

И.Н. Егорова, Р.А. Горелова

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, Харьков

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ ВЕБ-САЙТОВ

Проведено исследование панелей веб-мастеров и сервисов статистики веб-ресурсов Google и Яндекс, выполнен их сравнительный анализ. Разработана методика поисковой оптимизации сайтов, основанная на рекомендациях соответствующих сервисов ведущих информационно-поисковых систем и стандартах вёрстки. Методика задает правильное направление в продвижении сайта в зону видимости и предназначена для студентов и начинающих веб-мастеров.

Ключевые слова: методика, поисковая оптимизация, сайт, инструменты, web-аналитика.

Введение

Постановка проблемы. Стремительное развитие веб-технологий влечет за собой постоянное совершенствование алгоритмов поисковых систем, учитывающих все большее число факторов ранжирования. Поисковая оптимизация направлена на продвижение сайта в зону видимости, что повышает вероятность просмотра сайта большим количеством пользователей. Целесообразно разработать методику поисковой оптимизации сайта, которая учитывает наибольшее количество факторов, влияющих на его продвижение.

Анализ последних достижений и публикаций. Позиционирование результатов поиска осуществляется на страницах SERP (Search Engine Result Page) в соответствии с внутренними и внешними факторами ранжирования. Поисковая оптимизация, учитывающая весь комплекс факторов, в том числе и поведенческие, направлена на улучшение позиций сайта в результатах поиска [1].

Поисковая оптимизация располагает большим набором инструментов.

Так, сервисы Google Search Console, Яндекс.Вебмастер, Yahoo! Site Explorer и Bing Toolbox генерируют отчеты и обеспечивают первичные настройки при добавлении веб-сайта в очередь на индексацию. На основе анализа результатов отчетов выявляют и устраняют ошибки.

Сервисы статистики веб-ресурсов, такие как LiveInternet, Google Analytics, Яндекс.Метрика используют для анализа посещаемости, оценки функциональности и эффективности сайтов. Они формируют статистические отчеты по таким показателям, как: аудитория, трафик, конверсии и поведение пользователей.

Цель статьи. Исследование инструментов поисковой оптимизации и разработка методики про-

движения сайта в зону видимости. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- провести аналитический обзор наиболее востребованных инструментов поисковой оптимизации;
- провести исследование панелей веб-мастеров и сервисов статистики веб-ресурсов Google и Яндекс;
- выполнить сравнительный анализ инструментов поисковой оптимизации;
- разработать методику поисковой оптимизации сайтов.

Исследование инструментов поисковой оптимизации

Бесплатный сервис Google Search Console позволяет определить позиционирование сайта информационно-поисковой системой Google и принять решение о необходимости его оптимизации. Панель инструментов информирует о текущем статусе сайта по трём наиболее важным параметрам. Так, отчет «Анализ поисковых запросов» содержит информацию о том, как часто сайт появляется в результатах Google Search и с каких сайтов приходят посетители. На странице «Файлы Sitemap» можно просматривать, добавлять и проверять карты сайта, что в дальнейшем позволит поисковой машине быстрее индексировать сайт [2]. Раздел «Ошибки сканирования» содержит отчеты об ошибках сайта, а также информацию об адресах пользователей, имевших проблемы доступа к конкретным страницам или всему сайту в целом.

Google Analytics является бесплатным он-лайн сервисом для анализа посещаемости сайтов. Данный инструмент предоставляет возможности для отслеживания продаж и целей сайта, выявления эффективных рекламных кампаний, анализа аудитории и обнаружения проблем технического характера [3].

Google Analytics работает по методу сбора данных на стороне клиента. Специальный код отслеживания добавляется на страницы сайта и отправляет информацию удаленным серверам при загрузке ресурса в браузере клиента. Затем пользователь системы аналитики может работать с собранными данными. Для передачи совокупности сведений и идентификации пользователей используются Javascript и cookie-файлы.

Google Analytics предоставляет множество отчетов со статистическими данными по аудитории, трафику, конверсии и поведению пользователей, которые можно экспортировать (поддерживаются форматы PDF, XML, CSV, TSV) [4].

Таким образом, Google Analytics имеет мощный функционал, предоставляющий отчеты любого уровня сложности для полноценного анализа сайта и последующего его продвижения.

Яндекс.Вебмастер предоставляет набор инструментов для оценки индексации сайта и настройки описания веб-ресурса в поисковой выдаче. Сервис диагностирует сайт ежедневно и информирует об обнаруженных ошибках, к которым относят неполадки с сервером, проблемы недоступности сайта для индексирования, неработоспособность внутренних ссылок [5]. Также доступны отчеты со статистическими сведениями о количестве и статусе страниц в поисковой выдаче, поисковых запросах, истории обхода страниц индексующим роботом и наличии вредоносного кода.

Сервис веб-аналитики Яндекс.Метрика позволяет анализировать: аудиторию сайта и поведение посетителей; выручку и конверсию сайта; эффективность рекламных компаний; источники трафика; доступность сайта и скорость его работы.

Для работы с Яндекс.Метрикой необходимо создать и настроить счетчик, скопировав код на каждую страницу сайта. Код счетчика состоит из двух частей: JavaScript-кода, размещенного в элементе script и HTML-кода, включенного в элемент poscript. Вместе с созданием счетчика создается связанное с ним хранилище данных, куда передается информация о событиях, произошедших на странице сайта. Полученные данные обрабатываются сервисом, и на их основе формируются статистические объекты: просмотр и загрузка страницы; загрузка файла; внешний переход; визит; посетитель.

