



Руководство по поисковой оптимизации для начинающих



Введение

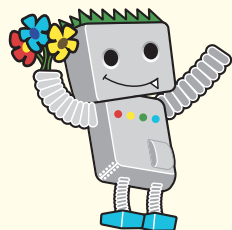
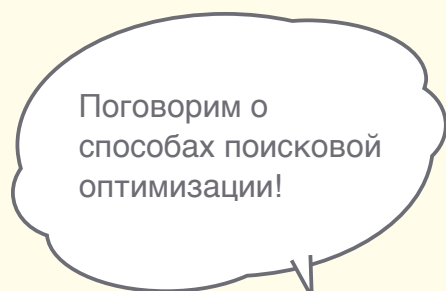
Изначально, наше руководство было задумано как справочный документ для работников Google, но мы решили, что оно будет не менее полезно веб-мастерам, ранее не имевшим опыта поисковой оптимизации и желающим улучшить видимость своего сайта как для пользователей, так и для поисковых систем. Конечно же, мы не откроем вам магических секретов автоматического вывода сайта в топ, но описываемые нами способы помогут сделать ваш сайт более удобным для сканирования и индексирования поисковыми системами.

Зачастую весь процесс поисковой оптимизации сводится к внесению незначительных изменений в веб-сайт. По отдельности эти изменения действительно незначительны, но в сочетании с другими способами оптимизации они способны существенно улучшить навигацию по вашему сайту как для пользователя, так и для поисковых роботов. Возможно, что многие пункты данного руководства вам уже известны, поскольку касаются основных компонентов любой веб-страницы, но также вероятно, что вы не используете их в полную силу.

Несмотря на то, что, в названии руководства говорится о поисковых системах, мы хотели бы еще раз привлечь ваше внимание к тому, что в первую очередь оптимизация вашего сайта должна быть рассчитана на пользователей. Именно они являются целевой аудиторией вашего сайта. Излишняя увлеченность специфическими трюками для достижения максимума в топе может не принести желаемых результатов. Оптимизация для поисковых систем – всего лишь способ немного вырваться вперед, в том, что касается видимости для поисковых роботов, но вашей целевой аудиторией являются пользователи интернета, а не поисковые системы.

Ваш сайт может быть меньше или больше, чем наш пример, и его содержание может быть совершенно другим, но темы оптимизации, которые мы рассмотрим ниже, касаются сайтов любых размеров и типов. Мы надеемся, что в нашем руководстве вы найдете новые идеи по оптимизации вашего сайта.

Содержание



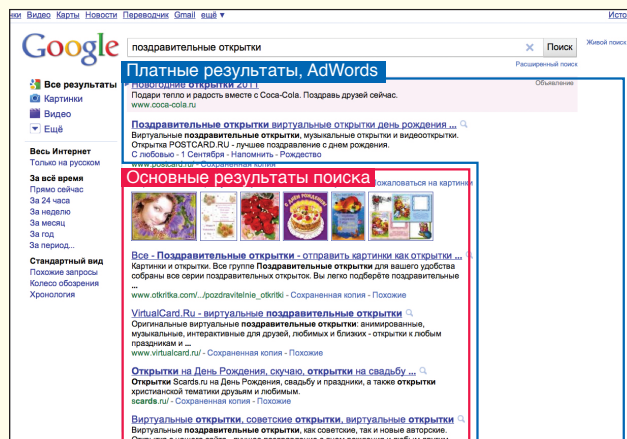
Googlebot
постоянно сканирует
содержание интернета
для построения
индекса Google.

- Основы поисковой оптимизации
 - 4 Заголовки страниц
 - 6 Метатеги <description>
- Улучшение структуры сайта
 - 8 Структура URL сайта
 - 10 Навигация по сайту
- Оптимизация контента
 - 14 Качественный контент и сервисы
 - 16 Релевантный анкорный текст
 - 18 Оптимизация изображений
 - 20 Тэги заголовков для важного текста
- Работа со сканерами
 - 21 Файл robots.txt
 - 22 Атрибут rel="nofollow"
- Оптимизация поиска для мобильных устройств
 - 24 Сайты для мобильных устройств
 - 26 Особенности навигации
- Продвижение сайта и анализ
 - 28 Правильное продвижение
 - 30 Бесплатные инструменты для веб-мастеров

Чтобы упростить описание принципов, мы создали вымышленный веб-сайт, который и будет иллюстрировать пункты данного руководства. Вот информация о нашем сайте:

Имя сайта/компании: Моя Страна Открыток
Доменное имя: moyastranaotkrytok.ru
Тематика: поздравительные открытки, галерея авторских и коллекционных открыток, отправка электронных поздравлений.
Размер: небольшой, ~250 страниц

Поисковая оптимизация влияет только на основные результаты поиска и не касается платных ссылок, например, контекстной рекламы AdWords.



Заголовки страниц

Указывайте заголовок страницы, при помощи тега <title>

Тег <title> сообщает название страницы как пользователям, так и **поисковым системам**. Тег <title> размещается внутри тега <head> html-документа (1). В идеале, названия всех страниц вашего сайта должны быть уникальными.

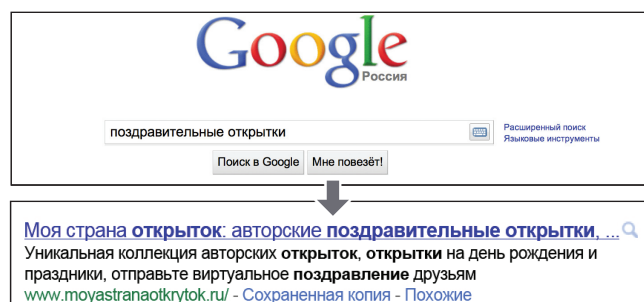
Содержимое тега <title> отображается в результатах поиска

Если ваш документ появляется в результатах поиска, **содержимое тега <title> обычно отображается в первой строке результатов**. (Примечание. Если вы незнакомы со структурой поиска Google, то вам будет интересно видео [“Anatomy of search result”](#) от инженера Google Мэтта Катса, и [схема страницы поисковой выдачи Google](#).) Слова, содержащиеся в **поисковом запросе** пользователя, будут выделены жирным шрифтом в заголовках поисковой выдачи. **Это помогает пользователю найти страницы, наиболее соответствующие его запросу**. (2)

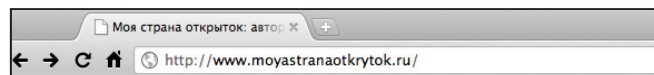
Название основной страницы сайта может содержать имя вашего сайта или организации, а также другую полезную информацию, например, адрес и краткое описание тематики или услуг. (3)

```
<html>
<head>
<title>Моя страна открыток: авторские поздравительные открытки,
электронные поздравления</title>
<meta name="description" content="Уникальная коллекция авторских открыток,
открытки на день рождения и праздники, отправьте виртуальное поздравление
друзьям">
</head>
<body>
```

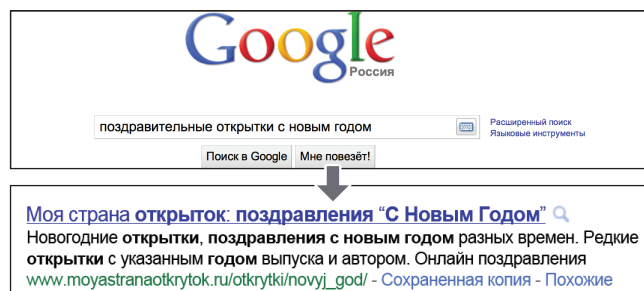
(1) Заголовок нашего сайта поздравительных открыток с названием и кратким описанием.



(2) Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки]. Наша страница появляется в результатах поиска, или это название выводится первой строкой (заметьте, что слова из поискового запроса выделены жирным).



Если пользователь решит перейти на нашу страницу, ее название появится в заголовке окна браузера.



(3) Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]. В поисковой выдаче появляется релевантная страница нашего сайта (ее название описывает ее содержимое).

Глоссарий

Поисковая система

Система или отдельная программа, предназначенная для поиска информации в Интернете с помощью ключевых слов и запросов.

Тег <HEAD>

Элемент, обозначающий заголовок документа HTML. Содержание этого элемента в браузере не отображается.

HTML

Аббревиатура HTML расшифровывается как Hyper Text Markup Language

(язык гипертекстовой разметки). Этот язык используется для описания веб-страниц. С его помощью обозначаются основные элементы веб-страниц, включая текст и размещенные на страницах любые изображения и гиперссылки.

Поисковый запрос

Отдельное слово или набор слов, которые вводятся пользователем при осуществлении поиска в поисковых системах.

Практические советы

Название должно точно соответствовать содержанию страницы

Выберите название, которое наиболее соответствует ее содержанию.

Не советуем:

- выбирать название, никак не относящееся к содержанию страницы;
- использовать названия по умолчанию, например “новая страница”, “Untitled” или “Page 1”.

Название каждой страницы должно быть уникально

Желательно, чтобы у каждой страницы было свое уникальное название, сообщающее поисковой системе о том, как данная страница отличается от других страниц вашего сайта.

Не советуем:

- использовать одно и то же название для всех или почти всех страниц вашего сайта.

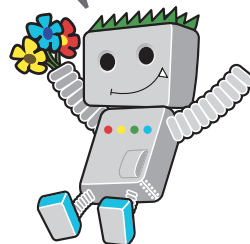
Название должно быть кратким, но точным

Названия должны быть краткими, но содержательными. Если название слишком длинное, то Google покажет в поисковой выдаче только его часть.

Не советуем:

- использовать слишком длинные названия;
- наполнять название бессвязным набором ключевых слов.

Заголовки страниц являются важной составляющей поисковой оптимизации



Ссылки

- Все о результатах поиска (англ.)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html>
- Иллюстрация к странице Google с результатами поиска
<http://www.google.com/support/websearch/bin/answer.py?answer=35891&hl=ru>

Метатег <description>

Придумайте краткое описание для каждой страницы

Метатег <description> дает поисковой системе краткое описание содержимого страницы (1). Если в теге <title> мы использовали одну фразу, то в <description> мы уже можем написать пару предложений или небольшой параграф. В наборе инструментов для веб-мастеров Google есть [удобный инструмент для анализа контента](#), который поможет вам подсказкой, если ваши метатеги <description> слишком длинны/коротки или слишком часто повторяются (та же функция доступна для тегов <title>). Так же как и тег <title>, метатег <description> размещается внутри тега <head> html-страницы.

