать 1-2 заманчивые фразы, вкратце описывающих ссылки на Ваш сайт.
- 8. Отредактируйте статью.** После того, как Вы написали статью и подготовили ее к публикации, вернитесь на шаг назад и перечитайте

ее на следующий день. При проверке обратите особое внимание на следующие моменты.

- Обязательно проверьте грамматические и орфографические ошибки. Эта первая причина, по которой другие владельцы сайтов не перепечатывают статьи.
- Вы должны убедиться, что ваша статья имеет логическую структуру. Другими словами, каждый абзац должен вытекать из предыдущего. И после прочтения ясно видна и понятна главная мысль.

Затем распечатайте статью и громко прочтите в слух с листа бумаги. Статья должна читаться легко. Если Вы на некоторых местах спотыкаетесь, то перефразируйте эти предложения, чтобы они хорошо звучали.

В общем, не удивляйтесь, если найдете в статье большое количество недоработок. Это нормально. Просто исправляйте их.

Дополнительно можно прочитать информацию о написании статей в книге «Статейный доход: Руководство по простому и быстрому написанию статей отменного качества» (http://yoursuccess.ru/shop/linkz-stateiny_dohod.html)

Как и где размещать статьи

После подготовки материала Вам нужно его разместить на тематических сайтах, которые принимают чужие статьи.

Имейте ввиду, что на одних сайтах для размещения статьи необходимо писать письмо самому администратору с предложением. На других же сайтах есть специальная форма для добавления статьи. Использовать надо все эти сайты.

Когда будете писать с предложением, обязательно представьтесь и сообщите название статьи. Старайтесь сделать письмо персональным.

В общем, работайте творчески и не забывайте, что Вы пишете живым людям. :)

Какие ссылки нам не нужны

Сейчас мы рассмотрим два способа получения ссылок, которые могут разрушить Вашу репутацию, а сайт забанить/наказать/отфильтровать из основных поисковиков, или и то, и другое вместе.

Обмен ссылками с нетематическими сайтами

Уже довольно давно поисковые системы научились отслеживать обмен ссылками. Если Вы будете меняться с нетематическими ресурсами, то Ваш сайт, скорее всего, забанят, в лучшем случае искусственно понизят.

Поэтому не нужно регистрироваться в каталогах, которые требуют обратную ссылку с Вашего сайта. От таких каталогов один вред, даже если высокий PageRank.

Регистрация в линкообмене

С осторожностью относитесь к обещаниям различных программ и сервисов добавить Ваш ресурс в сотни тысяч поисковых систем, каталогов и директорий.

По-настоящему полезных каталогов в сети наберется не больше нескольких сотен, от этой цифры и нужно отталкиваться. Профессиональные сервисы по регистрации в каталогах, типа **1ps.ru**, работают как раз с таким количеством. Если же обещаются огромные цифры в сотни тысяч ресурсов, значит, база состоит в основном из бесполезных ресурсов.

Подводим итог

Для быстрого получения огромного количества ссылок необходимо зарегистрировать свой сайт в белых каталогах.

Чтобы быстро это провести, лучше воспользоваться сервисом 1ps.ru.

После регистрации в белых каталогах, дальнейшие ссылки нужно получать при помощи написания и размещения своих статей на других сайтах.

Это, в основном, вся информация по продвижению сайта в поисковых системах. Но на этом наш курс не заканчивается.

Погоня за низкочастотными запросами бывает очень результативной

Перед тем, как начать, давайте подведем небольшой итог изученного материала.

Что Вы изучили:

- Составление семантического ядра
- Внутренние факторы, влияющие на выдачу
- Внешние факторы влияют на выдачу
- Что такое авторитетность сайта и насколько она важна.
- Как получить нужные ссылки на свой ресурс

Весь пройденный материал можно считать базовым курсом.

