

Глава VII. Ошибки поисковой оптимизации

В этом разделе поясняются основные SEO ошибки и даются пути исправления погрешностей, влекущих за собой неприятные последствия для ваших ресурсов.

Часть VII/1. Основные ошибки поисковой оптимизации

[Автор: Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)

Ниже представлен список наиболее распространенных ошибок, которые совершают вебмастера при оптимизации сайтов под Яндекс, Google или любую другую поисковую систему. Ознакомьтесь с ними, чтобы впредь не наступать на чужие грабли.

1. Игнорирование SEO

Это самая большая ошибка. Если вы сделали сайт для себя и он вам нравится, тогда речи о SEO быть не может, однако, если вы делали сайт для других, что более вероятней в нашем коммерциализованном мире, и хотите привлечь заинтересованную к вашей тематике аудиторию, тогда не игнорируйте SEO, приложите все усилия, чтобы как можно более оптимальней использовать возможности Интернет-сферы.

2. Неосведомленность о правилах нахождения в индексе поисковика

Если вы хотите, чтобы ваш сайт находился и хорошо ранжировался в поисковой системе, необходимо сперва ознакомиться с её правилами. Многие вебмастера жалуются, — “мой сайт забанили, что мне делать?”. Прежде всего, надо прочесть [руководство для вебмастеров](#) в Google и [советы вебмастеру](#) от Яндекса. Начинать любую SEO кампанию, не зная правил поисковых систем, это все равно, что стараться понравиться какому-либо человеку, не зная его вкусов и мировоззрения.

3. Неделанный сайт

У вас сайт находится на стадии разработки и при этом вы уже начали SEO кампанию? Не делайте такой ошибки. Целью любой SEO кампании является привлечение целевой аудитории (и её удержание или конверсия), а не просто занятие хороших позиций в результатах поиска. Если посетители придут к вам с поисковых систем и не найдут то, что искали, то вы потеряли потенциального клиента и в следующий раз он может зайти на ваш сайт, но уже с более низким уровнем доверия. В этом случае вы неэффективно тратите свой бюджет на раскрутку сайта.

Одно из правил SEO гласит — **сначала оптимизация, потом раскрутка**. Сделайте сайт таким, чтобы при его посещении процент отказов был минимальным. Даже *при проведении технических работ* старайтесь делать пребывание посетителей на сайте информативным. Сделайте все возможное, чтобы посетитель обязательно вернулся к вам и рекомендовал ваш ресурс своим друзьям и знакомым.

4. Спешка и ориентация на роботов

Правильно говорят, — “Поспешись – людей насмешись”. Проверьте ваш сайт сами, попросите друзей, чтобы они потестировали его и указали на все недостатки. У вас не должно быть на сайте битых ссылок, картинок и несуществующих страниц. Все формы должны работать, а верстка не расползаться в других браузерах. Навигация на сайте должна быть удобной и весь контент доступен из переходов по внутренним ссылкам.

Если на сайте будут какие-нибудь вещи, которые могут не понравиться посетителям, то, вероятнее всего, это не понравится также и поисковику. Поэтому, не спешите раскручивать сайт, убедитесь в том, что онюзабелен и поисковые системы поймут именно то, что вы хотели им сказать на своих страницах.

5. Переизбыток ключевых слов

Зачастую, оптимизируя сайт под поисковики, сеошники совершенно забывают о посетителях, пичкая страницы ключевыми словами и делая их нечитаемыми...

Издательство книг

Мы знаем, **как издать книгу!** В сфере книгоиздания "Литкон-Пресс" работает более 10 лет. Поэтому мы точно знаем, **сколько стоит издать книгу** тем или иным тиражом, **что нужно, чтобы издать книгу, как подготовить книгу к печати, как напечатать книгу и как продать тираж!**

Старайтесь создавать полезное и информативное содержание страниц, уместно используя ключевые слова. Если вы занимаетесь SEO, то должны знать, что *плотность ключевых слов не важна для хороших позиций* и более того, переизбыток ключевых слов может считаться за поисковый спам.

