

# ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

ЛЕКЦИЯ 5.

ТВЕРДОХЛЕБОВА МАРИЯ ДМИТРИЕВНА

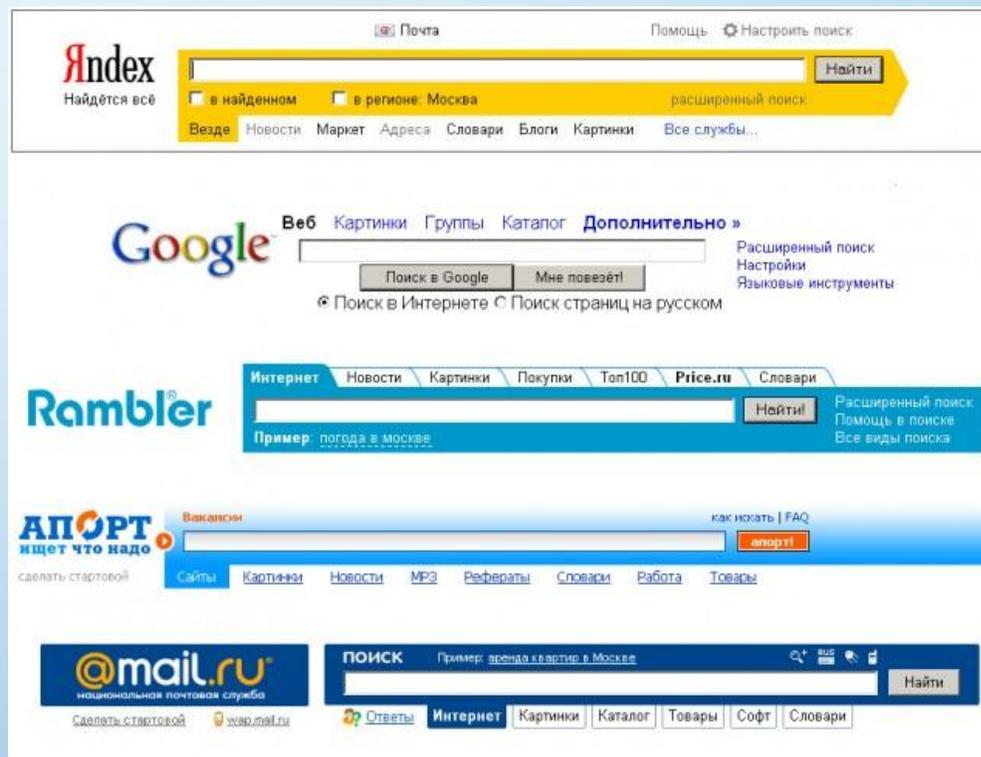
[TVERDOKHLEBOVA@YANDEX.RU](mailto:TVERDOKHLEBOVA@YANDEX.RU)

The background is a light blue gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the image.

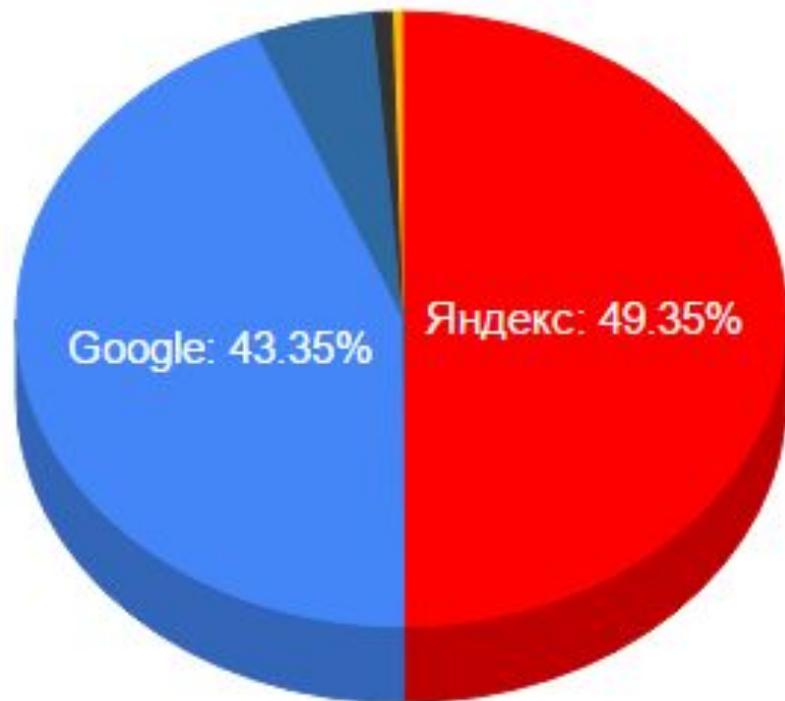
# ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