Он основан на продвижении сайта по популярным ключевым словам. Но уверен, что Вы при подборе замечали те фразы, которые могли бы привести Вам целевых посетителей, но запрашивались меньше 3000 раз в месяц.

По таким фразам невыгодно продвигать весь сайт. Но игнорировать их тоже нельзя. Так как они так же могут постоянно приводить Вам целевых посетителей.

Но вот вопрос как по ним продвигать свой сайт? Ведь по идее у нас должно быть около 3-4 основных словосочетаний, по которым мы и продвигаем сайт. И если мы выберем больше, то не сможем попасть на первые страницы по всем ключевым словам.

Ответ прост. Так как эти ключевые фразы менее популярны, то по ним гораздо ниже конкуренция. И что бы попасть на первую вторую страницу результатов поиска, нам достаточно написать статью под нужную ключевую фразу, оптимизировать ее и выложить на свой сайт. Но давайте обо всем по порядку.

Написание статей под нужные низкочастотные ключевые фразы. Как это выглядит?

К примеру, у нас есть интернет-магазин по продаже эфирных масел. Проанализировав ключевые фразы по нашей теме в direct.yandex.ru, мы узнали следующее:

- «кедровое масло» запрашивается 1179 раз в месяц.
- «чайное дерево» запрашивается 1552 раз в месяц
- «бергамот» запрашивается 1426 раз в месяц

Каждое из этих ключевых фраз (названия масел) запрашивается пользователями нечасто. Но сложите их вместе, и мы получаем 4100 запросов. Уже хорошо. И это только три фразы. При желании можно подобрать гораздо больше.

Какие дальше наши действия?

После подбора таких низкочастотных фраз мы должны проанализировать каждую фразу, поняв, что хочет найти посетитель, задавая ее.

К примеру, по фразе «чайное дерево» люди, скорее всего, хотят купить или найти дополнительную информацию о масле «чайное дерево». Нашему Интернет-магазину нужны они? Однозначно.

Значит, нам необходимо написать одну оптимизированную статью под ключевую фразу «чайное дерево», и разместить ее у себя на сайте. Учитывая, что конкуренция по такой фразе небольшая, то внутренней оптимизации достаточно, что бы поисковая система поставила нашу статью в 10 десятку результатов. Итак.

- 1. Определяем тему статьи.** Она обязательно должна быть связана с нужной ключевой фразой, в нашем случае с маслом чайное дерево.
- 2. Изучаем материал по данной теме.** Ищем статьи и сайты, в которых сможем изучить данную тему.
- 3. Создаем статью.** Об этом я уже писал. Создаем ее, проверяем и доводим до блеска.
- 4. После написания вам необходимо оптимизировать статью.** Это значит:
 - Мы должны проследить, что бы ключевая фраза обязательно была в названии статьи. Например «8 причин всегда носить собой эфирное масло чайное дерево».

- 2.Необходимо добавить ключевую фразу в различные места статьи, что бы она чаще встречалась. Нужно, как можно больше, но не в ущерб статье.
- Обязательно выделите ключевую фразу несколько раз жирным и курсивом.
- По возможности сделайте 1-2 ключевые фразы ссылками на другую страницу Вашего сайта, которая так же связана с эфирными маслами.
- Размещайте статью на своем сайте и ждите пока, поисковые системы проиндексируют ее. Как правило, это происходит через 2-3 недели.

Что мы в результате получаем?

Как правило, страница с этой статьей попадает на первую-вторую страницу поиска по нужной ключевой фразе, что в дальнейшем будет приводить нам примерно 4-5 целевых посетителей в день. Это хороший результат, если учитывать, что на написание статьи нам потребовалось максимум 3 дня.

И такие статьи можно писать практически под любую нужную нам ключевую фразу, которая запрашивается 1000-2000 раз в месяц.

В дополнение эти статьи так же перепечатываются другими сайтами, что приводит к нам новых посетителей.

Таким образом, написание оптимизированных статей под нужные ключевые фразы - это отличный способ продвижения сайта, как в поисковых системах, так и в целом. Поэтому очень советую Вам попробовать этот способ.