Значение метатега <description> для оптимизации поиска

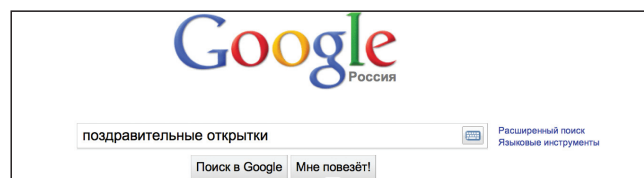
Метатеги описания важны потому, что **Google может использовать их при создании сниппетов к вашему сайту**. Заметьте, мы говорим “может”, потому что Google может выбрать для сниппета другой подходящий текст с вашего сайта, если он более релевантен запросу пользователя. Так же Google может использовать описание вашего сайта из проекта [Open Directory](#), если ваш сайт в него включен. Добавление метатегов <description> поможет Google и в том случае, если поисковый робот не может самостоятельно найти подходящий текст для сниппета. В центральном Блоге для Веб-мастеров есть полезная статья об [улучшении сниппетов с помощью метатегов <description>](#).

Примечание. Прочитайте статью нашего справочного центра о том, как [запретить поисковым системам отображать данные ODP](#).

Слова в сниппете выделяются жирным, если они соответствуют поисковому запросу пользователя (2). Таким образом пользователь получает представление о том, что ожидает его на вашей странице. Ниже (3) приведен пример использования тега <description> на другой странице сайта (у которой, по возможности, также должен быть свой собственный тег <description>).

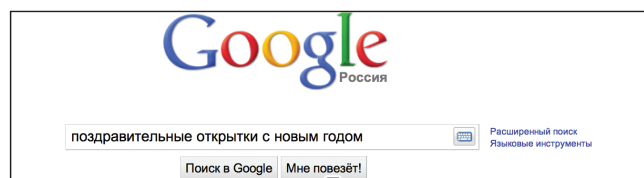
```
<html>
<head>
<title>Моя страна открыток: авторские поздравительные открытки,
электронные поздравления</title>
<meta name="description" content="Уникальная коллекция авторских открыток,
открытки на день рождения и праздники, отправьте виртуальное поздравление
друзьям">
</head>
<body>
```

(1) Тег <description> нашего сайта, дающее пользователю представление о содержании сайта.



Моя страна открыток: авторские поздравительные открытки, ...
Уникальная коллекция авторских открыток, открытки на день рождения и праздники, отправьте виртуальное поздравление друзьям
www.moyastranaotkrytok.ru/ - Сохраненная копия - Похожие

(2) Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки]. Наша страница появляется в результатах поиска, текст из тега description использован как сниппет.



Моя страна открыток: поздравления "С Новым Годом"
Новогодние открытки, поздравления с новым годом разных времен. Редкие открытки с указанным годом выпуска и автором. Онлайн поздравления
www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj_god/ - Сохраненная копия - Похожие

(3) Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]. В поисковой выдаче появляется релевантная страница нашего сайта, с содержимым тега <description> в качестве сниппета.

Глоссарий

Фрагмент (Сниппет)

Текст, который отображается в результатах поиска в поисковой системе под заголовком найденной веб-страницы. Этот текст содержит сводку по веб-странице и/или фрагменты страницы, содержащие ключевые слова, по которым осуществлялся поиск.

Открытый Каталог (ODP)

Самый большой в мире интернет-каталог, который создается редакторами,

работающими на добровольной основе. Каталог представляет собой список ссылок на веб-сайты, упорядоченные по категориям.

Домен

Адрес в Интернете, указывающий на расположение компьютера или сети. Эти адреса проверяются на уникальность.

Практические советы

Кратко и точно опишите содержание страницы

Постарайтесь сделать описание страницы интересным и содержательным для пользователей, которые увидят его в качестве сниппета на странице поиска.

Не советуем:

- вставлять в тег `<description>` описание, не соответствующее содержанию страницы;
- использовать общие слова в описании, например “это моя страница” или “страница про открытки”;
- наполнять тег `<description>` ключевыми словами;
- вставлять в тег `<description>` полный текст страницы.

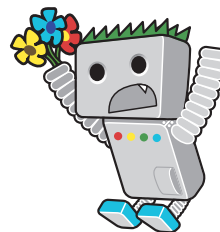
Создайте уникальное описание для каждой страницы

Уникальное описание каждой страницы полезно как для поисковой системы, так и для пользователей: например, если в результатах поиска появятся несколько страниц вашего домена (в особенности при поиске с [оператором site:](#)). Если на вашем сайте тысячи и миллионы страниц, то проставить описания вручную чаще всего невозможно. В этом случае вы можете автоматически создать описание каждой страницы на основании ее содержания.

Не советуем:

- использовать одно и то же описание для всех или почти всех страниц вашего сайта.

Используйте тег описания для того, чтобы предоставить краткое содержание ваших страниц как поисковым системам так и пользователям.



Ссылки

- Секция по анализу контента (англ.)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/new-content-analysis-and-sitemap.html>
- Как запретить поисковым системам отображать данные ODP
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>
- Улучшение сниппетов с помощью метатегов `<description>`
<https://sites.google.com/site/webmasterhelpforum/ru/stati/kak-ulucsit-opisanie-sajta-v-rezultatah-poiska-pri-pomosi-meta-tega-description>
- Оператор “site:” (англ.)
<http://www.brianwhite.org/007/04/7/google-site-operator-an-ode-to-thee/>

Структура URL сайта

Простые URL лучше передают информацию о содержании

Использование описательных названий директорий и страниц на сайте не только поможет вам организовать структуру сайта, но также **будет способствовать правильному сканированию** вашего сайта поисковыми системами. Более “дружественная” структура URL выгодно смотрится в ссылках на ваш сайт. Посетителей могут несколько озадачивать длинные URL, напоминающие шифровки.

Подобные ссылки (1) весьма неудобны в использовании. Пользователю будет сложно набрать этот адрес по памяти или вставить в виде ссылки. Также пользователь может выкинуть “ненужную” часть URL, особенно если эта часть состоит из непонятных **параметров**, и оставшаяся часть ссылки получится битой.

Некоторые пользователи могут давать ссылку на вашу страницу, используя структуру URL в качестве анкорного текста. **Релевантные слова в URL дают пользователям и поисковым системам больше информации о странице, чем бессистемный параметр или набор символов** (2).

URL в результатах поиска

И наконец, **помните, что URL страницы отображается в результатах поиска Google после названия страницы и сниппета**. Так же как в случае с названием и сниппетом, слова, соответствующие поисковому запросу, будут выделены жирным шрифтом (3) (**Примечание.** Google.ru автоматически распознает транслит в URL). Справа приведен пример URL страницы нашего сайта, содержащей новогодние открытки. Слова в URL говорят поисковой системе больше, чем сказал бы **ID** вроде “www.moyastranaotkrytok.ru/content/3101/”.

Google с успехом сканирует сайты с любой структурой URL, но если вы уделите немного времени созданию простой и понятной структуры URL, то это оценят как поисковые системы, так и пользователи. Некоторые веб-мастера преобразуют **динамические страницы** в статические. Google одобряет эту практику, но это сложная процедура, которая, будучи проведена неправильно, может существенно

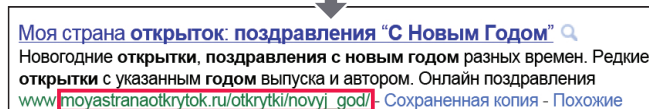
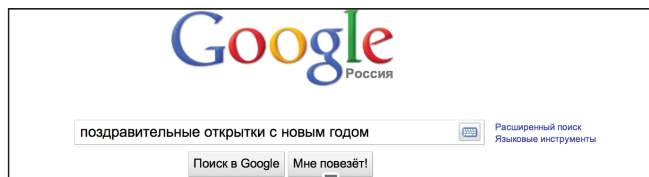
затруднить сканирование вашего сайта. Если вы хотите узнать больше о правильной структуре URL, то прочитайте [статью о создании удобной для Google структуры URL-адресов](#) из нашей Справки для веб-мастеров.



(1) Такой URL на нашем сайте вряд ли понравится пользователям.



(2) В приведенном примере, содержимое страницы объясняется архитектурой ссылки.



(3) Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]. Наша страница появляется в результатах поиска, URL сайта находится под заголовком и сниппетом.

Глоссарий

Сканирование

Обработка веб-сайтов роботами поисковых систем с целью индексации содержания сайтов.

Параметр

Информация, содержащаяся в URL, которая определяет поведение сайта.

ID (ID сессии)

Данные, предназначенные для идентификации и/или управления поведением пользователя.

301 переадресация

HTTP-код статуса (см. страницу 1). Принудительно перенаправляет посетителя на определенный URL.

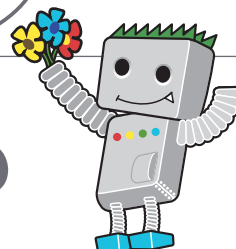
Субдомен

Тип домена, используемый для обозначения категории, которая находится в рамках обычного домена (см. страницу 6).

Корневой каталог

Самый верхний каталог в древовидной структуре сайта.

Выбирайте URL, которые понятны пользователям и поисковым системам



Практические советы

Используйте слова в URL

URL, состоящие из слов, соответствующих теме и структуре вашего сайта, улучшают навигацию пользователей по сайту. Они легко запоминаются, и на них удобнее давать ссылку.

Не советуем:

- использовать длинные URL с ненужными параметрами и идентификаторами сессии;
- использовать общие названия страниц, например "page1.html";
- наполнять URL набором ключевых слов, например "cards-otkrytki-prazdniki-otpravil-pozdravleniya.html".

Создайте упорядоченную структуру сайта

Используйте такую структуру сайта, при которой контент будет упорядочен и пользователю будет легко в нем ориентироваться. Постарайтесь разделять разные типы контента по разным директориям.

Не советуем:

- использовать большое количество вложенных директорий, например ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html";
- использовать названия директорий, не имеющие никакого отношения к их содержанию.

Предоставляйте только одну ссылку, указывающую на документ

Чтобы не получилось так, что некоторые пользователи ссылаются на одну версию URL, а некоторые на другую версию (это может "разбить" ценность данного контента на две страницы), используйте только один URL для обращения к документу в структуре и внутренних ссылках на вашем сайте. Если вы обнаружите, что пользователи ссылаются на один и тот же документ через разные URL, установите **301-перенаправление** с нежелательного URL на основной. Если использование перенаправления невозможно, используйте канонические URL или используйте атрибут `rel="canonical"`.