# ПОИСКОВЫЕ МАШИНЫ

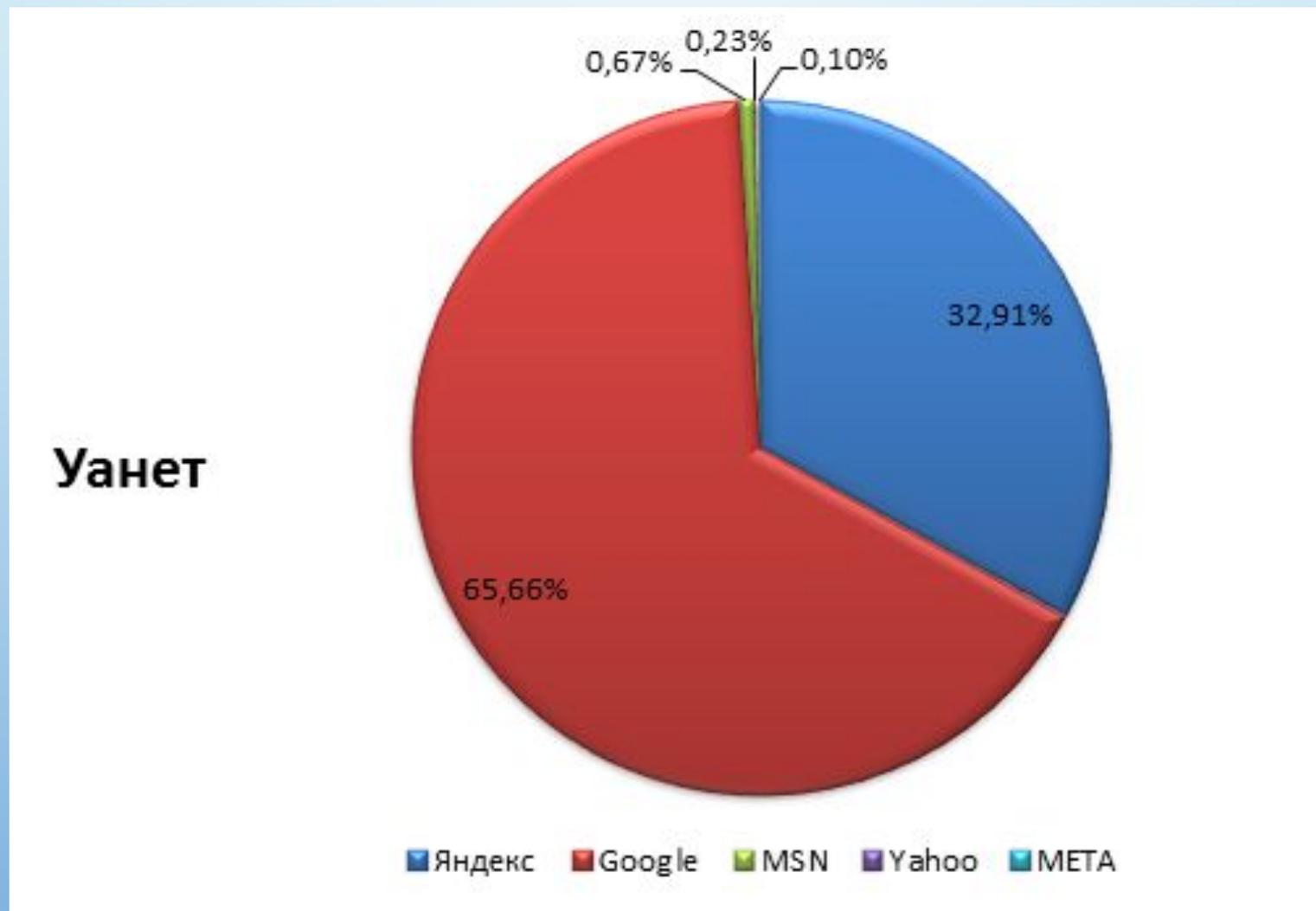
- ПЕРВЫЙ ПОЛНОТЕКСТОВЫЙ ПОИСК - WEBCRAWLER
- 1994 – YAHOO
- 1995 ALTAVISTA
- 1998 GOOGLE
- 2009 – BING (КОМПАНИЯ MS)
  
- РУНЕТ:
- 1996 – АПОРТ (СЕЙЧАС ПОИСК ЦЕН НА ТОВАРЫ)
- 1996 – РАМБЛЕР (ПОИСК ОТ ЯНДЕКСА)
- 1997 - ЯНДЕКС
- 1998 – MAIL.RU (ПОИСК ОТ ГУГЛА)