Практическое задание

По сути, весь алгоритм я описал. Вам необходимо попробовать его в действии, т.е. написать 1-2 статей под подходящие для Вас ключевые фразы и получить результат.

Общая информация о поисковых системах рунета

По сути, мы уже прошли все основные шаги продвижения сайта в поисковых системах. Точнее в поисковой системе Яндекс.

Если у Вас возник вопрос: «Почему мы продвигали сайт именно в Яндекс?», - то взгляните на цифры ниже и Вам станет все понятно.

Как распределяется все поисковые запросы в Рунете.

Данные актуальны на начало 2007 год.

На Yandex приходится 62%

На Rambler приходится 19%

На Google приходится 10%

На Mail приходится 6%

Остальные поисковые системы привлекают около 3% аудитории. Исследование провела компания «Артон консалтинг».

Как Вы видите, Яндекс в огромном отрыве от остальных.

И очевидно, что с него Вы получите больше посетителей, чем с остальных поисковых системах по, тем же ключевым словам.

Но Вы уверены, что так будут всегда? В смысле такое распределение рынка между поисковыми системами.

Само собой, нет.

Поэтому насколько бы Вам ни было хорошо, нужно подумать о будущем.

И сейчас мы рассмотрим несколько интересных фактов, которые помогут нам предсказать ближайшее будущее поискового рынка.

Как часто поисковые системы внедряют новые технологии и обновления

Существует прекрасный инструмент, который был разработан компанией «Ашманов и Партнеры».

Благодаря этому инструменту, который Вы найдете по нижеследующей ссылке можно наблюдать, как часто меняются позиции сайтов на страницах поиска основных поисковых систем по сравнению со вчерашним днем.

http://seo-tools.ashmanov.com/se_update/update.htm

Если выдача изменилась больше чем на 50%, то эти дни помечаются красным. Чем больше таких красных дней, тем хуже поиск. Сейчас давайте посмотрим на результаты.

Эти данные накоплены с мая 2006 года по апрель 2007 (на момент написания руководства). За это время "красные дни" были отмечены:

- у Яндекса 72 раза
- у Рамблера 39 раз
- у Google 12 раз

Как видим наибольшее число таких дней у Яндекса.

Другими словами Яндекс постоянно меняет больше половины сайтов в результатах поиска. Насколько это важно для нас, вебмастеров?

Очевидно, что мы все предпочитаем стабильность и уверенность в завтрашнем дне. Верно?

И представьте себе, что сегодня Ваш сайт находится на втором месте по нужной ключевой фразе, получает 300 посетителей день и много заказов.

Неплохо, верно?

А завтра со второго места он перешел на 57. Нет ни посетителей, ни заказов, ни уверенности, что сайт вернется обратно на 2-е место хотя бы через неделю. Ужасная картина...

У Рамблера тоже такое бывает, но приступы гораздо реже.

У Гугла смена сайтов свыше 50% позиций бывает очень редко.

Вывод: хоть Яндекс и владеет большей частью поискового рынка, но из-за постоянных обновлений и изменений призванных бороться с черными методами продвижения сайтов, так же сильно страдают и честные сайты, что бесит веб-мастеров.

Автор курса: Алексей Зиза (www.site-creator.ru)

Разрешается использование и распространение данного материала как есть при условии сохранения целостности, авторства и соответствующих ссылок. Автор не несет ответственности за результат в виде отключения хостинга за перерасход трафика, возникший после изучения и внедрения всей указанной информации.

Примерные дальнейшие прогнозы изменения доли поисковых систем

На этой странице <http://www.seochase.com/viewtopic.8627.html> Вы найдете график, который показывает, с каких поисковых систем приходили пользователи на сайт в течение 2.5 лет.

