Домашнее задание № 2
Василюка Андрея Ивановича

ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ, ВЛИЯНИЕ НА ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ

ПОЛНОГО СПИСКА ВСЕХ ФАКТОРОВ РАНЖИРОВАНИЯ **НЕ СУЩЕСТВУЕТ**!

ФАКТОРЫ ПОИСКОВОГО РАНЖИРОВАНИЯ МЕНЯЮТСЯ И ПЕРЕСМАТРИВАЮТСЯ, У КАЖДОЙ ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ ОНИ СВОИ И СВОЕ К НИМ ОТНОШЕНИЕ НА ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ. ВСЕ ФАКТОРЫ РАБОТАЮТ В КОМПЛЕКСЕ, И РАССМАТРИВАТЬ КАЖДЫЙ ФАКТОР ПО ОТДЕЛЬНОСТИ НЕЛЬЗЯ. МЫ МОЖЕМ ТОЛЬКО ТЕСТИРОВАТЬ, ПРОВЕРЯТЬ ИЛИ ГАДАТЬ. ОЧЕНЬ ХОЧЕТСЯ ПОЛУЧИТЬ ГОТОВОЕ РЕШЕНИЕ, НО ТАКОГО РЕШЕНИЯ НЕТ И НЕ БУДЕТ. ТЕ РЕКОМЕНДАЦИИ, КОТОРЫЕ МОЖНО РАССМАТРИВАТЬ КАК ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ, НЕ БОЛЕЕ ЧЕМ РЕКОМЕНДАЦИИ, И НИКАКОГО ДОСТОВЕРНОГО ПРОГНОЗА ВЛИЯНИЯ ЭТИХ ФАКТОРОВ НА ПОИСКОВУЮ ВЫДАЧУ БЫТЬ НЕ МОЖЕТ. ДА, ОТ СОВОКУПНОСТИ ЭТИХ ФАКТОРОВ МОЖЕТ ЧТО-ТО ЗАВИСЕТЬ, ПОТОМУ В ЗАДАЧУ SEO-ШНИКОВ И ВХОДИТ АНАЛИЗ ПОСЛЕДСТВИЙ ПРИНЯТЫХ РЕШЕНИЙ ПО ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА. И ТОЛЬКО ПОЭТОМУ ЕСТЬ СМЫСЛ ДЕЛИТЬСЯ ПОДОБНЫМИ «ФАКТОРАМИ», ЧТОБЫ ПОНЯТЬ, КАК ОНИ РАБОТАЮТ У ДРУГИХ, И ВПИТАТЬ ОБЩИЙ ОПЫТ ПОНИМАНИЯ ПРИНЦИПОВ РАНЖИРОВАНИЯ.

«Коммерческая» формула ранжирования

Ассортимент?

Юзабилити

$$R^c(q,d,s) = V(q,d) \cdot (2T(s) + U(s) + D(s) + 2S(s))$$

Надежность

Дизайн

Качество сервиса

1. Теги html

- Тег <TITLE>
- Тег <DESCRIPTION>
- Тег <KEYWORDS>
- Теги <H1-H6>
- Теги для выделения текста: <B, STRONG, I, U, LI, EM>

<TITLE>

Важность этого тега трудно переоценить. Он оказывает самое сильное влияние на позицию сайта среди всех других тегов. Теперь рассмотрим его более подробно.

1. **Вхождение ключевого слова**

Ключевые слова должны быть в title, иначе попасть в топ будет проблематично (если вообще возможно).

2. **Уникальность заголовка**

Уникальность оценивается, прежде всего, внутри сайта, т.е. нельзя чтобы один и тот же заголовок был у нескольких страниц. Также желательно иметь уникальный заголовок среди всех сайтов в интернете.

3. **Месторасположение ключевого слова**

Считается, что чем ближе ключевые слова к началу title, тем больший вес они имеют.

4. **Расстояние между одинаковыми ключевыми словами**

Близкие одинаковые вхождения ключевых слов - поисковый спам, а слишком большие расстояния могут плохо работать из-за большего разбавления ключевых слов.

5. **Разделители в заголовке**

Есть мнения, что некоторые разделители являются не желательными.