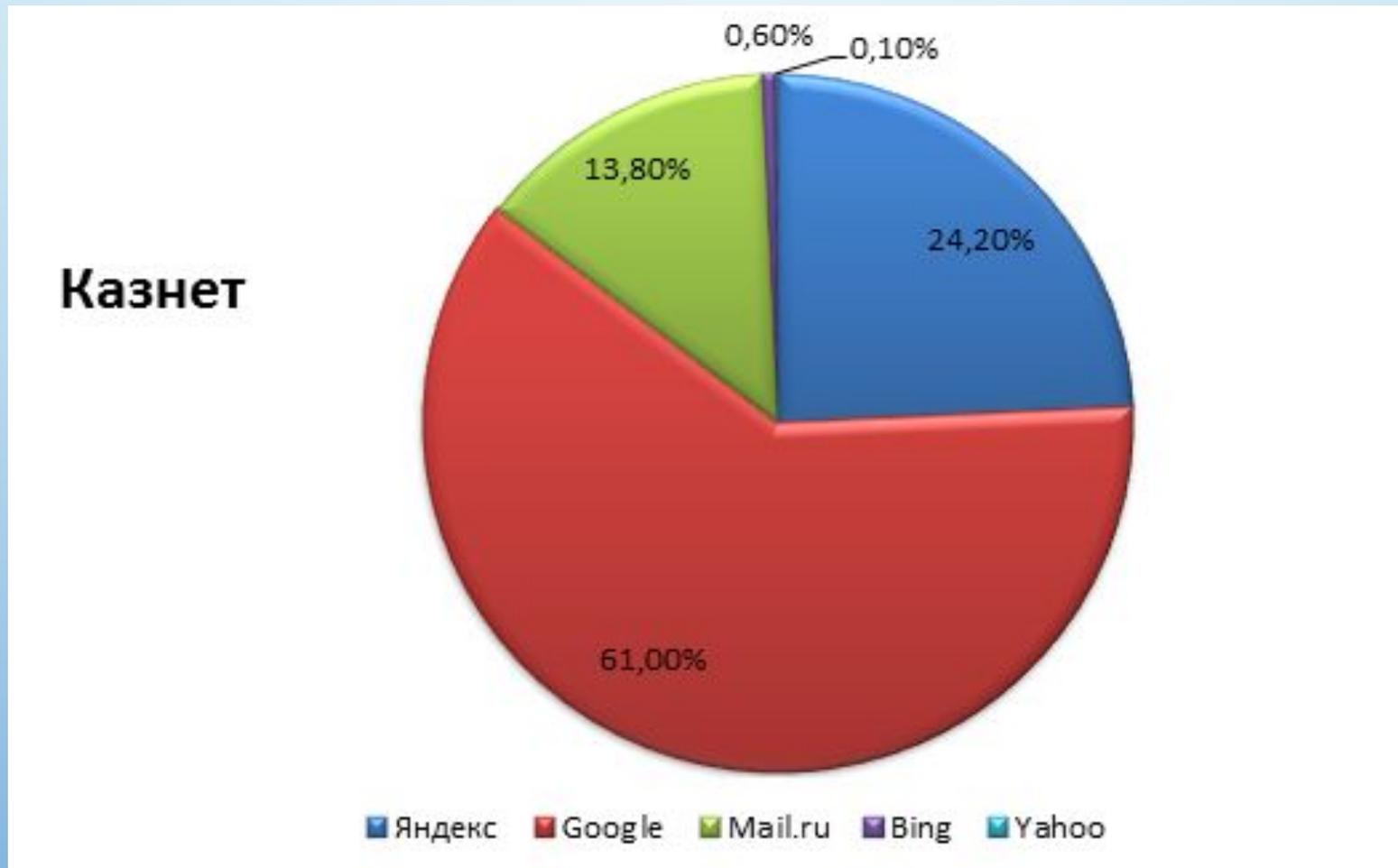
# ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ В РОССИИ



# ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ НА УКРАИНЕ



# ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ В КАЗАХСТАНЕ



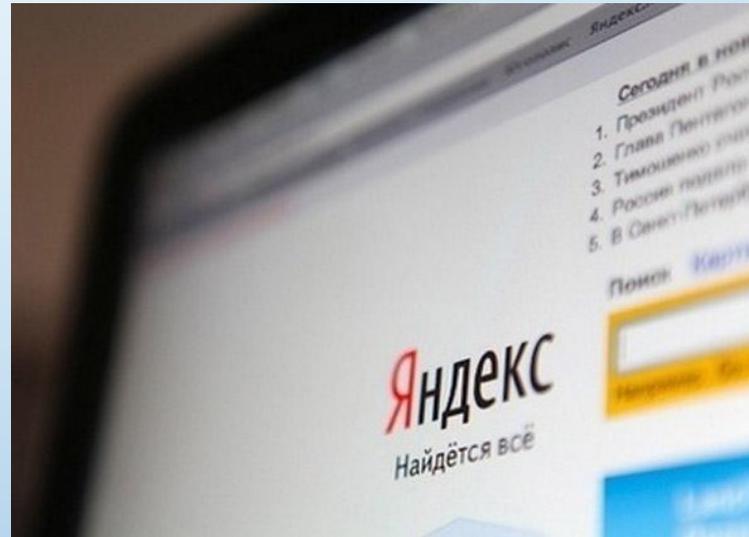
# ТИПЫ КЛЮЧЕВЫХ ЗАПРОСОВ

- ВЧ – ВЫСОКОЧАСТОТНЫЕ
- СЧ – СРЕДНЕЧАСТОТНЫЕ
- НЧ – НИЗКОЧАСТОТНЫЕ
  
- ВК – ВЫСОКОКОНКУРЕНТНЫЕ
- СК - СРЕДНЕКОНКУРЕНТНЫЕ
- НК – НИЗКОКОНКУРЕНТНЫЕ
  
- ИНФОРМАЦИОННЫЕ
- ТРАНЗАКЦИОННЫЕ



# ЗОНА ВИДИМОСТИ

1-я строчка — 100%  
2-я строчка — 100%  
3-я строчка — 100%  
4-я строчка — 85%  
5-я строчка — 60%  
6-я строчка — 50%  
7-я строчка — 50%  
8-я строчка — 30%  
9-я строчка — 30%  
10-я строчка — 20%



# СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО

Яндекс

купить учебник по маркетингу

Найти

Поиск Картинки Видео Карты Маркет Новости ТВ онлайн Знатоки Коллекции Ещё

## 1 Новогодняя распродажа в Лабиринте / labirint.ru

Лабиринт Пресс Все акции Главные книги года Подарочные книги

labirint.ru > акция-книги 📌 реклама

Покупайте книги в подарок заранее. Скидка до 40%. Только до 17 декабря!