Я не буду его описывать. Только сделаю выводы:

- Роль Рамблера как трафикогенератора падает, потому что его популярность уменьшается.
- Доля Яндекса тоже уменьшается. Медленно, но стабильно.
- Доля Google не менее уверенно растет.

Если так будет и дальше, то примерно в 2008 году доля Яндекса и Гугла будут равны, т.е. по 40%.

Учитывая все это, очевидно, что сейчас необходимо продвигать свой сайт в Яндексе, но про будущее нельзя забывать. Поэтому нужно так же по пути повышать свой сайт в поисковой системе Google.

Кстати помните, я предлагал Вам подумать над вопросом: «На что важнее ориентировать свой сайт, на PageRank или на ТИЦ?», - так вот учитывая, что Google более стабильный, то PageRank Вашего сайта гораздо выше ценится, чем ТИЦ.

Так как у Яндекса часто бывают различные обновления, это приводит к резкому падению, и гораздо реже повышению значения ТИЦ. Само собой такая нестабильность никому не нравится. Поэтому ТИЦ хоть и определяет авторитетность сайта, но в глазах людей ценится гораздо ниже, чем PageRank.

Что ценит Google?

Ну, раз уж мы разговорились о прекрасном будущем поисковой системы Google. Нужно тогда описать, что она ценит в сайтах.

По сути, с Яндексом у нас все просто. Напичкали текст и заголовки ключевыми фразами, повыведяли их жирным, получили 500 ссылок на сайт с ключевой фразой и готово.

С поисковой системой Google это не пройдет.

Давайте разберем ее отношение к сайтам.

Отношение к информации на сайте

Во-первых, Google любит уникальные тексты на сайте. Именно поэтому очень важно писать **свои** статьи для продвижения. При этом современные алгоритмы позволяют легко определять дубликаты.

Если Вы написали интересную статью и разместили ее на разных сайтах, то Google при одних и тех же условиях будет выдавать страницы с более высоким значением PR.

К тексту, который напичкан ключевыми словами, отношение тоже самое, как и у других поисковых системах.

Отношение к внешним ссылкам на сайт

Существуют алгоритмы, которые фильтруют ссылки с одинаковым текстом. Поэтому ссылки с каталогов практически не влияют на выдачу сайта в поисковой системе Google.

Очень важную роль играет PageRank страницы, с которой ведет ссылка на Ваш сайт. Как мы уже говорили, чем он выше, тем лучше.

Но стоит учесть, что Google легко определяет тематику как ссылающихся сайтов, так и тех, на кого ссылаются. И очень часто бывает, что ссылка, ведущая с сайта с высоким PageRank, практически ничего не добавляет, так как ведет на нетематический ресурс.

Учитывая это, можно сделать вывод, что регистрация сайта в каталогах не приносит никакой пользы для продвижения сайта в поисковой системе Google. Но зато приносит отличный результат для продвижения в Яндексе. Поэтому пока актуален.

Выводы:

Яндекс очень не стабильная поисковая система. Но пока она занимает большую долю нам нужно ориентироваться на нее.

Google медленно продвигается в Рунете. Следовательно, нам необходимо уже сейчас параллельно продвигать свой сайт, занимаясь написанием и размещением статей.

Другими словами, работы у Вас достаточно. :)

Но ее Вы уже будете выполнять без меня, так как на этом этапе я хочу закончить курс и порекомендовать другие материалы для самостоятельного изучения.

Написать свое мнение об этом курсе можно на блоге моего наставника и редактора данного курса, Дмитрия Борисова. Вот ссылка для обсуждения этого курса. Благодарности принимаются J

<http://borisov-blog.linkz.ru/2007/07/07/198>

Благодарю за внимание.

С наилучшими пожеланиями,

Алексей Зиза

Мои рекомендации для более углубленного изучения темы

Данное руководство не претендует на большую объективность и полное раскрытие темы. Его задача состоит в том, чтобы обозначить Вам основные направления деятельности по работе с продвижением сайта через поисковые системы.