P.S. В редких случаях разделительные вертикальные слэшы "|".

6. **Уточняющие описания к ключевым словам**

Считается, что чем короче тайтл, тем больше веса имеет каждое его слово. Например, если в тайтле 5 слов, то каждое слово будет иметь вес - 0.2, а если слов будет 15, то вес каждого слова уже будет в три раза меньше - 0.067. Поэтому нужно стараться сделать заголовок так, чтобы получилось как можно меньше слов, но с другой стороны, чтобы он содержал ключевые слова и был понятен для потенциальных пользователей.

7. **Длина title**

Это является продолжением предыдущего фактора. Длину тайтла лучше сделать не больше 80 символов, поскольку есть мнения, что длинные заголовки влияют негативно на продвижение.

8. **Регистр title**

Писать все слова в верхнем регистре считается плохой манерой.

9. **Плотность вхождений**

Как ни странно, но этот показатель так же влияет. Пример: многие составляют title примерно так: «смешные анекдоты, лучшие анекдоты...» и т.д. Как видите слово «анекдоты» употребляется множество раз, но с разными синонимами. Конечно, такой тайтл не является хорошим.

<DESCRIPTION>

1.Наличие Description

Как известно, этот тег не является обязательным, но советую его никогда не опускать. Тем более Яндекс иногда берет сниппет именно из Description.

2. **Наличие ключевых слов**

В описании страницы должны присутствовать ключевые слова.

3. **Уникальность Description**

Для каждой страницы должно быть уникальное описание. Если описание повторяется на многих страницах, то этот тег лучше вообще убрать.

4. **Длина описания**

Считается, что слишком большое описание может негативно повлиять в спорных моментах, поскольку будет воспринято за спам. Описание должно быть не больше 200 символов.

1. **Наличие Keywords**

Как и Description, Keywords не является обязательным тегом, но лучше чтобы он был. Как написано в официальном источнике: «в некоторых случаях данный тег может учитываться».

2. **Ключевые слова в Keywords**

В Keywords должны быть ключевые слова, которые встречаются на странице. Ошибочно перечислять множество ключевых слов, которых даже нету на странице, хотя они имеют отношение к теме.

3. **Уникальность ключевых слов**

Для каждой страницы должны быть свои ключевые слова. Если одни и те же ключевые слова повторяются для многих страниц, то это может быть воспринято как поисковый спам (лучше тогда вообще убрать этот тег).

4. **Длина Keywords**

Слишком большое наличие ключевых слов будет считаться поисковым спамом. Этот тег не должен быть длиннее чем 100 символов.

<H1-H6>

Среди всех html-тегов, теги h1-h6 имеет второе место по важности после тега title.

1. **Ключевые слова в h1-h6**

Считается, что в тегах h1-h6 должны присутствовать ключевые слова, также как и title.

2. **Иерархия h1-h6**

Заголовки должны следовать строго по иерархическому признаку: h1 (один), потом h2 (2-4), потом, h3 (4-8) и т.д. Неправильно начинать с h3, а потом h1, h2 и т.д.

3. **Не ключевые слова в h1-h6**

Разбавление заголовка другими словами. Эти разбавления должны быть, но не большими.

4. **Длина заголовков**

Как и с title, длина заголовка должна быть не слишком большой.

5. **Местонахождение заголовка**

Считается, что чем выше заголовок находится в html-коде, тем лучше.

6. **Уникальность заголовка**

Заголовок должен быть уникальным (желательно не только в пределах сайта, а в

ТЕГИ ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ ТЕКСТА

Теги для выделения текста: b, strong, i, u, li, em и т.п.

1. **Наличие ключевых слов**

Ключевые слова встречающиеся на странице дают различный вес странице в зависимости от словоформ. Например, «Ламинированная ДСП» и «Ламинированное ДСП» будут давать разный вес. Например, если в тексте было упоминание «ДСП», то это повысит релевантность запросу «купить ДСП».

2. **Не ключевые слова в ключевой фразе**

Не ключевые слова уточняют смысл, но уменьшают релевантность главной последовательности ключевых слов.