400 пунктов самовывоза · Быстрая доставка

Контактная информация · +7 (800) 500-95-25 · пн-пт круглосуточно

★★★★☆ Магазин на Маркете · Москва

Нашлось 149 млн результатов

[Дать объявление](#) [Показать все](#)

## 2 Маркетинг. Учебники. Купить / my-shop.ru

Федеральный перечень учебников Скидки (до 25%) Доставка Канцтовары

my-shop.ru 📌 реклама

Учебники и пособия по маркетингу. Купить в интернет магазине

★★★★★ Магазин на Маркете · Москва 18+

## 1 Лучшие книги и учебники по маркетингу | Лабиринт

labirint.ru > genres/2350/ 📌

В магазине "Лабиринт" Вы можете купить книги и учебники по маркетингу: Филипа Котлера, Джека Траута и других авторов. Основы маркетинга, теоретический и практический маркетинг, брендинг, технологии эффективных продаж... [Читать ещё >](#)

# СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО ПОДБОР

1. ПОДБОР СЛОВ И СЛОВСОЧЕТАНИЙ, ЛУЧШИМ ОБРАЗОМ ОТРАЖАЮЩИХ БИЗНЕС – МАРКЕТОЛОГ.
2. КОРРЕКЦИЯ СПИСКА НА ОСНОВЕ ДАННЫХ О РЕАЛЬНЫХ ЗАПРОСАХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА – ОПТИМИЗАТОР.
3. ПРОГНОЗ УРОВНЯ ПОСЕЩАЕМОСТИ ПО КЛЮЧЕВЫМ СЛОВАМ ИЗ СПИСКА – ОПТИМИЗАТОР.
4. ПРОГНОЗ ЗАТРАТ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ПО КЛЮЧЕВЫМ СЛОВАМ, И СТОИМОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОДНОГО ПОСЕТИТЕЛЯ ПО КАЖДОМУ СЛОВУ – ОПТИМИЗАТОР.
5. КОРРЕКЦИЯ СПИСКА НА ОСНОВЕ ДАННЫХ О СТОИМОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОДНОГО ПОСЕТИТЕЛЯ ПО КАЖДОМУ СЛОВУ – МАРКЕТОЛОГ.
6. АНАЛИЗ ОХВАТА РЫНКА (ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПРИВЛЕЧЕННЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ), АНАЛИЗ ОБЩЕГО БЮДЖЕТА – МАРКЕТОЛОГ.
7. ДОЛЯ ОШИБКИ – ВЕРОЯТНОСТЬ ТОГО, ЧТО НЕ ВСЕ СЛОВА ИЗ СПИСКА ПОПАДУТ В ТОП ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОДВИЖЕНИЯ – ОПТИМИЗАТОР.
8. ДОЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОГО КЛИЕНТА – ВЕРОЯТНОСТЬ ТОГО, ЧТО НЕ ВСЕ ПОСЕТИТЕЛИ САЙТА ЗАШЛИ С ЖЕЛАНИЕМ ПРИОБРЕСТИ ПРОДУКЦИЮ, А ПО ДРУГИМ ПРИЧИНАМ – ОПТИМИЗАТОР И МАРКЕТОЛОГ (ОПТИМАЛЬНО – ПРОВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МОНИТОРИНГ РЫНКА И КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ).

# СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО ПОДБОР

9. КОЭФФИЦИЕНТ СРЕДНЕЙ КЛИКАБЕЛЬНОСТИ – ШАНС ТОГО, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ КЛИКНЕТ ИМЕННО НА ДАННЫЙ САЙТ ИЗ 10, НАХОДЯЩИХСЯ В ТОПЕ – ОПТИМИЗАТОР И МАРКЕТОЛОГ (ОБЫЧНО СНАЧАЛА БЕРЕТСЯ СРЕДНЯЯ ПО РЫНКУ, ЗАТЕМ КОЭФФИЦИЕНТ КОРРЕКТИРУЕТСЯ НА ОСНОВАНИИ ПРОВОДИМЫХ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ).

10. ПРОГНОЗ КОНВЕРСИИ (ПЕРЕХОД ИЗ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА В ПОКУПАТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ (В СЛУЧАЕ ЕСЛИ РАБОТА ВЕДЕТСЯ НАД ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОМ), И ПОЛУЧЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО ЗВОНКОВ, ЕСЛИ НА САЙТЕ НЕТ ФУНКЦИИ ПРОДАЖ) – МАРКЕТОЛОГ И ОПТИМИЗАТОР (ЦЕЛЕСООБРАЗНО ПОДКЛЮЧИТЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА, РАБОТАЮЩЕГО НАД ПОВЫШЕНИЕМ КОНВЕРСИИ).