6. Использование тегов не по назначению

Теги H1-H6 предназначены для указания заголовков. Самый главный и весомый из них, это тег H1, в него надо поместить название страницы, которое включает в себя также и необходимые ключевые слова. Например, если у вас имеется страница со статьей и комментариями к ней, то в H1 необходимо поместить название статьи, а не хлебные крошки (пусть, например, "Главная » Лучшие статьи"), помещая при этом само название в теге параграфа.

Используйте теги по назначению, помещайте в наиболее значимые из них более значимую информацию, по которой, вероятней всего, эту статью будут искать.

7. Привлечение друзей для цитирования ваших материалов

Некоторые владельцы сайтов просят своих знакомых: "я сделал классный сайт, напиши обзор о нем в своем блоге" или "разместить пожалуйста постовой на мою новую статью". Не надо просить друзей это делать. Если ваш новый сервис или статья действительно заслуживают внимания, то друзья сами об этом напишут и поставят нужные анкоры в ссылку, таким образом вы увидите естественную обратную связь и сможете принять правильное решение по поводу дальнейших планов касательно сайта.

С другой стороны, если вы будете ссылаться на ваш сайт лишь с одних и тех же ресурсов, то это будет выглядеть в глазах поисковиков (и, аналогично, пользователей) навязчиво и вы не заслужите [такого доверия](#), как если бы на вас ссылались различные ресурсы, а не только друзья. То же самое касается социальных закладок. Google и Яндекс не дают хорошего веса плохо модерлируемым ссылкам, которые могут проставлять любые пользователи.

8. Размещение ссылок на своих друзей по их просьбе

Ссылайтесь лишь на те ресурсы, которые вы рекомендуете своим читателям, чтобы избежать в дальнейшем проблем с фильтрами поисковиков. Если друзья вас просят разместить на них ссылку или обменяться постовыми, то подумайте дважды. Вы, в первую очередь, делали свой сайт не для друзей, а для других целей (чаще всего для бизнеса), поэтому, "дружба дружбой, а служба службой". Отучайте их от подобных просьб.

Исключением могут быть однотематические ресурсы и простановка ссылок в специальном разделе "друзья сайта" или "полезные материалы".

9. Неслежение за статистикой посещений

Обязательно необходимо *поставить счетчик на сайт* для постоянного слежения и сбора статистики посещений. Если вы не знаете, что пользователям интересно, какие у вас на сайте страницы входа и выхода, какие из них пользуются большей популярностью, каков показатель отказов и так далее, то вы не сможете эффективно проводить раскрутку. Благодаря статистике, вы всегда сможете узнать, в какой момент ваш материал стал популярным, по каким причинам или наоборот, почему произошло падение трафика. Анализируя эти данные, вы можете принимать правильные решения.

10. Прекращение раскрутки на полпути

SEO это не магическая формула, применяя которую вы добиваетесь моментального успеха. **SEO это**

долгий и кропотливый труд. Поэтому, не останавливайтесь на полпути, опуская руки. Продолжайте действовать и рано или поздно вы *добьетесь успеха*.

Существуют также и другие **ошибки поисковой оптимизации** (например, использование чрезмерного количества рекламы на сайте или дублированного, неуникального контента, черная оптимизация, *прогон по каталогам*), о которых вы можете узнать из личного опыта многих вебмастеров и оптимизаторов, читая форумы и, конечно же, этот блог :)

Часть VII/2. Технические ошибки оптимизации сайтов

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

В данной статье затронут **технический аспект оптимизации** сайтов и основные недочеты, требующие исправления в первую очередь.

Результаты аудита большинства сайтов показывают, что многие вебмастера допускают одни и те же ошибки в техническом плане. Эти недочеты влияют на продвижение сайта по-разному, одни виды ошибок не позволяют поисковым роботам быстро индексировать страницы сайта, другие дают потенциальную уязвимость для конкурентов использовать эту техническую особенность для своих коварных целей, третьи же ошибки могут в последствии сыграть негативную роль в плане продвижения и позиций. Ниже описаны наиболее часто встречаемые технические недоработки и методы их исправления.