Не советуем:

- предоставлять одну и ту же страницу в **корневом каталоге** и в **субдомене** (например "domain.com/page.htm" и "sub.domain.com/page.htm");
- использовать ненужные заглавные буквы в URL (пользователи привыкли к строчным буквам в URL и лучше их запоминают).

Ссылки

• Динамические ссылки

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=40349>

• Создание удобной для Google структуры URL-адресов

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=76329>

• 301-перенаправление

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93633>

• rel="canonical"

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=139394>

Навигация по сайту

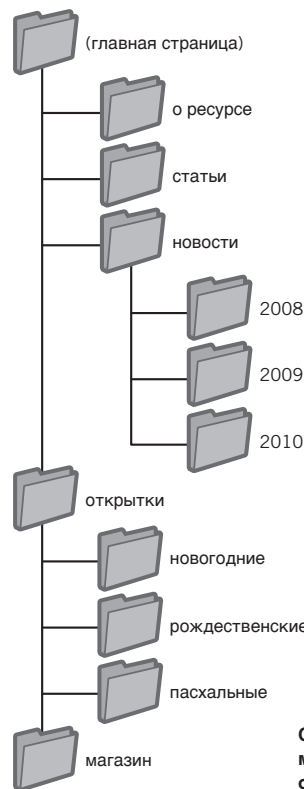
Навигация важна для поисковых систем

Простота навигации крайне важна для веб сайта, так как она позволяет пользователю быстро находить нужную информацию. Поисковым системам также небезразлично то, как веб-мастер указывает на важность того или иного контента с помощью навигации. Несмотря на то, что Google ищет информацию на уровне страниц, ему также немаловажно понимать роль конкретной страницы в структуре сайта.

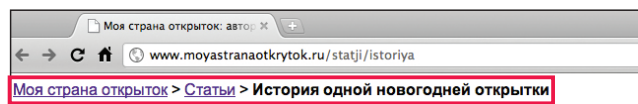
Создавайте навигацию по сайту основываясь на стартовой странице

На любом сайте есть стартовая или “главная” страница, на которую чаще всего заходят пользователи, и которая является исходной для навигации по сайту. Если ваш сайт содержит более чем пару страниц, то **следует задуматься о том, как пользователь сможет перейти с главной страницы на страницы с более специфическим содержанием.** Если у вас достаточное количество узкотематических страниц, то стоит создать отдельную страницу навигации по этой теме (то есть стартовая страница -> список тематических страниц -> специфическая тема).

У вас на сайте сотни продуктов, которые необходимо рассортировать по директориям и каталогам?



Структура нашего маленького сайта открыток



(1) Навигационная цепочка на одной из страниц нашего сайта

Используйте навигационные цепочки для большего удобства пользователей

Навигационная цепочка (так называемые “хлебные крошки”) — это цепочка внутренних ссылок в верхней или нижней части страницы. **Она помогает пользователю быстро переходить к предыдущему разделу или корневой папке** (1). В большинстве навигационных цепочек ссылка на корневую папку (или стартовую страницу) идет первой, далее слева направо идут целевые директории.

Глоссарий

404 (ошибка “страница не найдена”)

HTTP-код статуса (см. страницу 12). Означает, что серверу не удалось найти веб-страницу, запрашиваемую браузером.

XML Sitemap

Список страниц на определенном веб-сайте. После создания и отправления этого списка, Google становится известно обо всех страницах на веб-сайте, включая все URL, которые могут не определиться при обычном процессе сканирования.

Предусмотрите возможность удаления части URL

Учитывайте те случаи, когда пользователь вводит неправильный URL. Многие пользователи могут непредвиденно перемещаться по сайту, и это стоит принимать во внимание. Например, **вместо того, чтобы использовать навигационную цепочку на странице, пользователь просто отрежет кусок URL, в надежде найти корневую папку данной категории.** Например, он будет на странице http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/vintage/prazdniki/novy_god.html, а затем введет в адресную строку браузера <http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/vintage/> в надежде получить список всех старинных открыток. Ваш сайт подготовлен к подобным запросам, или выдаст ошибку 404 ("страница не найдена")? А что случится если когда пользователь введет в строку поиска такой адрес <http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/>

Приготовьте карту сайта для пользователей и XML-файл Sitemap для поисковых систем.

Карта вашего сайта – это простая страница, которая содержит структуру вашего веб-сайта и обычно состоит из многоуровневого списка страниц. Посетители могут обращаться к этой странице, если они затрудняются найти нужные им разделы. Несмотря на то, что поисковые роботы посещают данную страницу и используют ее для сканирования, нацелена она прежде всего на посетителей.

Файл Sitemap в формате XML, который вы можете добавить через [Инструменты для Веб-мастеров Google](#), облегчает поисковику Google сканирование вашего сайта. Файл Sitemap также является способом сообщить Google о том, какой вид URL вы предпочитаете для своего сайта: например, <http://moyastranaotkrytok.ru/> или <http://www.moyastranaotkrytok.ru/>.

Примечание. Прочитайте статью нашего справочного центра об [основном домене](#). Google принимал участие в создании [скрипта-генератора файлов Sitemap](#), который поможет вам создать файл Sitemap для вашего сайта. [Подробную информацию о файлах Sitemap](#) можно найти в нашем справочном центре для веб-мастеров.



(2) Пользователи могут перейти в папку верхнего уровня, стерев часть URL

Карта сайта

Администрация:

- [Новости](#)
- [О ресурсе](#)
- [Поддержка](#)

Открытки:

- [На праздники](#)
- [На юбилей](#)
- [На важные события](#)

Дополнительно:

- [Магазин винтажных открыток](#)
- [Идеи для подарков](#)
- [Статьи](#)