11. ПРОГНОЗ КОНВЕРСИИ-2 (ПЕРЕХОД ИЗ ОСУЩЕСТВИВШИХ ЗВОНКОВ В ПОКУПАТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ) – МАРКЕТОЛОГ.

12. ПРОГНОЗ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ – МАРКЕТОЛОГ.

13. АНАЛИЗ БЮДЖЕТА НА ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ. РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОДНОГО ПОКУПАТЕЛЯ ПРОДУКЦИИ. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ – МАРКЕТОЛОГ.

# ПРИМЕР

- ДЛЯ ОДНОЙ КОМПАНИИ, ЗАНИМАЮЩЕЙСЯ ПОСТАВКОЙ УСЛУГ ЭНЕРГОАУДИТА, БЫЛ ПРОВЕДЕН ПРИБЛИЗИТЕЛЬНЫЙ РАСЧЕТ ОТДАЧИ ОТ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ. ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТА WORDSTAT.YANDEX.RU БЫЛО ПОДОБРАНО СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО (СПИСОК КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ), НАИБОЛЕЕ ТОЧНО ОТРАЖАЮЩЕЕ ЦЕЛЕВЫЕ ЗАПРОСЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ОБЛАСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ.

Слова	Показов в месяц
<a href="#">энергоаудит</a>	26076
<a href="#">проведение энергоаудита</a>	1527
<a href="#">энергоаудит предприятий</a>	1339
<a href="#">провести энергоаудит</a>	667
<a href="#">энергоаудит стоимость</a>	603
<a href="#">энергоаудит организаций</a>	422
<a href="#">энергоаудит обследование</a>	373
<a href="#">энергоаудит зданий</a>	359
<a href="#">энергоаудит домов</a>	339
<a href="#">энергоаудит москва</a>	336
<a href="#">энергоаудит компании</a>	325
<a href="#">энергетическое обследование энергоаудит</a>	247
<a href="#">энергоаудит промышленных предприятий</a>	243
<a href="#">энергоаудит котельной</a>	223
<a href="#">энергоаудит жилого дома</a>	212
<a href="#">энергоаудит цены</a>	212
<a href="#">энергоаудит объектов</a>	164
<a href="#">проведение энергоаудита предприятий</a>	156
<a href="#">услуги энергоаудита</a>	145
<a href="#">энергоаудит многоквартирных домов</a>	120
Аренда электросетей	94
<b>ИТОГО</b>	<b>34182</b>

# ПРИМЕР

- ДОЛЯ ЯНДЕКСА 50%
- ДОЛИ ОСТАЛЬНЫХ СИСТЕМ 50%

*ВЗЯВ ПОЛУЧЕННУЮ СУММУ 34182 ПОКАЗА ЗА 50% (ЯНДЕКС), МОЖНО  
ПРОСЧИТАТЬ ПОКАЗЫ ИЗ ВСЕХ СИСТЕМ: 68 364*

# ПРИМЕР

- $D_{\text{ОШ}}$  – ДОЛЯ ОШИБКИ = 40% (ШАНС ТОГО, ЧТО НЕ ВСЕ ПОИСКОВЫЕ СЛОВА ПОПАДУТ В ТОП ВЫДАЧИ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОДВИЖЕНИЯ)
- ИТОГО, В ОСТАТКЕ 41 018 ПОКАЗОВ.
- $D_{\text{НKK}}$  – ДОЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОГО КЛИЕНТА = 60% (ШАНС ТОГО, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ НЕ СОБИРАЕТСЯ СОВЕРШАТЬ ПОКУПКУ, А ТОЛЬКО ИЩЕТ ИНФОРМАЦИЮ)
- ИТОГО, В ОСТАТКЕ 16 407 ПОКАЗОВ.
- $K_{\text{СР}}$  – КОЭФФИЦИЕНТ СРЕДНЕЙ КЛИКАБЕЛЬНОСТИ = 30% (ШАНС ТОГО, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ КЛИКНЕТ ИМЕННО НА ДАННЫЙ САЙТ ИЗ ДЕСЯТКИ ЛИДИРУЮЩИХ)
- ИТОГО: 4 922 КЛИКА НА САЙТ КОМПАНИИ.
- КОЭФФИЦИЕНТ КОНВЕРСИИ В ПОКУПКУ 2%
- ИТОГО: 98 ПОКУПОК
- СРЕДНИЙ ЧЕК: 20 000 Р.
- ДОХОД: 1 960 000 Р.