Доступность домена по разным адресам

Когда один и тот же ресурс доступен по разным URL-адресам, например, с префиксом www и без этого префикса, и при этом они не склеены между собой, возникает проблема дублированного контента. Поисковые роботы в данном случае могут посчитать, что по одному из адресов контент не уникален и поместить его в дополнительные результаты поиска. Не всегда выбранный поисковиком адрес дубля устраивает владельца сайта, поэтому следует избегать этой ошибки, склеивая между собой основной домен с неосновным зеркалом или со всеми алиасами домена.

Как проверить наличие ошибки?

Введите в адресную строку браузера адрес сайта с www. и без www. Если сайт доступен и в первом и во втором случае и при этом в файле robots.txt не прописана директива Host, тогда вы не выбрали основной домен для продвижения.

Как исправить ошибку?

Необходимо в файле robots.txt всех зеркал добавить директиву Host с указанием основного домена, например.

```
User-Agent: Yandex  
Host: www.maindomain.ru
```

Где домен www.maindomain.ru (без http) является выбранным вами основным доменом.

К тому же следует *поставить 301 редирект* с неосновного домена на основной. Таким образом, при вводе, например, адреса <http://maindomain.ru/articles/> в браузер, пользователя должно редиректить на основной домен <http://www.maindomain.ru/articles/>.

Доступность главной страницы по разным адресам

Главная страница сайта должна быть доступна лишь по основному адресу <http://www.maindomain.ru/>. Если она доступна также и по другим адресам, например, <http://www.maindomain.ru/index.php>, то возникает ошибка дублированного контента, из-за которой возможно падение позиций сайта при удобном стечении обстоятельств (сочетании других факторов).

Как проверить наличие ошибки оптимизации?

Необходимо ввести в браузер адрес с index.php или index.html, например,

<http://www.maindomain.ru/index.php>

Если страница доступна и нет редиректа на основной домен, то ошибка существует. Также найти дубли главной страницы можно, введя в кавычках её TITLE в поиске Яндекса или Google, анализируя результаты выдачи.

Как исправить ошибку дублирования главной страницы?

Для исправления этой ошибки следует также использовать *301-ый редирект* с дублей на основной домен, либо отдавать 404-ую ошибку (страницы не существуют). До этого следует из результатов поиска удалить все дубли (например, это делается с помощью *панели для вебмастеров* в Google). Редирект, при использовании apache и mod_rewrite, можно сделать следующими строками:

