

Введение. Алгоритмы работы
поисковых систем и их отличия.
Этапы работы в поисковом
продвижении.

План

1. Как поисковая система видит сайт?
2. Виды основных заголовков (h1-h6)
3. Мета-Теги (Title, Description, Alt)
4. Распределение внутренней ссылочной массы на сайте
5. Микроразметка schema.org

Заголовки на сайте

H1- главный заголовок страницы.

H2 – вспомогательные заголовки.

H3-H6 – дополнительные заголовки-указатели на странице.

МЕТА-ТЕГИ страницы

- **Мета-тег title (тайтл)** — самый важный тег для внутренней оптимизации html-кода страниц. Поисковые системы придают очень большое значение тексту, заключённому в title, поэтому следует использовать этот фактор максимально эффективно. Физически, содержание тега title - это название страницы, которое отображается в самом верхнем поле браузера. Также содержание title отображается в выдаче поисковых систем по запросам пользователей (это названия ссылок в результатах поиска).
- **Мета-тег Description** предназначен для создания краткого описания страницы, которое выводится в качестве аннотации к ссылке на страницу в поисковой выдаче. Однако в настоящее время это правило работает главным образом в поисковой системе Google, и то не во всех случаях. Довольно часто поисковые системы в качестве аннотации показывают просто отрывок текста данной страницы, наиболее релевантный запросу.
- **ALT**

Схемы текстовой перелинковки сайта

- Кластерно - круговая
- Попарная
- Живая

Правила составления мета-тегов

**Наличие ключевых
слов**

**Уникальность и
осмысленность**

Объём

Заголовок – **до 70 сбп**
Описание – **до 170 сбп**