# АЛГОРИТМ РАБОТЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

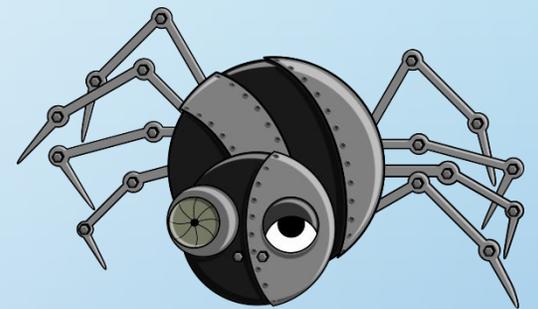
Проход  
роботов

Индексация

Ранжировани  
е

# ПОИСКОВЫЕ РОБОТЫ

- НАЦИОНАЛЬНЫЕ, ИЛИ ГЛАВНЫЕ. СОБИРАЮТ ИНФОРМАЦИЮ С ОДНОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ДОМЕНА, НАПРИМЕР, .RU ИЛИ .SU, И ПРИНЯТЫХ К ИНДЕКСАЦИИ САЙТОВ;
- ГЛОБАЛЬНЫЕ. ОСУЩЕСТВЛЯЮТ СБОР ДАННЫХ СО ВСЕХ НАЦИОНАЛЬНЫХ САЙТОВ;
- ИНДЕКСАТОРЫ КАРТИНОК, АУДИО И ВИДЕО ФАЙЛОВ;
- ЗЕРКАЛЬЩИКИ. ОПРЕДЕЛЯЮТ ЗЕРКАЛА РЕСУРСОВ;
- ССЫЛОЧНЫЕ. ПОДСЧИТЫВАЮТ ЧИСЛО ССЫЛОК НА САЙТЕ;
- ПОДСВЕТЧИКИ. ОФОРМЛЯЮТ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ, НАПРИМЕР, ВЫДЕЛЯЮТ В ТЕКСТЕ ЗАПРАШИВАЕМЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЯ;
- ПРОВЕРЯЮЩИЕ. КОНТРОЛИРУЮТ НАЛИЧИЕ РЕСУРСА В БАЗЕ ДАННЫХ ПОИСКОВИКА И ЧИСЛО ПРОИНДЕКСИРОВАННЫХ ДОКУМЕНТОВ;
- СТУКАЧИ (ИЛИ ДЯТЛЫ). ПЕРИОДИЧЕСКИ ОПРЕДЕЛЯЮТ ДОСТУПНОСТЬ САЙТА, СТРАНИЦЫ ИЛИ ДОКУМЕНТА, НА КОТОРЫЙ ВЕДЕТ ССЫЛКА;
- ШПИОНЫ. ВЫПОЛНЯЮТ ПОИСК ССЫЛОК НА РЕСУРСЫ, ЕЩЕ НЕ ПРОИНДЕКСИРОВАННЫЕ ПОИСКОВЫМИ СИСТЕМАМИ;
- СМОТРИТЕЛИ. ЗАПУСКАЮТСЯ В РУЧНОМ РЕЖИМЕ И ПЕРЕПРОВЕРЯЮТ ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ;
- ИССЛЕДОВАТЕЛИ. ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ ОТЛАДКИ ПОИСКОВЫХ АЛГОРИТМОВ И ИЗУЧЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ САЙТОВ;
- БЫСТРЫЕ РОБОТЫ. В АВТОМАТИЧЕСКОМ РЕЖИМЕ ПРОВЕРЯЮТ ДАТУ ПОСЛЕДНЕГО ОБНОВЛЕНИЯ И ОПЕРАТИВНО ИНДЕКСИРУЮТ НОВУЮ ИНФОРМАЦИЮ.



# РАНЖИРОВАНИЕ

ТОЧНЫЕ АЛГОРИТМЫ КАЖДОЙ ИЗ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ ЗАКРЫТЫ И ЯВЛЯЮТСЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНОЙ. ПОЭТОМУ МАКСИМУМ ЧТО МОЖЕТ ЗНАТЬ ОПТИМИЗАТОР – ЭТО ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОЗИЦИИ ВАШЕГО САЙТА, НО НИКАК НЕ ТОЧНУЮ ФОРМУЛУ УСПЕХА.

ВО ВСЕХ ВЕДУЩИХ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ АЛГОРИТМЫ РЕГУЛЯРНО МЕНЯЮТСЯ.

# ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- 1) *ВНУТРЕННИЕ*
- *ТЕХНИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ.*
- *ТЕКСТОВЫЕ ФАКТОРЫ.*
- *ТЕГИ И МЕТАТЕГИ*
- *ВНУТРЕННЯЯ ПЕРЕЛИНКОВКА*



# ТЕКСТ (КОНТЕНТ)

*«ЕСЛИ КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО ПРИСУТСТВУЕТ В ТЕКСТЕ, ЗНАЧИТ, ВОЗМОЖНО, ТЕКСТ «ПРО ЭТО»».*

*ЕСЛИ ОНО ВЫДЕЛЕНО ПОЛУЖИРНЫМ НАЧЕРТАНИЕМ, ЗНАЧИТ ОНО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, ПОЯВИЛОСЬ ЗДЕСЬ НЕ ПРОСТО ТАК, И ТЕКСТ СКОРЕЕ ВСЕГО ИМЕННО «ПРО ЭТО»».*

*ЕСЛИ ОНО ЕЩЕ И ПРИСУТСТВУЕТ В ЗАГОЛОВКЕ, ТО НУ УЖ НАВЕРНЯКА «ПРО ЭТО»».*

*ЕСЛИ КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО УПОТРЕБЛЯЕТСЯ РЕГУЛЯРНО НА ПРОТЯЖЕНИИ ТЕКСТА, ЗНАЧИТ «ПРО ЭТО» РАССМАТРИВАЕТСЯ ПОДРОБНО.*