3. **Уникальность околоссылочного текста**

Есть мнения, что чем реже встречается околоссылочный текст на всех страницах интернета, тем больший вес будут иметь ключевые слова. Например, «купить лучшие пластиковые окна» и «история пластиковых окон уходит далеко в прошлое» - эти две фразы будут давать различный вес в релевантность страницы.

4. **Плотность ключевых слов**

Ключевые слова в контексте должны быть размыты и не стоят очень близко. Также не стоит выделять каждый раз ключевое слово какими-то выделяющим тегом.

5. **Наличие noindex**

Обычно тот текст, который не нужно учитывать закрывают в тег noindex.

6. **Иерархия заголовков и абзацев**

Есть мнения, что после заголовка обязательно должен идти абзац с текстом. Также есть мнения, что ключевые слова встречающиеся в абзаце и присутствующие в заголовке перед этим абзацам - придают большую релевантность документу.

7. **Выделение ключевых слов**

Есть мнения, что выделения ключевых слов в абзацах придают ему больший вес, в случае, если эти слова встречались в заголовке к этому абзацу. Также стоит сказать, что присутствие ключевого слова во многих значимых тегах придает ему ещё больший вес.

8. **Множественное выделение одного ключевого слова**

Не стоит выделять в кучу разных тегов ключевые слова, поскольку это может помешать правильно определить значимость этих слов на странице. Например, слова - может быть воспринято как поисковый спам.

2. РАБОТА ХОСТИНГА

Хостинг зачастую оказывает своё негативное влияние на позиции сайта из-за различных проблем.

- **Редиректы на сайты**
- **Обработка 404 ошибки**
- **Скорость загрузки страниц**
- **Стабильность работы хостинга**

РЕДИРЕКТЫ НА САЙТЫ

1. **Наличие редиректа**
Плохим признаком считается большое количество редиректов на сайте. Здесь стоит сравнивать не в количественном соотношение, а в процентном %.
2. **Правильные коды редиректов**
Каждый редирект должен быть правильно настроен. Например, если адрес страницы поменялся навсегда, то должен быть 301 редирект, а если временно, то 302.
3. **Количество редиректов по пути к странице**
Может быть, что одна страница через редирект ведет на другую, а потом ещё на другую и т.д. Например, 301->301->302->301. Естественно, что такая картина не желательна.

ОБРАБОТКА 404 ОШИБКИ

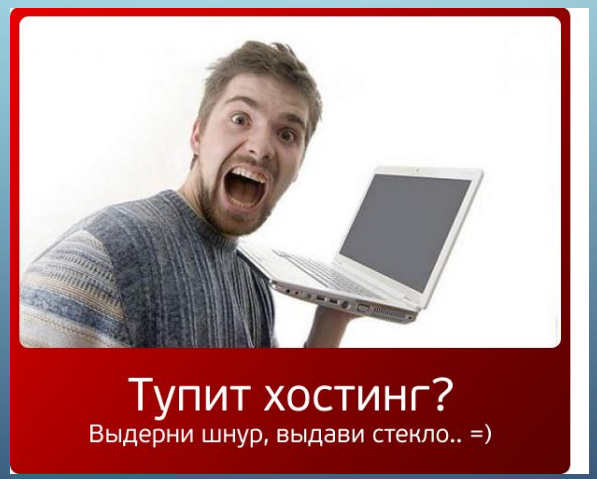
404 ошибка означает то, что документ не найден. Дело в том, что многие сайты неверно обрабатывают эту ошибку. Например, вместо ошибки может быть загружена главная страница сайта - что будет грубой ошибкой.

СКОРОСТЬ ЗАГРУЗКИ СТРАНИЦ

Если почитать help Яндекса, то можно найти такую информацию о том, что роботы Яндекса любят когда страницы загружаются быстро. Впрочем на мой взгляд это очевидный плюс, прежде всего, для посетителей.

СТАБИЛЬНОСТЬ РАБОТЫ ХОСТИНГА

Когда сайт недоступен каждый день хотя бы по 3-10 минут, то советую сменить такого хостера. Дело в том, что если поисковый робот будет как раз делать обход в это время и увидит, что сайт недоступен, то это может плохо повлиять на позиции сайта в дальнейшем.