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{REQUEST_URI} ^/index\.(.+)$
RewriteRule ^.*$ http://%{HTTP_HOST}/ [R=301,L]
```

Большой уровень вложенности страниц

Не совсем технический аспект, но часто эта ошибка оптимизации возникает из-за неправильной работы CMS (нехватки каких-либо модулей).

При индексации контента сайта, поисковый робот ходит по внутренним ссылкам со страницы на страницу по определенному алгоритму и своему расписанию. Документ с большим уровнем вложенности (более 3-4, то есть те страницы, которые доступны в минимум 3-4 и более кликах по ссылкам от главной) поисковики дают минимальный приоритет, что означает, что до этих страниц очередь переиндексации может прийти не скоро и старый контент может оставаться в индексе поисковых систем месяцами или даже годами. Это логично, так как страницы с большим уровнем вложенности обычно менее приоритетны для пользователей и имеют низкую вероятность посещения, а соответственно, и малый статический вес (ничтожный по сравнению со страницами 2-3 уровня вложенности).

Как найти страницы на сайте с большим уровнем вложенности?

Для поиска таких страниц можно использовать бесплатный инструмент *Xenu Link Sleuth*, который также позволит найти и другие ошибки.

Как исправить ошибку больших уровней вложенности?

Следует не допускать на сайте наличие подобных страниц и разделов. Если их возникновение неизбежно, тогда используйте стандартные средства перелинковки: html карту сайта, облака ключевых слов, древовидное меню, разделы “похожие статьи” для статей и новостей и другие методы *перелинковки*.

Наличие несуществующих страниц

Известная ошибка, когда для несуществующих документов выдается главная (или другая) страница сайта с 200-ым кодом ошибки, а не с 404-ым. В данном случае, опять же, может возникнуть проблема дублированного контента.

Как определить наличие ошибки?

Ввести в адресную строку браузера любую несуществующую страницу анализируемого сайта, например,

<http://yandex.ru/not/exists>

Если в HTTP заголовках выдается **HTTP/1.1 404 Not Found**, то все нормально, сайт отдает 404-ую ошибку. Если же в заголовках присутствует 200 ошибка или 304-ая (Not Modified), то следует исправить этот недочет.

Как исправить ошибку?

Необходимо для несуществующих страниц выдавать соответствующий код, чтобы поисковый робот не добавлял их в индекс. Обычно это настраивается в используемой CMS. Если у вас нет таких настроек, тогда проверьте .htaccess файл или обратитесь к разработчикам вашей системы управления контентом.

Другие технические ошибки оптимизации

Также существуют некоторые другие, менее популярные технические аспекты, которые не учитываются оптимизаторами или вебмастерами при продвижении сайтов. К ним относятся:

— Ошибки в движке сайта

Формирование дублей, добавление параметров сессий в URL-адреса, неверные коды ответов страниц, ошибки в .htaccess-файле.

— Открытые серверные логи

Увеличивают количество неинформативных страниц в индексе поисковой системы, уменьшая доверие к сайту и скорость индексации важного контента.

— Низкая скорость отдачи страниц

Скорость отдачи страниц пользователю является одним из факторов ранжирования с недавнего времени. Чем больше вы заботитесь о пользователях, тем больше доверия получаете и от поисковых систем.

Анализируйте свои сайты самостоятельно или *заказывайте аудит*, выявляйте технические ошибки и устраняйте их. Успехов в оптимизации!

Часть VII/3. 5 распространенных ошибок оптимизаторов и немного свежих идей

[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)

На официальном блоге Google [появилась запись](#), освещающая распространенные ошибки оптимизаторов. Майли Оуей (Maile Ohye), технический руководитель отдела по разработке программ Google, даёт несколько рекомендаций, как на самом деле стоит проводить SEO-работы над сайтом. Я полностью с ней солидарен, поэтому, делюсь русскоязычным переводом ниже.

Итак, 5 распространенных ошибок в SEO и 6 хороших идей от Майли Оуей!

Ошибка №1: Отсутствие ценности для пользователя

Не стоит работать над SEO пока сайт не несет никакой ценности.

Задайте себе вопрос, почему пользователь должен выбрать мой сайт в результатах поиска? Ваш товар или услуга должна быть особенной и привлекать внимание, можно применить креативный подход.