*ЕСЛИ ТЕКСТ БОЛЬШОЙ, ЗНАЧИТ ВЛАДЕЛЬЦАМ САЙТА ЕСТЬ ЧТО «ПРО ЭТО» РАССКАЗАТЬ, ОНИ – ЭКСПЕРТЫ».*

*Ключевое слово не упоминается, или упоминается мало, нигде не выделено, текст короткий. Значит им нечего рассказать по рассматриваемой проблеме, они ничего не знают, они точно не лидеры.*



# ТЕКСТ. ОШИБКИ

- «В ГЛУБОКОЙ ДРЕВНОСТИ ЛЮДИ ИЗГОТАВЛИВАЛИ ГВОЗДИ ИЗ ВСЕГО, ЧТО БЫЛО ПРИГОДНО – ИЗ ШИПОВ РАСТЕНИЙ, КОСТЕЙ РЫБ, ТВЕРДЫХ ПОРОД ДРЕВЕСИНЫ»
- «ЧТО ТАКОЕ ГВОЗДИ – ЗНАЕТ КАЖДЫЙ. ЭТОТ ПРОСТОЙ, НО ТАКОЙ НЕОБХОДИМЫЙ КРЕПЕЖ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ ИЗДАВНА. КОГДА-ТО КАЖДЫЙ МЕТИЗ ИЗГОТАВЛИВАЛСЯ КУЗНЕЦАМИ ВРУЧНУЮ, СЕЙЧАС ЖЕ ОНИ ШТАМПУЮТСЯ НА ГВОЗДИЛЬНЫХ АВТОМАТАХ»
- «ОБЫКНОВЕННЫЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ ГВОЗДИ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ ТОНКИЙ, ЗАОСТРЕННЫЙ С ОДНОГО КОНЦА ЦИЛИНДР С НЕБОЛЬШОЙ ШЛЯПКОЙ...»

**КОЛИЧЕСТВО КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ  
НА СТРАНИЦУ – КОЛИЧЕСТВО  
СТРАНИЦ САЙТА**

# ПРИМЕР ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ НА SEO-КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОДАЮЩЕЙ СТРАНИЦЫ.

## ОПТИМИЗАТОР УКАЗЫВАЕТ:

- ЖЕЛАЕМОЕ КОЛИЧЕСТВО ЗНАКОВ ТЕКСТА (С ПРОБЕЛАМИ/БЕЗ ПРОБЕЛОВ)
- ПЕРЕЧЕНЬ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ ДЛЯ ДАННОГО ТЕКСТА (В ПОРЯДКЕ УБЫВАНИЯ ПРИОРИТЕТА)
- ТРЕБУЕМОЕ КОЛИЧЕСТВО ВХОЖДЕНИЙ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ (СКОЛЬКО РАЗ КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО ДОЛЖНО ВСТРЕЧАТЬСЯ В ТЕКСТЕ)
- МОРФОЛОГИЯ ВХОЖДЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ (ТОЧНЫЕ ВХОЖДЕНИЯ, СЛОВОФОРМЫ)
- ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕГОВ H1, STRONG.
- НАЛИЧИЕ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В ЗАГОЛОВКЕ И ПОДЗАГОЛОВКАХ.

## МАРКЕТОЛОГ УКАЗЫВАЕТ:

- АССОРТИМЕНТ ТОВАРА
- ЦЕНУ ТОВАРА
- КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА
- УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ И ОПЛАТЫ
- ИНФОРМАЦИЮ ОБ АКЦИЯХ
- ДРУГИЕ ДАННЫЕ ПО ЖЕЛАНИЮ.

# ТЕГИ И МЕТАТЕГИ

TITLE

KEYWORDS

DESCRIPTION

Яндекс  
Нашлось 693 тыс. ответов

Что такое метатеги

в найденном  в Москве

расширенный поиск

1 [Что такое метатеги и зачем они нужны](#)  
Что такое метатеги и зачем они нужны. **Метатеги** - это необязательные **теги** языков HTML и XHTML, которые не предназначены для посетителей сайта.  
earningguide.biz > webmaster/metatags.php

2 [Метатеги — Википедия](#)  
**Метатеги** (англ. **meta-tags**) — (X)HTML-**теги**, предназначенные для предоставления структурированных метаданных о веб-странице. Как правило, указываются в заголовке (X)HTML-документа. Элемент **meta** принимает как минимум четыре атрибута: content...  
ru.wikipedia.org > wiki/**Метатеги**

3 [Правильное написание \*\*мета тегов\*\* Это тег "title"](#)  
Что такое **мета-теги** и зачем они нужны? **Мета-теги** используются для описания свойств html документа и должны находиться в рамках тега <head>.  
info-pages.com.ua > e/20

Яндекс  
Нашлось 693 тыс. ответов

Что такое метатеги

в найденном  в Москве

расширенный поиск

1 [Что такое метатеги и зачем они нужны](#)  
Что такое метатеги и зачем они нужны. **Метатеги** - это необязательные **теги** языков HTML и XHTML, которые не предназначены для посетителей сайта.  
earningguide.biz > webmaster/metatags.php