3. URL САЙТА

- Вхождение ключевого слова в название домена
- Длина домена
- Дата регистрации домена
- Доменная зона
- Наличие ЧПУ
- Количество вложенных папок
- Возраст конечного URL

ВХОЖДЕНИЕ КЛЮЧЕВОГО СЛОВА В НАЗВАНИЕ ДОМЕНА

Считается, что сайту гораздо легче попасть в топ по ключевому слову, если оно присутствует в названии домена. Например, если сайт про «ДСП», то будет очень хорошо, если в домене есть сочетание «dsp». Поисковые системы умеют воспринимать транслит на английском языке, поэтому старайтесь придумывать короткие домены содержащие ключевые слова или хотя бы слово.

ДЛИНА ДОМЕНА

Есть мнение, что если домен слишком длинный, то это может быть плохо воспринято поисковой машиной.

ДАТА РЕГИСТРАЦИИ ДОМЕНА

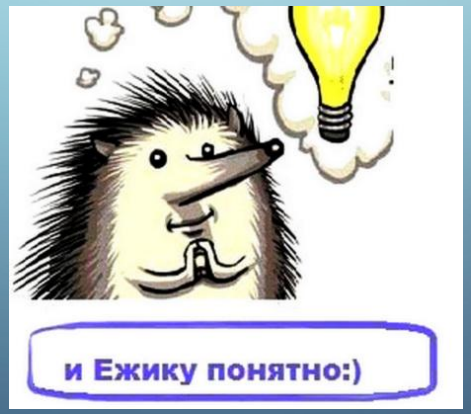
Есть мнение, что возраст домена влияет на позиции, но важнее всего возраст контента.

ДОМЕННАЯ ЗОНА

Есть мнение, что доменная зона влияет на позиции сайта в общем. Желательно, чтобы если сайт русский, то доменная зона была «ru» или «рф», если сайт украинский, то «ua» и т.д.

НАЛИЧИЕ ЧПУ

ЧПУ - человеко понятные урлы, т.е. чтобы конечный документ имел какой-то смысл в название. Например, site.ru/2012/01/01/ - плохой вариант. Гораздо лучше чтобы было так: site.ru/kategoriya/nazvanie-statji. Таким образом, желательно, чтобы ключевые слова в URL-е были не только в название домена, но ещё и в категории и в название статьи.