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
<url>
<loc>http://www.moyastranaotkrytok.ru/</loc>
<changefreq>daily</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>http://www.moyastranaotkrytok.ru/novosti/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.moyastranaotkrytok.ru/novosti/2008/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.moyastranaotkrytok.ru/novosti/2009/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.moyastranaotkrytok.ru/novosti/2010/</loc>
</url>
</urlset>
```

Примеры HTML-карты сайта и Sitemap в формате XML. HTML-карта сайта позволяет пользователям легко найти информацию, которую они ищут. XML Sitemap позволяет поисковым системам найти страницы на вашем сайте.

Ссылки

• Инструменты для Веб-мастеров Google

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=ru>

• Что такое основной домен

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=44231>

• Скрипт-генератор файлов Sitemap

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=34634>

• Подробная информация о файлах Sitemap

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184>

Навигация по сайту

Практические советы

Создайте естественную иерархию

Упростите переход от общего материала сайта к тематическому, так как пользователи ищут именно его на вашем сайте. Добавьте навигационные страницы, если они необходимы, и включите их во внутреннюю систему ссылок.

Не советуем:

- создавать сложную сеть навигационных ссылок, например, добиваться того, чтобы каждая страница сайта ссылалась на каждую страницу;
- слишком увлекаться разбиением контента на подкатегории, затрудняющие простой и интуитивный доступ пользователя к необходимой ему информации.

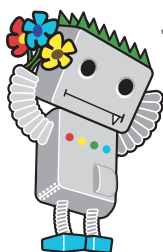
Используйте преимущественно текстовую навигацию

Навигация, построенная на текстовых ссылках, существенно облегчит сканирование вашего сайта поисковыми системами. Многие пользователи также предпочитают текстовые ссылки другим видам навигации, особенно, если учесть то, что не все браузеры правильно понимают **Flash** и **JavaScript**.

Не советуем:

- строить навигацию исключительно на JavaScript (**меню**, графика и анимация), так как не все поисковые системы могут обрабатывать подобные ссылки. Наличие простых текстовых ссылок на все страницы существенно улучшит **доступность** вашего сайта для пользователей.

Примечание. Прочитайте статью нашего справочного центра о том, как [google распознает нетекстовое содержимое](#).



Для удобной навигации
самое важное — простота
использования

Глоссарий

Flash

Интернет-технология или программное обеспечение от Adobe Inc., позволяющее создавать интернет-содержание с использованием звука, видео и анимации.

JavaScript

Язык программирования. С его помощью можно добавлять динамические объекты на веб-страницы. Используется во многих веб-службах.

Раскрывающееся меню

Меню, содержание в котором можно выбирать. При нажатии на меню раскрывается список с элементами для выбора.

Доступность

Возможность пользователям и поисковым системам получать доступ к содержанию и его обрабатывать.

Взаимодействие пользователя с системой

Общее впечатление пользователя от работы с продуктами, службами и т.д. При этом важны такие характеристики, как, например, удовольствие, удобство и комфорт.

HTTP-код статуса

Код, посылаемый сервером в ответ на запрос к нему компьютеров. Этот код представляет собой трехзначное число с определенным значением.

Практические советы

Разместите на сайте html-карту сайта и файл Sitemap в формате XML

Наличие простой карты сайта со ссылками на все или самые важные страницы (если страниц сотни и тысячи) может быть очень полезным. Файл Sitemap в формате XML упростит сканирование сайта поисковыми пауками.

Не советуем:

- позволять html-карте сайта устаревать и обрастать битыми ссылками;
- перечислять страницы в html-карте, не организовывая их по темам или категориям.

Создайте информативную страницу 404

Время от времени, следуя по битой ссылке или неправильно введя URL, ваши пользователи будут попадать на [страницу 404](#). Ваша собственная страница 404, предлагающая пользователю перейти на рабочую страницу сайта, сделает ваш сайт более **удобным для пользователя**. Ваша страница 404 может содержать ссылку на главную страницу, а так же ссылки на популярные или релевантные страницы вашего сайта. Google разработал [специальный виджет для страницы 404](#), позволяющий автоматически наполнять ее множеством полезных функций.

[Найти URL, вызывающие ошибку 404](#) вы можете с помощью инструментов для веб-мастеров Google.

Не советуем:

- позволять поисковым системам индексировать вашу страницу 404 (убедитесь что ваш веб-сервер настроен на ответ **статусом 404** при запросе несуществующей страницы);
- не предоставлять страницу 404 вообще, или помещать на нее только короткое сообщение "Не найдено", "404";
- использовать для страницы 404 дизайн отличающийся от дизайна вашего сайта.

Ссылки

- **Как Google распознает нетекстовое содержание**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72746>
- **Собственная страница 404**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93641>
- **Специальный виджет для страницы 404**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/08/make-your-404-pages-more-useful.html>
- **Как найти URL, вызывающие ошибку 404**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>

- **Статус 404 при ответе веб-сервера**
<http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>

Качественный контент и сервисы

Популярность интересных сайтов возрастает сама по себе

Качественный и конкурентоспособный контент – это то, что способно повлиять на позиции вашего сайта гораздо сильнее чем все вышеописанные факторы (1). Пользователи знают толк в качественных сайтах, и могут рекомендовать понравившийся сайт другим пользователям в блогах, форумах, **социальных сетях**, электронных письмах. Естественная реклама и рекомендации от одного пользователя к другому повышают репутацию вашего сайта как среди пользователей, так и поисковых машин. Добиться этого эффекта без качественного контента невозможно.

Учитывайте, что пользователи могут воспринимать информацию по-разному, и создавайте уникальный контент

Подумайте о том, какие слова выберет пользователь, чтобы найти ваш контент. Пользователи с разным уровнем заинтересованности в теме могут использовать разные ключевые слова в своем поисковом запросе. Например, коллекционеры открыток, скорее всего, будут искать открытки по жанрам, годам или авторам, например *[советские открытки 50-х годов]*, в то время как пользователи, которые просто ищут сервис, предоставляющий отправку электронных открыток, скорее всего введут названия праздников или общие описания, например *[прикольные открытки]*. **При создании контента следует учитывать различия в подходе пользователей к поиску для достижения оптимальных результатов.** **Google AdWords** предоставляет удобный **Анализатор Ключевых Слов**, который находит новые комбинации ключевиков для вашей страницы и позволяет вычислить их поисковую частотность (2). В Инструментах для веб-мастеров можно найти **список поисковых запросов**, по которым пользователи приходят на ваш сайт. Попробуйте создать новый, не имеющий аналогов сервис. **Вы можете написать уникальное исследование, рассказать о сенсационных новостях или использовать творческий потенциал своих пользователей.** Может быть, вы сделаете что-то такое, на что у других не хватает опыта или ресурсов.

Глоссарий

Социальная сеть

Веб-служба, объединяющая пользователей в сообщество.

Среда, 1 декабря, 2010
Редкие рождественские открытки

Сайт «Моя страна открыток» порадовал редкими русскими **рождественскими открытками начала века**. Какой чудесный подарок всем, у кого душа просит прекрасного, а окружающая действительность винтажного. Не забудьте поздравить своих близких и любимых с наступающим праздником!

Опубликовано: QRBG121-ян, 15:45

(1) Владелец блога находит сайт и рекомендует его в своем блоге

Подбор ключевых слов

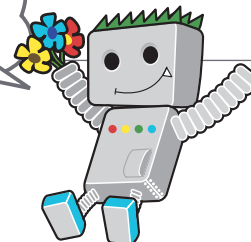
Добавить ключевые слова | Сохранить в файл | Оценить поисковый трафик | Просмотреть в виде текста | Показать результаты

Сортировать по параметру: Релевантность | Столбцы

Ключевое слово	Уровень конкуренции	Кол-во запросов в месяц (весь мир)	Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)	Динамика запросов в целевых регионах
открытки		24 900 000	550 000	
поздравления		2 740 000	1 500 000	
поздравительные		2 740 000	49 500	
поздравление		550 000	135 000	
новый год		823 000	550 000	
рождество		37 200 000	301 000	
пасха		246 000	110 000	
открытки с днем рождения		135 000	74 000	
новый год 2009		8 100	6 800	
новогодние поздравления		74 000	40 500	
китайский новый год		8 100	4 400	
прикольные поздравления		246 000	165 000	
стихи новый год		40 500	27 100	
поздравительные стихи		8 100	5 400	
смс поздравление		165 000	90 500	
виртуальные открытки		12 100	6 800	
прикольные поздравления		8 100	4 400	
поздравительные открытки		1 500 000	27 100	
новый год 2010		110 000	74 000	
рождество картинки		22 200	6 800	
открытки новый год		22 200	12 100	

(2) Анализатор Ключевых Слов от Google AdWords поможет вам найти ключевые слова на вашем сайте и вычислить их поисковую частотность.

Основное внимание следует уделять улучшению содержания и услуг вне зависимости от типа сайта



Практические советы

Пишите легкий для чтения текст

Пользователям нравится, когда текст на сайте легко читается.

Не советуем:

- размещать корявый текст, с грамматическими ошибками;
- размещать текст в виде изображений (поисковая система не сможет его распознать).

Не отходите от темы

Лучше всего организовывать контент так, чтобы пользователь видел, где заканчивается одна тема и начинается другая. Разделение содержания на логические группы помогает пользователю легче находить нужное.

Не советуем:

- сваливать большое количество текста на разные темы в одну большую кучу без какого-либо разделения на темы или параграфы.

Создавайте новый, уникальный контент

Новый контент заставит постоянных пользователей возвращаться на ваш сайт снова и снова, а также приведет новых пользователей.

Не советуем:

- собирать (или даже просто копировать) существующий контент, не несущий никакой дополнительной информации для пользователей;
- частично или полностью наполнять сайт копиями одинаковых страниц;

Примечание. Прочитайте статью нашего справочного центра о [повторяющемся содержании](#).

Создавайте контент для пользователей, а не для поисковых машин

Наилучший результат можно обеспечить, создавая сайт для пользователей и не забывая про доступность для поисковых систем.

Не советуем:

- наполнять страницы большим количеством ключевиков, предназначенных для поисковых систем, делающих содержимое сайта бесполезным и нечитабельным для пользователей,
- помещать на страницы бесполезные для пользователей блоки текста вроде “ошибочные запросы, часто приводящие пользователей на эту страницу”,
- [скрывать часть текста от пользователей](#) и показывать его только поисковым машинам.

Ссылки

- **Инструмент для подбора ключевых слов**
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
- **Ведущие поисковые запросы**
<http://www.google.ru/webmasters/edu/quickstartguide/sub1guide5.html>

- **Повторяющееся содержание**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66359>
- **Скрытие текста от пользователей**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66353>

Релевантный анкорный текст

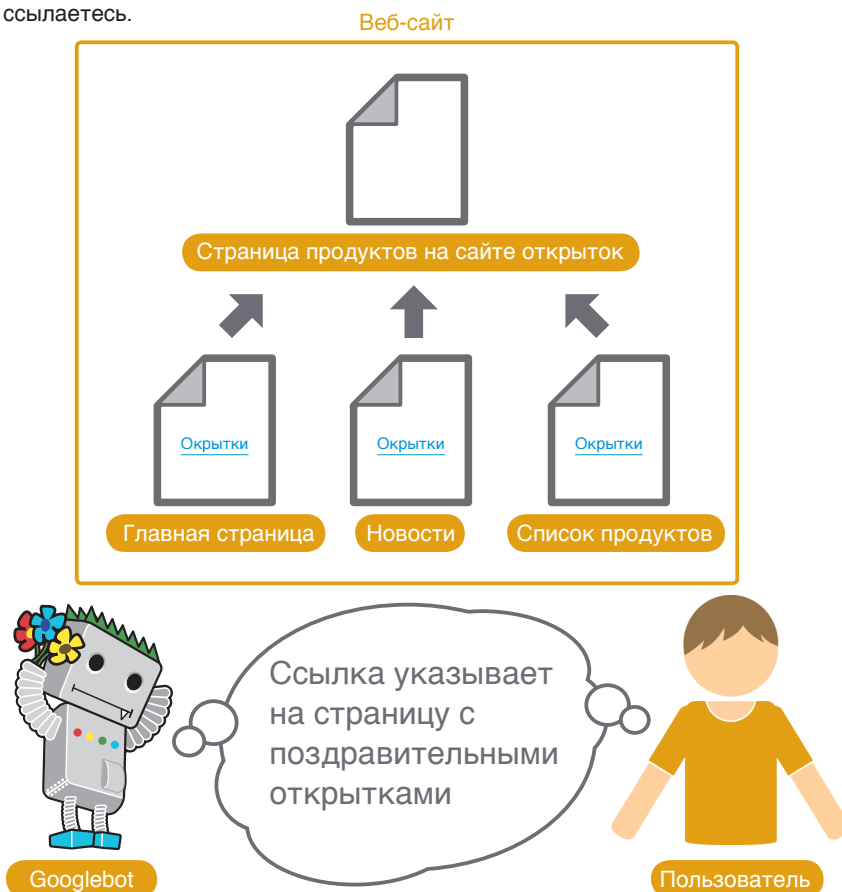
Подходящий анкорный текст позволяет легко передать суть содержания, находящегося по ссылке