Например, ваш сайт представляет локальный бизнес, допустим, ремонт мотоциклов. Что отличает ваш бизнес от бизнеса конкурентов? Являетесь ли вы некоммерческой организацией, возможно, вы предлагаете бесплатную оценку, продаете б/у запчасти, обслуживаете также снегоходы, или вы старый независимый диллер в своем городе?

[Мотосервис: ремонт мотоциклов, техническое обслуживание ...](#)
motoservice.su/

Мотосервис - техническое обслуживание и **ремонт** мото, квадро, гидроциклов. Мотозапчасти и запчасти для квадроциклов, гидроциклов и снегоходов.

[Моторазборка. БУ запчасти для мотоциклов. Мотозапчасти ...](#)
motorazborka.ru/

б/у запчасти для мотоциклов Honda · Kawasaki б/у запчасти ... В этом Вам поможет наша разборка **мотоциклов**. ... **Ремонт** квадроциклов и снегоходов ...

[Ремонт мотоциклов Honda \(Хонда\), Yamaha \(Ямаха\), а также ...](#)
forsage77.ru/servis/remont-motociklov/

И главное здесь выбрать хороший сервис, где не просто заменить деталь, а где осуществляют качественный **ремонт мотоцикла** любой сложности.

[JetMotoService](#)
jetmotoservice.ru/

восстановление и покраска пластика, шиномонтаж, **ремонт** любой сложности (в т.ч. **ремонт двигателей**), подготовка мототехники к старт-радингу, ...

[Мотосервис PRORACING. Ремонт мотоциклов и скутеров в ...](#)
www.proracing.su/

Ремонт и обслуживание мотоциклов и скутеров. Спортивная команда, мотошкола и мотомагазин.

[Мотосервис - ремонт мотоциклов, снегоходов, ATV в Москве](#)
www.moto-razbor.ru/motoremont.html

Мотосервис Гараж 55 предлагает воспользоваться услугами по **ремонту** и сервисному обслуживанию **мотоциклов и снегоходов** в Москве.

Или если у вас интернет-магазин, что отличает вас от других интернет-магазинов?

Низкие цены, бесплатная доставка, отличный сервис, подробное описание товаров, доступность на разных языках или что-то другое? Наличие ценности сайта для пользователя упростит вашу работу по SEO.

Также, в независимости от того, на какой позиции ваш сайт находится в топе, если вы хотите там остаться, пользователи должны видеть ценность ресурса, чтобы кликать на него, возвращаться в будущем снова и снова, рекомендовать его своим друзьям.

Начните с ценности для пользователя, он должен остаться довольным!



Ошибка №2: Разные цели для разных отделов маркетинга

Здесь проводится аналогия с японской обеденной тарелкой, где всё разделено и не работает друг с другом. Это хорошо для суши и салата, но совсем нехорошо, когда отсутствует коммуникация между отделом маркетинга и сеошниками.

Онлайн-стратегию лучше строить таким образом, чтобы учитывать цели всего бизнеса, взаимодействуя с каждым отделом компании.

Рассматривайте поисковую оптимизацию как полный процесс взаимодействия с пользователем: от привлечения до конверсии и, возможно, с повторением продаж.

Ванесса Фокс, консультант в области поисковой оптимизации, приводит пример, когда компаниям сложно дополнить телевизионную оффлайн-рекламу с усилиями по онлайн-продвижению. Многие автомобильные компании тратят миллионы на ТВ-рекламу, отправляя пользователей на сайт. В обычный день на сайт может прийти не много людей, но это может помочь определенному запросу выйти на тридцатые позиции в горячих трендах Google. Представьте, что это была ваша компания. Не закидывайтесь лишь на словах, с которыми вы работаете ежедневно, но также оптимизируйте сайт под другие запросы, с которыми работают другие отделы маркетинга вашей компании.

Ошибка №3: Повсеместная трата времени

Вместо того, чтобы изучать новые возможности поисковых систем для упрощения решения ряда задач, оптимизаторы прилагают усилия в другую сторону, неэффективно растрачивая время.

Например, для объединения страниц навигации по статьям, раньше оптимизаторы использовали тег *rel=canonical* с указанием первой страницы, как канонической. К сожалению, это может привести к потере контента в индексе Google. Сейчас эту проблему можно решить с помощью разметки *rel=next* и *rel=prev*. Таким образом, страницы категорий или статей будут рассматриваться как единая последовательность.

Также, в недалеком прошлом, чтобы быстрее проиндексировать обновленные страницы сайта, вебмастера обновляли *sitemap.xml*, вставляя новые адреса, загружали сайтмэп на сайт и отправляли в Google. Однако, в 2011 мы расширили возможности панели для вебмастеров и теперь там можно отправлять непосредственно ссылки на новые страницы, которые будут просканированы роботом в течение 24 часов.