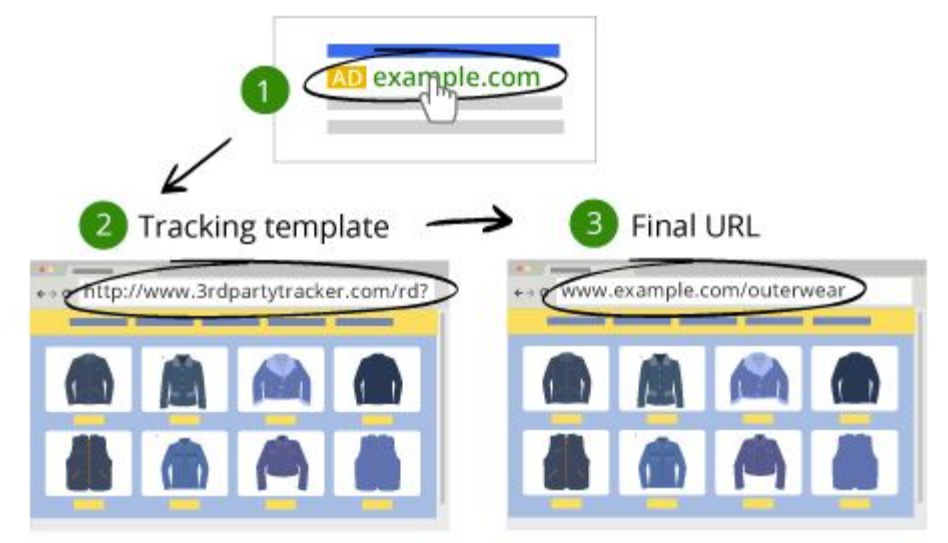


КОЛИЧЕСТВО ВЛОЖЕННЫХ ПАПОК

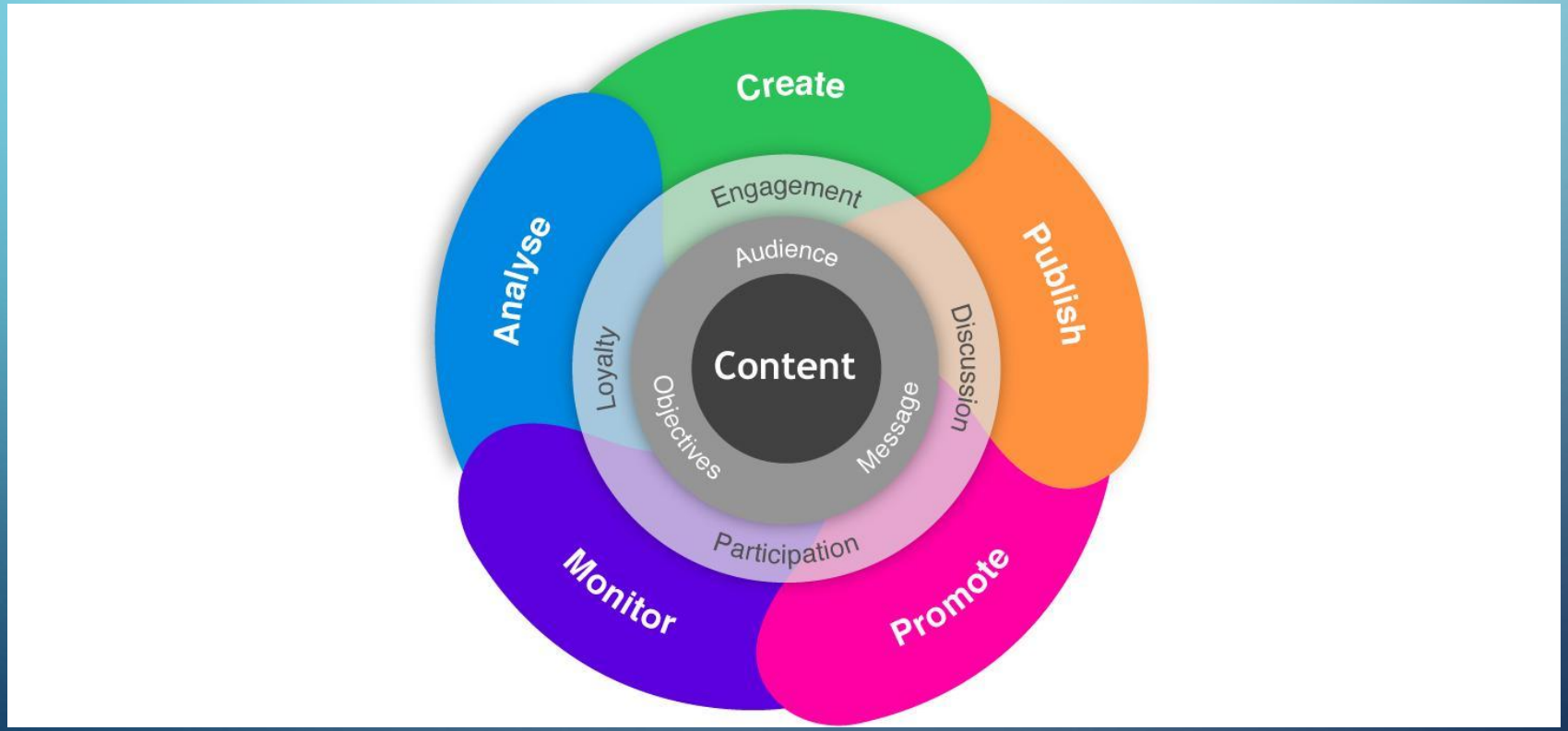
Считается, что чем меньше уровень вложенности папки, в котором находится страница, тем лучше. Например, site.ru/razdel_1/podrazdel/2012/01/05/statiya - плохой вариант, поскольку конечная страница вложена в пять папок. Такие конструкции допустимы только на огромных порталах, имеющих где-то от 10 тыс. страниц.

ВОЗРАСТ КОНЕЧНОГО URL

Есть предположения, что возраст URL-а влияет на её позицию в выдаче (чем старше, тем лучше).