```
<a href="http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj_god/">Новогодние  
открытки</a>
```

Этот анкорный текст точно описывает содержание страницы

Анкорный текст – это текст, который пользователь видит в качестве описания ссылки, он помещается в тег `анкорный текст`

Анкорный текст рассказывает Google о странице, на которую вы ссылаетесь. Ссылки на странице могут быть внутренними (ссылаться на другие страницы сайта) или внешними (ведущими на другие сайты). В любом случае, чем лучше ваш анкорный текст, тем легче пользователю ориентироваться, и тем понятнее поисковой системе, о чем страница, на которую вы ссылаетесь.



Благодаря правильному анкорному тексту как пользователи, так и поисковые системы смогут легко разобраться в содержимом страницы, на которую указывает ссылка.

Глоссарий

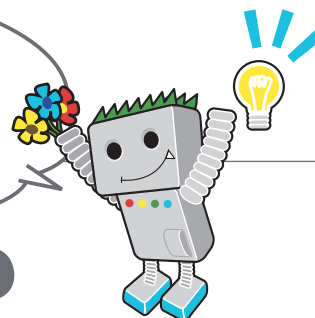
CSS

Аббревиатура CSS расшифровывается как Cascading Style Sheets (каскадные таблицы стилей). Это язык, который используется для определения формата и внешнего вида веб-страниц.

Стиль текста

Форматирование, такое как шрифт, размер и цвет текста.

И пользователям, и
поисковым системам
нравится простой для
понимания текст



Практические советы

Пишите информативные анкоры

Анкорный текст должен содержать хотя бы краткую информацию о странице по ссылке.

Не советуем:

- использовать в качестве анкорного текста общие слова вроде “страница”, “статья”, или “кликните здесь”;
- использовать анкорный текст, не имеющий никакого отношения к материалу по ссылке;
- использовать URL страницы в качестве анкорного текста (хотя возможны исключения, например, если нужно прорекламировать новый адрес сайта).

Стремитесь к краткости

Ваша цель – короткий и информативный текст, обычно одна точная фраза.

Не советуем:

- писать длинный анкорный текст, например целое предложение или параграф.

Выделяйте ссылки

Сделайте анкорный текст ссылок визуально отличимым от обычного текста вашего сайта. Пользователя вводят в заблуждение малозаметные ссылки или ссылки, на которые он может нажать случайно.

Не советуем:

- использовать для ссылок стиль **CSS**, визуально неотличимый от обычного текста страницы.

Не забывайте про анкорный текст для внутренних ссылок

Возможно, вы уделяете внимание прежде всего ссылкам, указывающим на другие веб-сайты, но внутренние ссылки не менее важны, так как они помогают Google лучше сканировать ваш сайт.

Не советуем:

- наполнять анкорный текст большим количеством ключевых слов;
- ставить лишние ссылки, не имеющие навигационной ценности для пользователей.

Оптимизация изображений

Информацию о изображениях передает атрибут “alt”

Изображения часто кажутся одним из самых простых элементов сайта, но их использование также можно оптимизировать. Каждому изображению соответствует имя файла и атрибут “alt”. Оба эти элемента полезны. **Атрибут “alt” позволяет ввести текст, который будет отображаться, если изображение по какой-либо причине невозможно показать** (1).

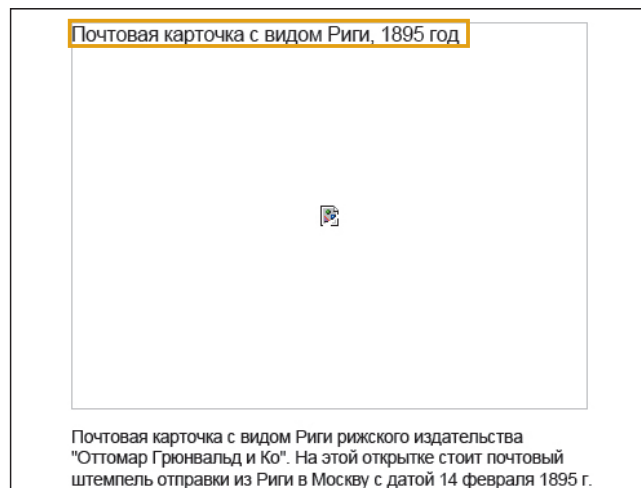
Зачем используется этот атрибут? Если пользователь просматривает ваш сайт через браузер с отключенными картинками или использует **программу чтения текста с экрана**, **alt-текст будет служить описанием изображения**.

Alt-текст также используется в графических ссылках. В таком случае он обрабатывается поисковыми системами как анкорный текст ссылки. Несмотря на это, мы не советуем использовать большое количество графических ссылок для навигации по вашему сайту, так как текстовые ссылки справляются с этой ролью не хуже. Ну и, наконец, грамотное описание изображения в теге alt вместе с информативным именем файла помогают системам поиска картинок, таким как [Поиск Картинок Google](#), проиндексировать изображения с вашего сайта.

Файлы следует хранить в отдельных директориях, и сохранять их в общедоступных форматах

Вместо того, чтобы хранить файлы изображений по разным директориям и субдиректориям на домене, **следует собрать их все в одну папку** (например, *moyastranaotkrytok.ru/images/*). Это упрощает путь к графическим файлам.

Используйте широко поддерживаемые типы файлов. Большинство браузеров поддерживают графику в формате [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#), и [BMP](#). Также неплохо если расширение файла совпадает с его типом.



(1) Изображение не было показано по какой-то причине, но зато, был показан alt-текст.



(2) Когда все изображения хранятся в одной папке, к ним легче определить пути.

Глоссарий

Программа чтения с экрана

Программное обеспечение, которое позволяет произносить информацию, изображенную на экране, или выводить ее шрифтом Брайля.

Практические советы

Используйте короткие и информативные имена файлов и alt-текст

Как любые другие компоненты веб-страницы, имена графических файлов и alt-текст лучше всего работают, будучи краткими и содержательными.

Не советуем:

- использовать общие названия файлов "image1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" (для сайтов с тысячами изображений можно использовать автоматическую систему переименования файлов);
- слишком длинные имена файлов;
- наполнять alt-текст большим количеством ключевых слов или вставлять в него целые предложения.

Используйте alt-текст для графических ссылок

Если вы хотите использовать графические ссылки, alt текст сообщит Google информацию о странице по ссылке.

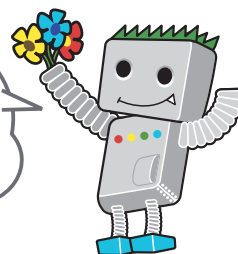
Не советуем:

- писать чрезмерно длинный alt-текст;
- использовать для навигации на сайте только графические ссылки.

Создайте файл Sitemap для графических файлов

[Файл Sitemap](#) для изображений может предоставить поисковому пауку больше информации о изображениях на сайте. Его структура напоминает структуру файла Sitemap в формате XML для веб-страниц.

Научитесь
оптимизировать
изображения на
своем сайте



Ссылки

- **Google Картинки**
<http://images.google.ru/>
- **JPEG**
<http://ru.wikipedia.org/wiki/JPEG>
- **GIF**
<http://ru.wikipedia.org/wiki/GIF>

- **PNG**
<http://ru.wikipedia.org/wiki/PNG>
- **BMP**
<http://ru.wikipedia.org/wiki/BMP>
- **Добавление информации об изображении в файл Sitemap**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=178636>

Тэги заголовков для важного текста

Используйте тэги заголовков для выделения важного текста

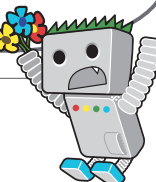
Теги заголовков (их не следует путать с HTML-тегом `<head>` и **заголовками HTTP**) используются для формирования структуры страницы для пользователей. Теги заголовков бывают шести размеров, начиная с самого крупного: `<h1>`, и заканчивая наименее важным `<h6>` (1).

Заклученный в теги заголовков текст обычно увеличивается по сравнению с остальным текстом на странице, что **указывает на его важность и может помочь понять что-то о типе содержания под текстом заголовка**. Благодаря различным размерам разных уровней заголовков создается иерархическая структура контента, упрощающая навигацию по странице для пользователей.

```
</head>
<body>
<h1>Моя страна открыток</h1>
<h2>Новости - Целый клад старых открыток найден в старом амбаре</h2>
<p>Недавнего покупателя загородного участка ждал приятный сюрприз...
старинные открытки стоимостью в тысячи рублей в амбаре. Открытки были
переложены газетами и сохранились ... в практически идеальном состоянии.
После ... открытки своему внуку, вместо того, чтобы продавать их.</p>
```

(1) На странице с сообщением из новостей можно разместить название сайта в теге `<h1>`, а заголовок сообщения - в теге `<h2>`

Теги заголовков — важный компонент веб-сайта, привлекающий внимание пользователя, поэтому будьте особо внимательны при их использовании



Практические советы

Представьте, что вы пишете тезисы

Подобно тезисам в статье или газете текст вашей страницы имеет основную тему и подпункты, ее развивающие. Продумайте их и отметьте с помощью разных заголовков.

Не советуем:

- размещать в тегах заголовков текст, не имеющий навигационной ценности;
- использовать теги заголовков там, где больше подошли бы теги `` или ``;
- беспорядочно переключаться от заголовков одного размера к другому.

Не разбрасывайтесь заголовками

Используйте заголовки только там, где они действительно необходимы. Слишком большое количество заголовков на странице дезориентирует пользователя и затрудняет понимание того, где заканчивается одна тема и начинается другая.

Не советуем:

- засорять страницу лишними заголовками;
- помещать весь текст страницы в тег заголовка;
- использовать заголовки только для стилизации текста, без определения структуры страницы.

Глоссарий

Заголовки HTTP

Различные данные, которые передаются перед отправкой непосредственно самой информации по протоколу HTTP (протоколу передачи гипертекста).

Тег HTML для выделения текста. В соответствии со стандартом с помощью данного тега определяется наклонный шрифт.

Тег HTML для сильного выделения текста. В соответствии со стандартом с

помощью данного тега определяется жирный шрифт.

Подстановочный знак

Знак звездочки (*) заменяет любой символ или строку символов.

HTACCESS

Файл доступа, с помощью которого можно управлять конфигурацией веб-сервера.

Логи реферреров

Информация о ссылающихся доменах записывается в журнал доступа. При анализе журнала можно определить, с каких сайтов пришли посетители.

Файл robots.txt

Доступ к страницам для программы-сканера можно при помощи файла robots.txt

Файл “robots.txt” сообщает поисковым системам о том, какие части вашего сайта открыты для их доступа и индексации (1). Этот файл, который обычно называется “robots.txt”, помещается в корневую директорию сайта (2).

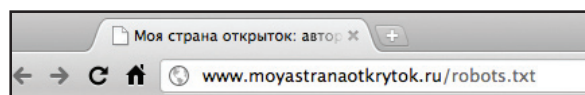
Вы можете запретить доступ поисковых роботов к тем частям вашего сайта, которые сочтете неинтересными для пользователей поисковых систем. Если вы хотите запретить поисковым системам доступ к страницам вашего сайта, то можете воспользоваться удобным [генератором файлов robots.txt](#) из инструментов для веб-мастеров Google. Учтите, что в случае, если ваш сайт содержит поддомены и вы хотите запретить сканирование страниц на них, то вам придется создать отдельный robots.txt для поддомена. [Больше информации об использовании файла robots.txt](#) можно найти в Справочном Центре для Веб-мастеров.

Есть и другие способы запретить индексацию частей сайта, например, с помощью атрибута “NOINDEX” в метатеге robots,

закрытия частей сайта паролем через [файл .htaccess](#) и удаления уже проиндексированного контента через инструменты для веб-мастеров. Лучше понять [тонкости блокировки отдельных URL](#), вам поможет видео от Мэтта Каттса.

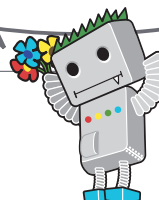
```
User-agent: *
Disallow: /kartinki/
Disallow: /poisk
```

(1) Всем поисковым роботам (обозначается [символом *](#)) запрещен доступ к директории /kartinki/ или любому URL, начинающемуся с /poisk



(2) Адрес нашего файла robots.txt

Разберитесь, какую информацию предоставлять поисковым системам, а какую — нет



Практические советы

Используйте надежные методы ограничения доступа к конфиденциальной информации

Не стоит полагаться на robots.txt при блокировании конфиденциальной или секретной информации. Во-первых, поисковые системы все еще могут помещать ссылку на заблокированные вами страницы, не указывая заголовок или сниппеты, если где-то в сети есть ссылки на этот материал (например в [логах реферреров](#)). Во-вторых, нестандартные поисковые системы или поисковые системы, не поддерживающие [стандарты доступа для роботов](#), могут игнорировать инструкции из robots.txt. И, наконец, любопытный пользователь может заглянуть в файл robots.txt вашего сайта и увидеть, какие директории вы хотите скрыть. Шифровка контента и установка паролей через файл .htaccess — гораздо более надежные способы.

Не советуем:

- разрешать индексацию страниц поиска и им подобных;
- пользователи не любят с одной страницы поиска переходить на другую без особой полезной информации;
- разрешать индексацию страниц, сгенерированных [прокси-сервером](#).

Ссылки

- [Генератор файла “robots.txt”](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/03/speaking-language-of-robots.html>
- [Использование файлов “robots.txt”](#)
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156449>
- [Тонкости различных методов блокировки URL](#)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/01/remove-your-content-from-google.html>

Стандарт исключения роботов

Соглашение по запрещению доступа программ сканирования, таких как Googlebot, полностью или частично к сайту, который открыт для просмотра посетителям.

Прокси-сервер

Компьютер, который служит соединительным звеном между внутренней и внешней сетью, или программное обеспечение, которое выполняет данную роль.

Атрибут rel="nofollow"

Бороться со спамом в комментариях можно при помощи атрибута "nofollow"

Использование атрибута rel="nofollow" сигнализирует Google о том, что роботу не следует переходить по некоторым ссылкам на вашем сайте или передавать этим страницам репутацию вашего сайта. Атрибут rel="nofollow" добавляется в анкорный текст ссылки (1).

Когда это может пригодиться? Если на вашем сайте есть блог, открытый для комментариев, то в этих комментариях вполне могут появиться ссылки на сайты, с которыми вам не хочется иметь ничего общего. Поля открытых комментариев на сайтах вообще крайне уязвимы для спамеров (2). Nofollow для нежелательных ссылок гарантирует вам то, что вы не рискуете поделится чистотой своей репутации с сомнительным сайтом.

Автоматически добавляйте "nofollow" в поля комментариев и на форумах

Большинство движков для блогов автоматически ставят nofollow на комментарии, а те, которые этого не делают, можно настроить соответствующим образом. Этот совет касается любых разделов вашего сайта, на которых пользователи могут сами добавлять контент, например гостевых книг, форумов, мини-чатов и т.д. Если вы не против поддержать сайты, на которые ссылается пользователь (то есть вы доверяете пользователям) то в nofollow для ссылок нет необходимости. Однако следует учесть, что **ссылки на сомнительные сайты могут повлиять на репутацию вашего сайта в Google**. В Справочном Центре для Веб-мастеров описаны некоторые **способы борьбы со спамом в комментариях**, например с помощью CAPTCHA или модерирования комментариев.