Тема поисковой оптимизации настолько широка, что существуют различные подходы и методы в работе над сайтом для получения поискового трафика, как целевого так и не вполне целевого.

Здесь я хотел бы привести несколько ссылок на различные руководства и сервисы, которые так или иначе связаны с поисковой оптимизацией и работой с контентом.

Сервис по купле-продаже ссылок на главных страницах сайтов.

Поисковая гонка немыслима без размещения ссылок на главных страницах. Ведущие мировые поисковые системы используют механизм релевантности (важности) ресурсов. Один из способов - размещать ссылки на других релевантных поисковым системным ресурсах. Быстрее и эффективнее всего использовать ссылки на главных страницах ресурсов.

Подробнее: <http://linkz.ru/partners/mainlink.html>

1PS – регистрация в тысячах каталогов

Самый легкий, быстрый и простой способ заявить о сайте -это регистрация Вашего сайта в 2301 каталогах Рунета!

Получите отличный результат, гарантируемый высокой надежностью и оптимальной скоростью сервиса регистрации сайтов в каталогах. Наш сервис рекомендуют не только тысячи пользователей, но и администраторы каталогов!

Обойдите конкурентов, которые наивно полагают, что добиться успеха можно, разместив информацию о сайте в десятке самых известных каталогов и поисковиков. Это не так - профессионалы раскрутки знают, что тысячи людей ежедневно пользуются средними и малыми каталогами. И многие из них могут стать Вашими клиентами, для этого просто зарегистрируйтесь в этих каталогах с нашей помощью!

Подробнее: <http://linkz.ru/partners/1ps.html>

Автор курса: Алексей Зиза (www.site-creator.ru)

Разрешается использование и распространение данного материала как есть при условии сохранения целостности, авторства и соответствующих ссылок. Автор не несет ответственности за результат в виде отключения хостинга за перерасход трафика, возникший после изучения и внедрения всей указанной информации.

Обучающий аудио-курс по поисковой оптимизации

Курс выполнен в формате аудио-интервью с SEO-специалистом и раскрывает множество тонкостей в работе с поисковой оптимизацией. В курсе даются ссылки на полезные ресурсы, приводятся примеры и озвучивается только практичная информация

Подробнее: <http://linkz.ru/partners/easyseo.html>

Обучающий видео-курс по написанию статей

Курс создан Павлом Берестневым, онлайн-бизнесменом с большим стажем, копирайтером, автором сотен публикаций, директором Виртуального колледжа электронной коммерции. Павел наглядно демонстрирует весь процесс написания статьи начиная от зародившейся идеи, заканчивая полноценной статьей. Данный материал поможет вам научиться написанию статей для использования их в поисковой оптимизации.

Подробнее: http://linkz.ru/partners/berestnev_film.html

Статейный доход: Руководство по простому и быстрому написанию статей отменного качества

Удивительная книга, которая откроет Вам секреты написания отличных статей, которые, как оказывается, лежат на самом видном месте, просто мы не видим этих возможностей.

Прочитав книгу, Вы не только научитесь писать статьи, электронные книги, но и получите подробные инструкции о том, как использовать их для получения постоянного пассивного дохода.

Книга также будет полезна для каждого человека, занимающегося оптимизацией сайтов.

Подробнее: http://linkz.ru/partners/stateyniy_dohod.html

Все Технические Моменты Онлайн Бизнеса в Видеоформате

Коллекция видеокурсов, которая за **36 часов и 45 минут** сделает из Вас профессионала во всех технических моментах ведения бизнеса в сети.

Подробнее: <http://linkz.ru/partners/ruseller-video.html>

Автор курса: Алексей Зиза (www.site-creator.ru)

Разрешается использование и распространение данного материала как есть при условии сохранения целостности, авторства и соответствующих ссылок. Автор не несет ответственности за результат в виде отключения хостинга за перерасход трафика, возникший после изучения и внедрения всей указанной информации.