4. КОНТЕНТ


Create
Publish
Promote
Monitor
Analyse
Engagement
Audience
Discussion
Participation
Objectives
Loyalty
Message
Content

1. Отсутствие ошибок

Чем меньше ошибок (как грамматических, так и орфографических) в контенте сайта, тем лучше.

2. Вхождение ключевых слов

Первоначально поисковые системы ранжировали сайты по принципу, чем больше вхождений ключевого слова есть в контенте, тем более релеванта страница. Однако сейчас это далеко не так. Я считаю, что достаточно 1-2 точных вхождений в контенте, а также можно ещё 1-2 разбавленных вхождения. Однако, это все зависит от объема статьи. В любом случае, нужно писать тексты, которые будут ориентированы на пользователей, а не на поисковую машину.

3. Возраст контента

Со временем вес контента растет. Именно по этой причине в топе почти никогда не появляются свежие статьи.

4. Уникальность

Каждая статья должна быть уникальной не только в пределах всего интернета, но и сайта. Уникальность оценивается на момент индексации, то есть, если потом эта статья появилась на других сайтах (после индексации на Вашем сайте!), то ничего страшного нет.

5. Увеличение контента

Считается, что чем чаще добавляются новые материалы на сайт, тем лучше всему сайту в целом. При этом ценится постепенное добавление контента. Например, за один день выкладывается одна статья и т.п.

6. Обновление контента

Считается, что если контент со временем обновляется, то это хороший признак, поскольку значит сайт не заброшен, а его создатели пытаются сделать его лучше.

7. Видимость контента

Поскольку контент пишется для пользователя, то он должен быть хорошо читаем. Если текст плохо виден или же вообще не виден, то со временем сайт попадет под какие-нибудь санкции.

8. Клоакинг

Некоторые хитрые вебмастеры выводят поисковой машине один контент, а пользователю другой. Поисковые машины научились с этим бороться, поэтому никому не советую обманывать, т.к. итог будет печальным.

9. Копии статей на других сайтах

Есть мнения, что если статья с Вашего сайта разошлась по многим другим сайтам, то эта статья имеет большой авторитет, а значит Ваш сайт может получить определенные бонусы со стороны поисковой системы за то, что именно Вы первоисточник такой важной статьи.

Это правило работает даже если сайты не ссылаются на первоисточник.

10. Объем контента

Считается хорошим признаком, когда каждая статья на сайте имеет разный объем. Например, одна статья 1000 символов, другая 1500, третья 2500 и т.д. Если все статьи одного размера, то это создает подозрение на их не естественность.

5. КАРТИНКИ НА САЙТЕ

Этот фактор является далеко не главным, но все же стоит сказать о нем пару слов.

1. **Наличии картинок**

Наличие картинок в контенте придает дополнительный вес этой странице.

2. **Наличии описание к картинкам**

Наличие параметра alt к картинкам в html теге img. Вообще это очень важный параметр, благодаря которому Яндексу удается ранжировать свой поиск в картинках (images.yandex.ru).

3. **Уникальность картинки**

Украсть картинку с какого-нибудь сайта это не так смертельно, как если бы Вы украли контент. Однако уникальные картинки ценятся гораздо сильнее.

6. САЙТ В ЦЕЛОМ

1. Уникальность дизайна

Мало сайтов, которые имеют уникальный дизайн, а это дополнительный плюс к сайту. Многие сайты делаются на шаблонах, особенно когда все происходит в массовом порядке.

2. Уникальность движка

Сайты на уникальных движках (или при его отсутствии) имеют больше шансов попасть в топ, чем сайты на массовых движках (например, WordPress, DLE). Под отсутствием движка я подразумеваю статичные сайты, которые сделаны только на html.

3. Количество страниц на сайте

Считается, что чем больше страниц на сайте тем лучше сайту в целом. Однако это правило действует только в том случае, если каждая страница имеет уникальный контент.

4. Тип сайта

Различают коммерческие и некоммерческие ресурсы. При ранжировании этих двух типов сайтов используются разные алгоритмы, которые конечно во многом схожи.