```
<a href="http://www.seroeseo.com" rel="nofollow">Спам в комментариях</a>
```

(1) Если вы ссылаетесь на сайт, которому не доверяете, используйте nofollow.

Комментарии: 1

Брокер форекс пишет...

Отличный сайт, спасибо! [Услуги форекс](#) не хотите?

Опубликовано: 1 декабря, 15:45

(2) Спамер оставляет комментарий со ссылкой, рассчитывая получить часть репутации нашего сайта.

Просмотр

QRBG121 пишет... [Изменить](#)

Вот спасибо! Наконец-то я нашла то, что давно искала!

2 декабря 2010 г. 7:51

[Добавить фотографию в профиль](#)

Проверка слова

galingn

[Отправить комментарий](#)

(3) Пример CAPTCHA на платформе Google для блогов, Blogger. Это визуальный тест, позволяющий убедиться в том, что комментарий оставляет человек, а не машина.

Глоссарий

Спам в комментариях

Беспорядочные сообщения в блогах, на форумах, досках объявлений и т.д., которые не имеют отношения к содержанию этих веб-сайтов.

Проверка по слову (CAPTCHA)

Полностью автоматизированный открытый тест Тьюринга по распознаванию людей и машин.

Об использовании “nofollow” для элементов контента, целых страниц и т.д.

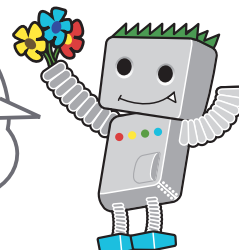
Другой случай использования nofollow применим тогда, **когда в статье на своем сайте вы желаете сослаться на другой сайт, но не хотите делиться с ним своей репутацией**. Например, вы пишете в своем блоге о спаме в комментариях и упоминаете веб-сайт, который недавно рекламировался таким образом. Вы хотите предупредить других об этом сайте, поэтому даете на него ссылку, но ни в коем случае не хотите добавлять рейтинг этому сайту. Вот тут-то вам и пригодится nofollow.

Если вы хотите добавить nofollow ко всем ссылкам на странице, то можно использовать nofollow в метатэге robots, который помещается внутрь тега <head> на этой html-странице. В Блоге Центра Веб-мастеров есть полезный пост об [использовании метатэга robots](#). Этот метод записывается как <meta name=“robots” content=“nofollow”>. (4)

```
<html>
<head>
<title>Моя страна открыток: авторские поздравительные открытки,
электронные поздравления</title>
<meta name=“description” content=“Уникальная коллекция авторских открыток,
открытки на день рождения и праздники, отправьте виртуальное поздравление
друзьям”>
<meta name=“robots” content=“nofollow”>
</head>
<body>
```

(4) Так nofollow добавляется ко всем ссылкам на странице.

Обязательно примите
меры по борьбе со
спам-контентом



Ссылки

- Как избежать спам-контента
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=81749>
- Использование мета-тега для роботов (англ.)
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>

Сайты для мобильных устройств

Настройте мобильные сайты для точной индексации

Мир становится все мобильнее. Сейчас уже невозможно представить жизнь без мобильных телефонов. Все больше пользователей используют возможности интернета, начиная путешествие по Сети со [страницы поиска Google для мобильных устройств](#). Но перед любым веб-мастером встает не совсем простая задача: необходимо, чтобы пользователи увидели определенный сайт в результатах мобильного поиска. **Сайты для мобильных устройств по сравнению со стандартными сайтами отличаются не только по формату отображения, но и по методам управления, а также требуют дополнительных настроек.** Возникающие в связи с этим затруднительные ситуации порой требуют нестандартных решений. При создании сайтов для мобильных устройств зачастую во главу угла ставится удобство их просмотра мобильными пользователями, а не поисковыми системами.

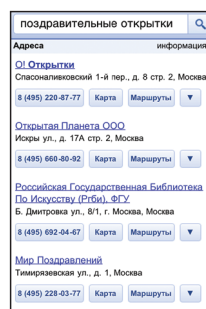
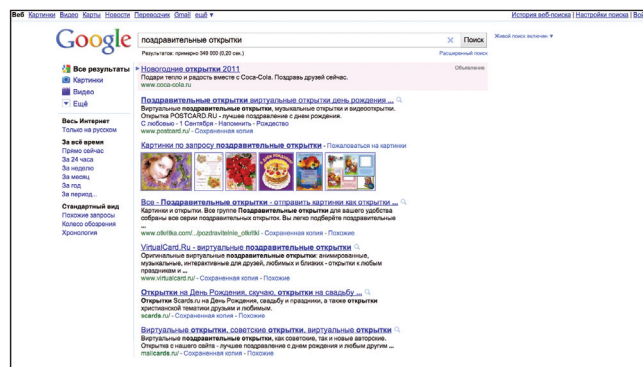
Ниже представлены советы по устранению проблем, если ваш сайт не сканируется и не индексируется должным образом.

Убедитесь, что мобильный сайт индексируется Google

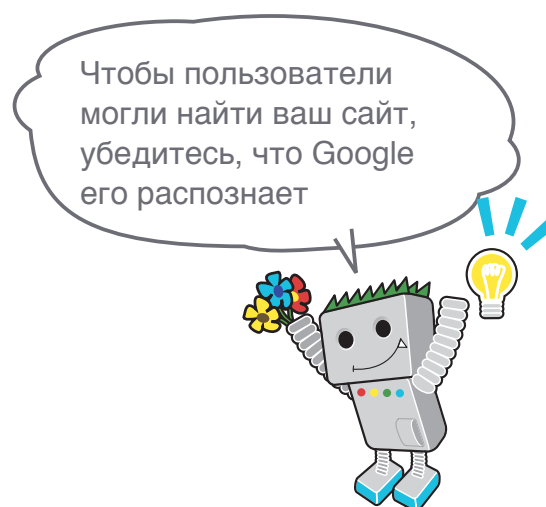
Если ваш сайт не показывается в результатах поиска Google для мобильных устройств даже при использовании оператора ["site:"](#), этому может быть две причины.

1. Роботу Googlebot не удастся найти сайт

Сайт должен быть просканирован роботом Googlebot, прежде чем он будет включен в поисковый индекс. **Если вы только что создали сайт, Google еще не успел об этом узнать.** В этом случае, создайте [файл Sitemap для мобильных устройств](#) и отправьте его Google. Это можно сделать с помощью [инструментов Google для веб-мастеров](#), как и для обычного файла Sitemap.



(1) Пример поиска слов [поздравительные открытки] в Google для обычного (сверху) и мобильного устройства (слева). Результаты мобильного поиска формируются для мобильных устройств и отличаются от "обычных" результатов поиска.



Глоссарий

Sitemap для мобильных устройств

Файл XML Sitemap, который содержит URL страниц для мобильных телефонов. Эта информация позволяет Google узнать о существовании страниц и сканировать их содержимое.

Агент пользователя

Аппаратное и программное обеспечение пользователя, работающего с веб-сайтом.

XHTML для мобильных устройств

Язык разметки на основе HTML, переопределенный как приложение XML и затем расширенный для использования на мобильных устройствах.

Compact HTML (сжатый HTML)

Язык разметки похожий на HTML; используемый для создания веб-страниц для отображения на мобильных телефонах и устройствах PHS и PDA.

2. Роботы Googlebot запрещен доступ к сайту

К некоторым сайтам для мобильных устройств разрешен доступ только с мобильных телефонов, что делает невозможным сканирование сайта роботом Googlebot. Поэтому такой сайт невозможно найти в Google. **Наш поисковый робот для мобильных сайтов называется Googlebot-Mobile**. Чтобы сайт мог быть просканирован, к нему **необходимо дать доступ всем агентам пользователя, включая Googlebot-Mobile** (2). Следует учитывать, что Google может изменить агента пользователя в любое время без предварительного уведомления. Поэтому рекомендуется не указывать в разрешениях именно "Googlebot-Mobile" (текущий агент пользователя). При этом, следует удостовериться, что заголовок агента пользователя содержит строку "Googlebot-Mobile". Также можно [использовать преобразования DNS для подтверждения работы Googlebot](#).

Убедитесь, что Google распознает URL вашего мобильного сайта

После того как робот Googlebot-Mobile просканирует ваши URL, будет проведена проверка, могут ли соответствующие страницы просматриваться на мобильном устройстве. **Страницы, которые будут определены как недоступные для просмотра на мобильном телефоне, не будут включены в индекс мобильного сайта** (несмотря на то, что они могут быть включены в обычный веб-индекс). Множество факторов влияет на то, будут ли страницы признаны доступными для просмотра на мобильных устройствах. Одним из таких факторов является объявление DTD (Doc Type Definition – определение типа документа). Убедитесь, что объявление DTD для страниц представлено в правильном формате, в таком как **XHTML для мобильных устройств** и **Compact HTML** (3). Если формат указан неверно, страница не будет включена в индекс мобильного поиска. Дополнительная информация приведена в [Рекомендациях для веб-мастеров мобильных сайтов](#).

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Android" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow_ua
Order deny,allow
deny from all
allow from env=allow_ua
```