На основе полученных статистических данных, сервис предоставляет множество отчетов, которые можно экспортировать в форматы PDF, XLSX или CSV. В разделах Яндекс.Метрики доступна статистика сайта для оценки динамики посещаемости, источников трафика, качества страниц сайта, целевых визитов, процента конверсии, электронной коммерции и т.д. Для исследования поведения пользователей предназначены такие инструменты как

«WebVisor» (воспроизведение действий в формате видео), визуальные карты кликов и пролистывания, а также сервис аналитики веб-форм.

Проводя сравнительный анализ инструментов поисковой оптимизации, предоставляемых компаниями Яндекс и Google, можно отметить, что общим для них является возможность анализа источников трафика, длительности сеансов, а также поведения аудитории.

Следует отметить, что Google Analytics обладает широким функционалом, предоставляя в распоряжение пользователя многочисленные режимы, фильтры, настройки, а также возможность анализа статистики конкурентных сайтов. В то же время Яндекс.Метрика отличается простотой, оперативным обновлением данных и отчетов, актуальностью для сайтов, ориентированных на русскоязычных пользователей.

Проведенное в работе исследование современных инструментов и рекомендаций по продвижению сайтов позволило разработать пошаговую методику поисковой оптимизации, которая учитывает как внутренние, так и внешние факторы ранжирования.

Методика поисковой оптимизации веб-сайтов

Шаг 1. Поместить в html-код страниц обязательные теги Title, Description и Keywords.

Шаг 2. Оптимизировать структуру сайта.

1) создать упорядоченную структуру URL, используя простые и уникальные адреса;

2) оформить навигацию по сайту, разместив на сайте html-карту сайта для пользователей и файл Sitemap для поисковых систем;

3) создать страницу 404 для информирования пользователей.

Шаг 3. Оптимизировать контент.

1) Создать уникальный и актуальный контент.

2) Оптимизировать html-код посредством:

а) использования тегов заголовков <h1>...<h6> для выделения ключевых слов;

б) добавления информативного текста для ссылок;

в) оформления внешних файлов для стилей CSS и скриптов Java Script;

г) использования семантической разметки документа.

3) Оптимизировать изображения путем:

а) присваивания коротких и информативных тегов title и alt для изображений;

б) хранения картинок, предварительно сжатых, в отдельной директории.

4) Проверить верстку страниц на соответствие стандартам W3C и кроссбраузерность.

Шаг 4. Настроить индексирование сайта.

1) Добавить файл robots.txt, и ограничить доступ к конфиденциальной информации.

2) Добавить атрибут rel="nofollow" для ссылок на сторонние ресурсы и в поля комментариев.

Шаг 5. Оптимизировать поиск для мобильных устройств.

1) Создать мобильную версию сайта.

2) Адаптировать сайт для просмотра на большом экране с помощью одного из способов:

- а) применить адаптивный дизайн;
- б) использовать динамический показ;
- в) присвоить разные URL.

3) Убедиться, что Google распознает URL мобильного сайта и индексирует его.

Шаг 6. Провести анализ продвижения сайта.

1) Подключить социальные медиа путем:

- а) взаимодействия с другими веб-ресурсами аналогичной тематики;
- б) размещения полезных ссылок;
- в) продвижения сайта с помощью внешней рекламы.

2) Использовать SEO-инструменты, а именно:

- а) инструменты для веб-мастеров для настройки процесса сканирования и индексации;
- б) программы веб-аналитики для анализа входящего трафика и поведения пользователей.

Выводы

В работе осуществлён аналитический обзор наиболее востребованных инструментов поисковой оптимизации, проведено исследование панелей веб-мастеров и сервисов статистики веб-ресурсов

Google и Яндекс, выполнен их сравнительный анализ.

Разработана методика поисковой оптимизации сайтов, основанная на рекомендациях соответствующих сервисов ведущих информационно-поисковых систем и стандартах верстки. Следует отметить, что предложенная методика не решает проблему поисковой оптимизации в целом, однако задает правильное направление в продвижении сайта в зону видимости. Методика предназначена для студентов и начинающих веб-мастеров, ранее не имевших опыта продвижения веб-ресурсов.

Список литературы

1. Бабаев А. Раскрутка: секреты эффективного продвижения сайтов / А. Бабаев, М. Бодя, Е. Костин. – СПб.: Питер, 2013. – 272 с.
2. Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов / Э. Энж. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. – 688 с.
3. Ашманов И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. – СПб.: Питер, 2011. – 464 с.
4. Мак-Дональд М. Создание сайта. Недостающее руководство / М. Мак-Дональд. – СПб.: БЧВ-Петербург, 2013. – 624 с.
5. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. – СПб.: Питер, 2016. – 272 с.

Поступила в редколлегию 28.04.2017

Рецензент: д-р техн. наук доц. А.М. Синотин, Харьковский национальный университет радиоэлектроники, Харьков.

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБ-САЙТІВ

І.М. Єгорова, Р.О. Горелова

Проведено дослідження панелей веб-мастерів та сервісів статистики веб-ресурсів Google та Яндекс, виконано їх порівняльний аналіз. Розроблено методику пошукової оптимізації сайтів, що заснована на рекомендаціях відповідних сервісів провідних інформаційно-пошукових систем та стандартах верстки. Методика задає правильний напрямок у просуванні сайту в зону видимості та призначена для студентів та веб-мастерів-початківців.

Ключові слова: методика, пошукова оптимізація, сайт, інструменти, веб-аналітика.

DEVELOPMENT OF THE TECHNIQUE OF SEARCH OPTIMIZATION OF WEBSITES

I. Yegorova, R. Gorelova

This paper contains results of research for web masters panels and statistics services of Google and Yandex as well as comparative analysis. Developed technique of search optimization of websites is based on suggestions of corresponding leading information retrieval systems and markup standards. Technique sets correct trend in promotion of website into visibility zone. Technique is designated for students and beginner web-masters.

Keywords: method, search optimization, site, tools, web-analytics.