5. Вложенность страниц

Если до каждый страницы сайта можно добраться тремя кликами, то это считается хорошим признаком. Однако не всегда удается сделать небольшой уровень вложенности. Так же считается, что чем меньше уровень вложенности, тем больший вес имеет страница сайта.

Именно поэтому для высокочастотных и среднечастотных запросов нужно создавать страницы находящиеся в одном клике от главной страницы.

6. Отсутствие дублей страниц

Если на сайте есть одинаковые страницы, то необходимо оставить в выдаче только одну страницу, а остальные закрыть. Например, через robots.txt.

7. Отсутствие рекламы

Хорошим признаком считается, если на сайте нет рекламы. Прежде всего, чтобы не было popunder-ов, иначе сайт будет серьезно понижет в выдаче.

Popup (попандер) - рекламный баннер, который появляется при открытии страницы и скрывает центральную часть экрана. При чем при его закрытие принудительно в новой вкладке открывается сайт рекламодателя.

Clickunder (кликандер) - формат рекламы очень напоминающий popup. Главное отличие от popup, что никакого видимого баннера нету. Сайт рекламодателя автоматически открывается в новой вкладке при первом клике в любом месте страницы.

7. ССЫЛКИ

- Входящие ссылки
- Исходящие ссылки
- Внутренние ссылки на сайте

ВХОДЯЩИЕ ССЫЛКИ

1. Наличие сайта в крупных каталогах

Под крупными каталогами я подразумеваю следующие: Яндекс Каталог, DMOZ и каталог от Mail. Присутствие сайта в каждом из них придает сайту дополнительный траст.

2. Общее количество внешних ссылок на сайт

Чем больше внешних ссылок на сайт, тем лучше. Однако ссылки должны иметь анкоры в соответствие с ключевыми словами, а сайты должны быть сделаны для людей. Вообще лучше иметь 1 ссылку с хорошего сайта, чем 100 с плохих сайтов.

3. Ссылки с социальных сетей

Социальные сети сейчас очень популярны и поисковые машины просто обязаны учитывать ссылки с них. Поисковые машины учитывают только те ссылки, по которым есть переходы.

4. Ссылки с сайтов конкурентов

Считается, что ссылки с сайтов конкурентов очень хорошо влияют на позиции сайта, но вопрос в том, как их получить :).

5. Возраст ссылки

Чем больше возраст ссылки, тем больший вес она несет. Поэтому старые ссылки нужно стараться удерживать любой ценой. Вообще на вес ссылки влияют множество факторов, о которые в этой статье не рассматриваются.

6. тИЦ сайта донора

Есть мнение, что чем выше тИЦ донора, тем больше веса он может передать. Казалось бы, что это факт, но здесь стоит обратить внимание на несколько факторов. Например, сколько исходящих ссылок с донора, торгует ли донор ссылками, а также те условия при которых была размещена ссылка (в основном разделе, в левом разделе, были ли переходы по ссылки и т.п.).

7. Естественность ссылки

В 95% на автомате определяется продажность ссылки. Но есть 5%, которые он не может определить, поэтому нужно стараться сделать так, чтобы он не смог заподозрить продажность ссылки. Естественные ссылки работают на порядок эффективнее.

8. Уровень вложенности страницы донора

Как правило, чем меньше уровень вложенности страницы где располагается ссылка, тем больший вес она передает. Именно поэтому ссылки с главных страниц передают наибольший вес, а её стоимость больше чем на внутренних страницах.

9. Анкор ссылки

Анкоры ссылок должны быть разными, чтобы создать более естественную ссылочную массу, а также это поможет продвигаться по множеству низкочастотников.

P.S. В 2008-2009 году ходили слухи, что для одного анкора должна быть куплена только одна ссылка, однако это был лишь миф.

10. Место расположения ссылки

Ссылка может быть расположена во многих местах. Чаще всего это какой-нибудь блок в левом или правом сайдбаре или вообще футер сайта. Такие ссылки будут работать плохо. Лучше всего, чтобы ссылка была поставлена прямо из текста (контекстная ссылка), поскольку такая ссылка окружена околоссылочным текстом, а также вероятность того, что по ней перейдут пользователи гораздо больше. При этом есть мнения, что чем выше к началу она стоит, тем лучше.