(2) Пример мобильного сайта, в котором запрещен доступ всем устройствам, кроме мобильных. Не забудьте дать доступ агентам пользователя, включая Googlebot-Mobile.

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFOLium//DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapforum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;
charset=Shift_JIS" />
```

(3) Пример DTD для мобильных устройств.

Ссылки

- [Страница мобильного поиска Google](http://www.google.ru/m/)
- [Оператор site:](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35256)
- [Sitemap для мобильных устройств](http://www.google.com/support/webmasters/bin/topic.py?topic=8493)
- [Использование Инструментов Google для веб-мастеров при работе с файлом Sitemap](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184)
- [Использование DNS запросов для подтверждения работы Googlebot](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/09/how-to-verify-googlebot.html)
- [Руководство для веб-мастеров мобильных сайтов](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72462)

Особенности навигации

Поддержка обычной и мобильной версий сайта

Одной из самых распространенных проблем, возникающих при поддержке обеих версий сайта (стандартной и мобильной), является отображение неправильной версии сайта, когда пользователям стандартного компьютера открывается мобильный сайт и наоборот: когда пользователям мобильных устройств открывается обычный сайт. Существует два варианта решения этой проблемы.

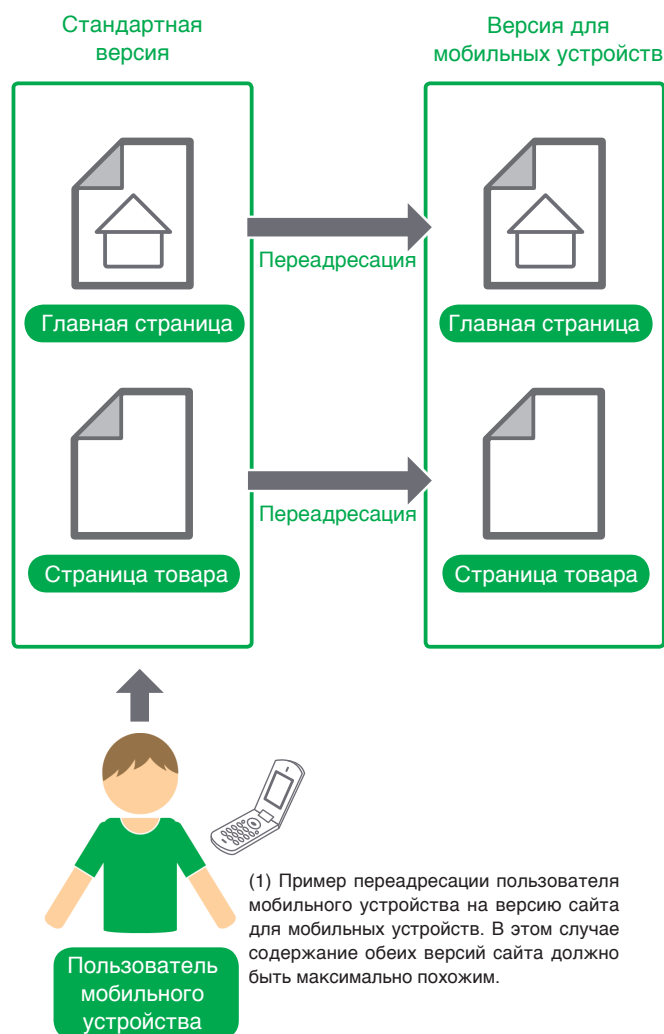
устройств имеется ссылка на соответствующую стандартную страницу. Эти ссылки очень полезны, так как если ограниченной функциональности мобильной версии пользователю не хватает, он легко может перейти на обычную версию сайта.

Переадресация пользователей мобильных устройств на соответствующую версию сайта

При заходе на стандартную версию сайта мобильных браузеров или поисковых роботов (например, Googlebot-Mobile), их можно **переадресовывать** на соответствующую мобильную версию. **Google определяет связь между этими двумя версиями и отображает обычную или мобильную версии в зависимости от типа устройства, с которого обращается пользователь.**

При переадресации пользователей необходимо обеспечивать максимальную схожесть содержания обеих версий сайта (1). Например, у вас имеется интернет-магазин, который можно посетить как с обычного, так и с мобильного устройства. В этом случае **необходимо следить за тем, чтобы при доступе с мобильного устройства происходила переадресация на страницу мобильной версии с тем же товаром, а не на главную страницу мобильного сайта.** Некоторые сайты используют такой тип переадресации с целью повысить ранг сайта в поисковых системах. На самом деле это приводит лишь к понижению ценности сайта для пользователя, и поэтому такой переадресации необходимо тщательно избегать.

Вместе с тем, при доступе на мобильный сайт стандартного браузера или поискового робота Googlebot необязательно производить переадресацию на стандартную версию. Например, [Google](#) не производит автоматическую переадресацию для стандартных браузеров, посетивших мобильную версию сайта. При этом, на сайте для мобильных



Глоссарий

Переадресация

Автоматический переход от одной веб-страницы к другой при просмотре веб-сайта.

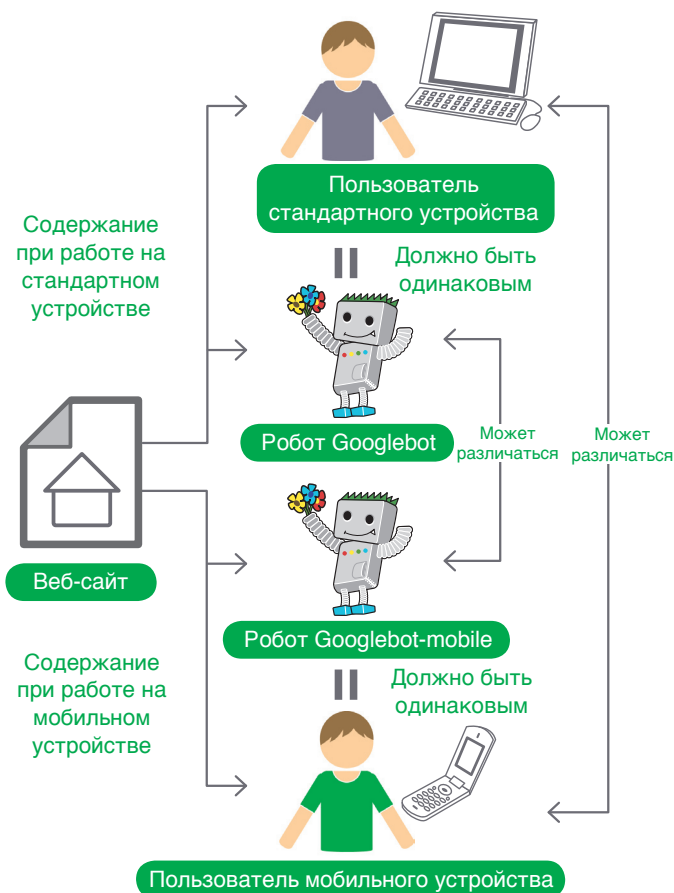
Изменение содержания в зависимости от агента пользователя

На некоторых сайтах, стандартная и мобильная версии, имеют один и тот же URL, но формат отображаемой на сайте информации различается в зависимости от агента пользователя. **В поисковой выдаче будут отображаться одни и те же URL, но разные версии для соответствующего типа устройства: стандартного или мобильного (2).**

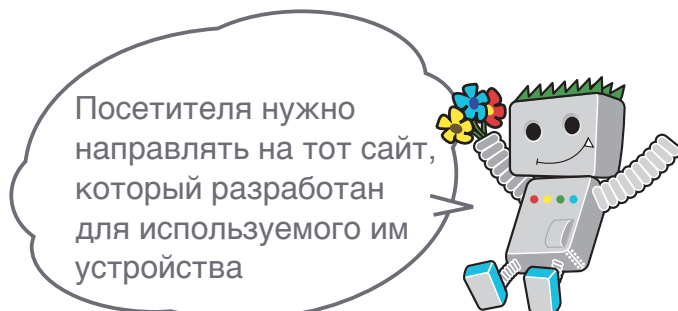
При неправильной конфигурации вашего сайта Google может посчитать, что на сайте присутствует **маскирование**. В результате сайт может быть исключен из результатов поиска. Маскирование является попыткой повысить ранг сайта в результатах поиска, предоставляя роботу Googlebot содержание, которое отличается от того, что на самом деле увидит пользователь на сайте. В следствие этого возникают проблемы, такие как уменьшение релевантности результатов поиска (когда страницы появляются в результатах поиска, несмотря на то, что реальное содержание этих страниц не имеет отношения к теме поиска). Поэтому маскирование строго преследуется Google.

Как же должно быть организовано содержание страниц, если обеим версиям сайта соответствует один и тот же URL? **Для обычного поиска в Google используется робот Googlebot, а для мобильного – Googlebot-Mobile. Роботам Googlebot и Googlebot-mobile необходимо предоставлять то же содержание, что видят при просмотре ресурса пользователи стандартного и мобильного устройства, соответственно.** При этом, содержание, предоставляемое роботам Googlebot и Googlebot-Mobile, может быть различным.

Ниже представлен пример неправильной организации содержания сайта, которая может быть принята за маскирование. На сайте для пользователей стандартных устройств появляется, например, сообщение “Откройте сайт с мобильного телефона”. Но, при этом, для обоих сканеров будет предоставляться содержание версии для мобильных устройств (робот Googlebot будет сканировать версию для мобильных устройств). Страница, которую видят пользователи веб-поиска, отличается от страницы, которую сканирует робот Googlebot.



(2) Пример изменения формата страницы в зависимости от агента пользователя. В этом случае пользователь стандартного браузера видит на сайте то же содержание, что доступно для сканирования роботу Googlebot, а пользователь мобильного устройства видит то, что доступно роботу Googlebot-mobile.



Ссылки

• Маскирование

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66355>

Правильное продвижение сайта

Об увеличении ссылочной массы сайта с целью улучшения его популярности

В то время как большая часть ссылочной базы вашего сайта будет нарастать по мере того, как люди будут находить его и ставить ссылки, мы понимаем, что возможно вам захочется поведать миру о результатах вашего титанического труда по созданию сайта и написанию контента. **Эффективное продвижение вашего контента приведет к тому, что целевая аудитория быстрее его найдет и оценит** (1). Как и в случае с другими пунктами данного руководства, злоупотребление описанными здесь методиками может нанести ущерб репутации вашего веб-сайта.

Сообщайте о новостях на блогах и получайте признание за свою работу

Пост в блоге на вашем персональном сайте, сообщающий посетителям о добавлении новых материалов – это отличный способ дать знать о новом контенте или сервисах. **Другие веб-мастера, читающие ваш блог или RSS-ленту, могут так же распространить новость.**