2 [Метатеги — Википедия](#)  
**Метатеги** (англ. **meta-tags**) — (X)HTML-**теги**, предназначенные для предоставления структурированных метаданных о веб-странице. Как правило, указываются в заголовке (X)HTML-документа. Элемент **meta** принимает как минимум четыре атрибута: content...  
ru.wikipedia.org > wiki/**Метатеги**

3 [Правильное написание \*\*мета тегов\*\*](#)  
Что такое **мета-теги** и зачем они нужны? **Мета-теги** используются для описания свойств html документа и должны находиться в рамках тега <head>.  
info-pages.com.ua > e/20

**Сниппет**

# ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

## 2) ВНЕШНИЕ

- ССЫЛОЧНАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ.
- ТРАСТ САЙТА.
- ФАКТОРЫ ВРЕМЕНИ/ВОЗРАСТА.
- СОЦИАЛЬНЫЕ СИГНАЛЫ.



# ССЫЛОЧНОЕ РАНЖИРОВАНИЕ

- ПРОФЕССОРА ПЕТРОВ И СИДОРОВ НАПИСАЛИ КАЖДЫЙ ПО НАУЧНОМУ ТРУДУ НА ПОХОЖУЮ ТЕМУ, КАК СИСТЕМЕ ОПРЕДЕЛИТЬ ЗНАЧИМОСТЬ КАЖДОГО ИЗ НИХ И ПОСТАВИТЬ ОДИН ВЫШЕ ДРУГОГО?
- ПОДСЧИТЫВАЕТСЯ КОЛИЧЕСТВО ССЫЛОК НА ТРУДЫ ЭТИХ УЧЕНЫХ В РАБОТАХ ДРУГИХ УЧЕНЫХ. НА ПЕТРОВА СОСЛАЛИСЬ 100 РАЗ, А НА СИДОРОВА – ТОЛЬКО 50. КАЗАЛОСЬ БЫ, ОТВЕТ ОЧЕВИДЕН: ПО КОЛИЧЕСТВУ ССЫЛОК ЯВНО ЛИДИРУЕТ ПЕТРОВ.
- ОДНАКО ПРИ БЛИЖАЙШЕМ РАССМОТРЕНИИ ОКАЗЫВАЕТСЯ, ЧТО НА ПЕТРОВА СОСЛАЛИСЬ 2 ДОЦЕНТА, 3 АСПИРАНТА, А ОСТАЛЬНЫЕ ССЫЛКИ – ИЗ СТУДЕНЧЕСКИХ РАБОТ. А НА СИДОРОВА ССЫЛАЮТСЯ СПЛОШЬ ПРОФЕССОРА И ДАЖЕ ОДИН АКАДЕМИК. КАК ТЕПЕРЬ ОПРЕДЕЛИТЬ: ЧЬЯ РАБОТА ЗНАЧИМЕЙ?
- ОЧЕВИДНО, ЧТО У ССЫЛОК ОТ АКАДЕМИКА, ПРОФЕССОРА, ДОЦЕНТА, АСПИРАНТА И СТУДЕНТА БУДЕТ РАЗНЫЙ ВЕС, УВЕЛИЧИВАЮЩИЙСЯ ПО МЕРЕ ВОЗРАСТАНИЯ СТАТУСА ССЫЛАЮЩЕГОСЯ. ПОЭТОМУ ВПОЛНЕ МОЖЕТ ПОЛУЧИТЬСЯ, ЧТО ОДИН АКАДЕМИК «ПЕРЕВЕСИТ» ВСЕ 100 СТУДЕНТОВ, И РАБОТА СИДОРОВА ПОЛУЧИТ ПЕРВОЕ МЕСТО С БОЛЬШИМ ОТРЫВОМ, НЕСМОТРЯ НА СУММАРНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОЛУЧЕННЫХ ССЫЛОК.



```
<a href="http://webmastermaksim.ru/">анкор</a>
```

# ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

## 3) ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ

- ПОВЕДЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЯ НА САМОМ САЙТЕ ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ, В ПОИСКЕ.
- ПОВЕДЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЯ НА ВАШЕМ САЙТЕ.



# ФИЛЬТРЫ

- **НА ВЕСЬ САЙТ ЦЕЛИКОМ.** (БАН).
- **НА КОНКРЕТНУЮ СТРАНИЦУ.**
- **НА ПАРУ «ЗАПРОС + СТРАНИЦА».**

## ФИЛЬТРЫ

- ФИЛЬТР ЗА ПЕРЕОПТИМИЗАЦИЮ КОНТЕНТА.
- АФФИЛЯТ-ФИЛЬТР ЯНДЕКСА.
- ССЫЛОЧНЫЙ ВЗРЫВ И ПЛОХИЕ ССЫЛКИ.
- ФИЛЬТР ЗА НАКРУТКУ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФАКТОРОВ.
- ФИЛЬТР ЗА СОДЕРЖАНИЕ «ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ».
- МИНУСИНСК (ЯНДЕКС), ПИНГВИН (ГУГЛ) ЗА ПОКУПНЫЕ ССЫЛКИ И ДР.