11. Наличие ключевых слов на странице донора

Есть мнения, что если на странице донора есть ключевые слова, то ссылка с такой страницы будет передавать больший вес.

12. Траст донора

В основном здесь учитывается наличие донора в крупнейших каталогах: Яндекс Каталог, DMOZ и Mail, а также его авторитетность среди других сайтов его тематики.

13. Количество ссылок на странице донора

Чем меньше исходящих ссылок на странице донора, тем больший вес будет передавать наша ссылка.

14. Наличие ссылок на сайт с отраслевых каталогов

Подразумеваются ссылки с тематических каталогов.

15. Наличие сквозных ссылок на сайт

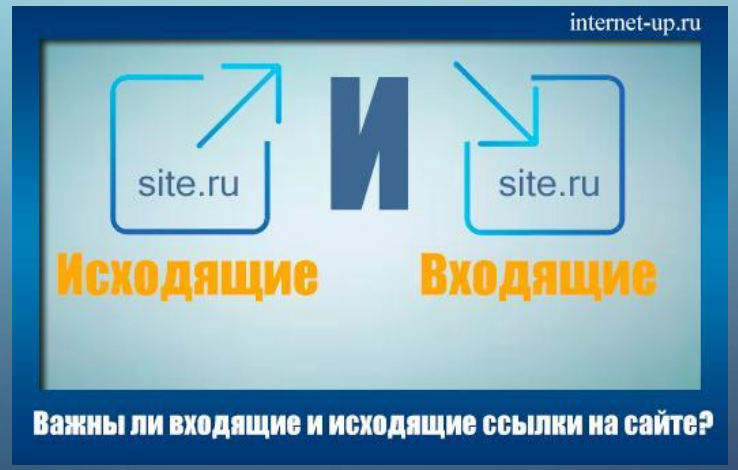
Есть мнения, что сквозные ссылки лучше влияют на продвижение сайта, чем одиночные. Однако последние тенденции показывают, что лучше их не использовать (для передачи ссылочного веса).

16. Динамика появления ссылок на сайт

Участвовал ли сайт в ссылочных взрывах? Были ли массовые снятия ссылок? Все это также

ИСХОДЯЩИЕ ССЫЛКИ

Исходящие ссылки с сайта это нормально, но только в том случае, если они поставлены естественным образом. Продвигать сайт и продавать с него ссылки - не очень хорошая затея. Скорее всего, такой сайт будет тяжело двигаться в топ. Поэтому здесь совет очень прост: если Вы продвигаете сайт, то не надо продавать с него ссылки.



ВНУТРЕННИЕ ССЫЛКИ НА САЙТЕ

1. Наличие перелинковки

Перелинковка необходима любому сайту. С каждой статьи должны быть ссылки на какие-то другие полезные статьи. Не забывайте, что внутренние ссылки работают также как и внешние.

2. Количество внутренних ссылок

Можно сделать так, чтобы любая страница сайта ссылалась на все остальные. Однако я не советую Вам этого делать. Лучше ограничится количеством ссылок в районе 100 для небольших сайтов и 250 для больших.

3. Наличие карты сайта

Этот вопрос очень актуален для больших сайтов, где на сайте не одна тысяча страниц. Для маленьких сайтов карта сайта - необязательна.

8. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

1. Наличие метрики на сайте

Нужно помнить, что Метрика всего лишь удобный инструмент для отслеживания поведения пользователей на сайте.

2. Время проведения на сайте

Здесь нужно сравнивать время пребывания на сайте относительно конкурентов, поскольку для одного сайта среднее время пребывания на сайте 3 минуты считается хорошо, то для другого это может быть очень плохим результатом.

3. Показатель отказов

Аналогично времени проведению на сайте –
показатели отказов нужно сравнивать относительно конкурентов.

4. Количество просмотров страниц

Чем больше количество просмотров на посетителя, тем лучше.

5. Наличие переходов с не поисковых систем

Когда пользователи заходят на сайт не только с поисковых машин, но и по ссылкам с других сайтов, то это считается хорошим признаком.

Изучайте своих посетителей и давайте им то, что они хотят.

Делайте хорошие сайты для людей.