Усилия по рекламе вашего сайта в оффлайне также вполне оправданы. Например, если у вас бизнес-сайт, добавьте его URL на визитки, фирменные бланки или рекламные проспекты. Вы также можете сообщить своим клиентам о новостях на сайте с помощью писем.

Если у вас локальный бизнес, добавьте его в [Google Адреса](#), это поможет вам находить клиентов, ищущих местные компании и на картах [Google Maps](#). Справочный Центр для Веб-мастеров содержит [рекомендации по рекламе локального бизнеса](#).

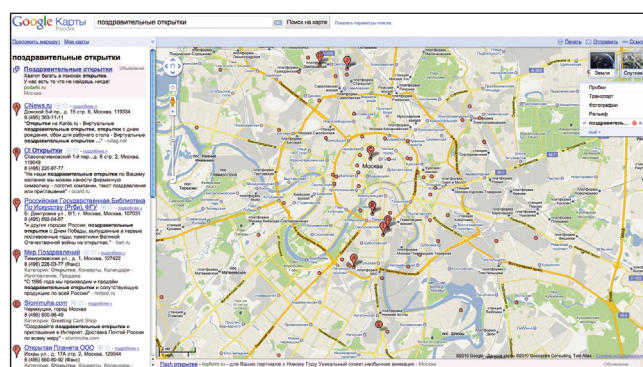
Веб-сайт



Online

Offline

(1) Эффективное продвижение и качественные ссылки на сайт могут улучшить репутацию вашего сайта.



(2) Регистрация вашего бизнеса в Google Адреса, поможет продвигать ваш сайт и на картах Google, и в поиске.

Глоссарий

RSS-лента

Информация, содержащая обновления сайта или блога полностью или в сокращенном виде. RSS расшифровывается как RDF Site Summary (сводка сайта с применением инфраструктуры описания ресурсов). Служба, которая использует похожий формат данных – Atom.

Практические советы

Используйте социальные сети

Сайты, созданные на основе взаимодействия пользователей и обмена информацией, заметно облегчают поиск целевой аудитории для вашего сайта.

Не советуем:

- рекламировать каждое незначительное обновление — привлекайте внимание к действительно значительным вещам;
- вовлекать сайт в схемы, искусственно раскручивающие его популярность и выводящие его в топ этих схем.

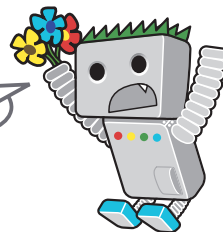
Взаимодействуйте с другими сайтами похожей тематики

Скорее всего, существует большое количество сайтов, чья тематика близка к вашей. Как правило, взаимодействие с ними довольно продуктивно. Горячие темы в вашем сообществе могут подсказать вам идеи для контента или построения социально-ориентированного ресурса.

Не советуем:

- спамить всевозможные сайты вашей тематики с просьбой разместить ссылку на ваш контент;
- покупать ссылки с других сайтов с целью получить Page Rank вместо трафика.

Насколько
популярен
ваш сайт?



Ссылки

- **Google Адреса**
<http://www.google.ru/places>
- **Продвижение вашего бизнеса**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=92319>

Инструменты для веб-мастеров

Использование инструментов для веб-мастеров для улучшения сканирования сайта

Большинство поисковых систем обеспечивают своих веб-мастеров бесплатными инструментами. [Инструменты для Веб-мастеров Google](#) **помогают веб-мастерам лучше понять процесс сканирования и индексации сайта.** Использование инструментов для веб-мастеров Google не

дает вашему сайту каких-либо особых привилегий, тем не менее, грамотное их использование позволит настроить ваш веб-сайт для эффективного ранжирования в Google. Наши инструменты помогут:

- понять какие части сайта [проблемны для сканирования](#) роботом Googlebot;
- сообщить нам о [файле Sitemaps](#);
- создать и проанализировать [файл robots.txt](#);
- [удалить URL](#) уже просканированные Googlebot;
- выбрать [основной домен](#);
- проверить правильность [метатегов title и description](#);
- просматривать [наиболее частые поисковые запросы](#);
- увидеть свой сайт как [Googlebot](#);
- [удалить нежелательные ссылки сайта](#), которые Google может показывать в результатах поиска;
- получать уведомления о нарушении [рекомендаций Google по обеспечению качества](#) и отправлять [заявки на пересмотр сайта](#).

Яндекс ([Яндекс Веб-мастер](#)), Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) и Microsoft ([Bing Toolbox](#)) так же предоставляют бесплатные инструменты для веб-мастеров.

Общий анализ информации с помощью веб-аналитики и оптимизатора веб-сайта

Если вы уже улучшили сканируемость и навигацию сайта, то вам наверняка будет интересен анализ входящего трафика.

Для этой цели крайне полезны программы веб-аналитики, например [Google Analytics](#). Google Analytics поможет:

- увидеть то, как пользователи находят ваш сайт и проанализировать их поведение на сайте;
- понять, какой контент на вашем сайте наиболее популярен;
- улучшить поисковую оптимизацию сайта.

Для продвинутых пользователей, инструменты аналитики в сочетании с логами вашего веб-сервера предоставляют еще больше информации о доступе пользователей к документам на вашем веб-сайте (например, дополнительные поисковые запросы ведущие на ваш сайт).

Кроме того, у Google есть специальный инструмент, [Google Website Optimizer](#), который позволяет вам наблюдать за тем, какие изменения на сайте позволяют получить самую лучшую посещаемость. В сочетании с Google Analytics и инструментами для веб-мастеров этот инструмент предоставляет море возможностей по улучшению вашего сайта (смотрите наше видео по использованию [Google Trifecta](#)).

Справочный Форум для Веб-мастеров

<http://www.google.com/support/forum/p/webmasters?hl=ru>

Обращайтесь к нам со своими вопросами и отзывами

Google Webmaster Central Blog

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>

Советы по улучшению вашего веб-сайта от сотрудников Google (на английском).

Справочный Центр для Веб-мастеров

<http://www.google.ru/webmasters/>

Сборник справочной документации для веб-мастеров.

Инструменты для Веб-мастеров

<http://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=ru>

Данные о сканировании, индексировании и поисковом трафике.

Руководство для Веб-мастеров

<http://www.google.ru/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>

Рекомендации от Google по дизайну, контенту, техническим характеристикам и качеству.

Google Analytics

<http://www.google.com/intl/ru/analytics/>

Анализ трафика сайта, выявление тенденций и особенностей поведения пользователей.

Google Website Optimizer

<http://www.google.com/analytics/siteopt/splash?hl=ru>

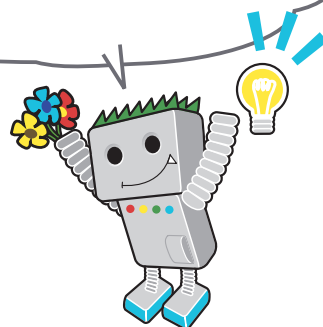
Инструмент для тестирования содержания сайта, позволяющий непосредственно проследить реакцию посетителей сайта.

Советы по выбору SEO специалиста

<http://www.google.ru/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35291>

Рекомендации Google по выбору SEO специалиста.

Используйте на все сто
наши инструменты и наш
Центр справки



Ссылки

• Google Trifecta

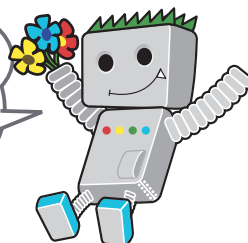
<http://www.youtube.com/watch?v=9yKjrdC8wA>

Это руководство можно скачать в формате PDF:
ссылка?

<http://www.google.ru/intl/ru/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-ru.pdf>

Содержимое данного документа лицензировано в соответствии с Creative Commons Attribution 3.0 License за исключением тех случаев, которые указаны дополнительно.

Ознакомьтесь с ресурсами и инструментами Google для оптимизаторов!



Google Центр веб-мастеров

Search



<http://www.google.ru/webmasters/>



©Copyright 2011 GOOGLE является торговой маркой компании Google, Inc.
Все прочие торговые марки и наименования продукции могут являться
торговыми марками соответствующих компаний.