Чтобы быть постоянно в курсе новых возможностей поисковых систем, следите за их официальными блогами, а также за статьями на devaka.ru :)

Ошибка №4: Погоня за “SEO-трендами”

Еще совсем недавно поисковые системы и сайты гнались за пользователями. Получить больше пользователей и сконвертировать их. Сейчас же ситуация изменилась не в лучшую сторону. Вместо того, чтобы гнаться за пользователями, некоторые сайты гонятся за алгоритмами поисковых систем.



Тренды в SEO менялись год от года. В 2005 люди гнались за плотностью ключевых слов в контенте, которая сейчас не актуальна. Лучше бы они тратили время на создание читабельного, привлекающего внимание и информативного контента. Отвлечитесь немного от SEO-трендов и создавайте долговременную ценность.

Ошибка №5: Медленные итерации

В Google постоянно что-то меняется. Чем быстрее ваша команда сможет внедрять улучшения, тем лучше. Как стать более подвижным?

1. Определить метрики эффективности
2. Внедрить улучшения
3. Измерить эффективность внедренных изменений
4. Добавить новые улучшения
5. Расставить приоритеты в изменениях, в зависимости от особенностей рынка и самой компании

В 2009 мы внедрили [расширенные сниппеты](#), рецепты или сайты с событиями могут быстро внедрить специальную разметку и стать более привлекательными. Также мы начали работать с видео-ресурсами, которые могут использовать видео-сайтмэпы.

[Рецепты коктейлей с мартини : MARTINI](#)

[o-martini.ru/?page_id=2](#) - Translate this page

Рецепты коктейлей с **мартини**. Если вы пригласили гостей и вы хотите удивить их коктейлями с **мартини** – то вам именно сюда. martini_fizz. Коктейль ...

[Рецепт МАРТИНИ / ГОТОВИМ.РУ](#)

[www.gotovim.ru/recepts/alco/coctail/6045.shtml](#) - Translate this page

Мартини. Все перемешать в миксере в течении нескольких секунд.

[Коктейль Водка-мартини - алкогольные коктейли - энотека](#)



[minus5.ru/recipes/320](#) - Translate this page

★★★★☆ 188 reviews

Коктейль Водка-мартини - вкусные **рецепты** на сайте Minus5.ru. ...

Коктейль Водка-Мартини относится к разряду крепких алкогольных напитков.

[Рецепты коктейлей. Мартини, мохито, маргарита. Все о виски ...](#)

[thedrinks.ru/](#) - Translate this page

26 янв 2012 – **Рецепты** коктейлей, **мартини**, мохито, маргарита. Описания вин, ликеров, виски, вермутов, бренди, коктейлей.

[Театр - БИЛЕТ \(RU\): - заказ билетов в Москве. Купить билеты на ...](#)

www.teatrbilet.ru/ - Translate this page

Театр – БИЛЕТ (RU) – билеты в театры, на концерты и спортивные состязания. Заказ по телефону, доставка на дом. Репертуары, афиши, планы ...

[Заказ билетов в театр, театральная афиша Москвы 2012, купить ...](#)

www.hotticket.ru/ - Translate this page

Заказ билетов в театры, театральная афиша 2012, любые театральные билеты. ...

Tue, Mar 20 [Дракула](#) - Драматический театр им К.С. Станиславского

Tue, Mar 20 [Безумный день, или Женидьба Фигаро](#)

Tue, Mar 20 [Тестостерон](#) - Театр им. А.С. Пушкина

[Необыкновенный концерт — Википедия](#)

ru.wikipedia.org/wiki/Необыкновенный_концерт - Translate this page

Необыкновенный концерт — пародийно-сатирический спектакль театра кукол им. С.Образцова. Одноимённый фильм со спектаклем снят в 1972 году.

Выше мы рассказали об ошибках, давайте теперь рассмотрим достойный пример поисковой оптимизации.

- **Сделайте что-то очень классное!**
Необходимо иметь свою ценность, которая отличает вас от конкурентов.
- **Включите в контент соответствующие ему ключевые слова.**
Нет необходимости заботиться о плотности ключевых слов. Однако, убедитесь, что эти ключевые слова люди действительно ищут.
- **Уделите внимание мета-тегам (TITLE и meta description), а также структуре сайта.**
- **Используйте панель управления для вебмастеров.**
Она позволяет анализировать сайт, а также находить возникающие ошибки. В панели для вебмастеров можно подписаться на сообщения и получать уведомления об ошибках прямо на почту.
- **Вовлекайте людей в дискуссии, создавайте шумиху.**
Это позволит сайту получить естественные ссылки, великолепные обзоры, голоса +1 и ретвиты.
- **Предоставляйте свежую и релевантную информацию.**
Используйте социальные медиа, разработайте мобильную версию сайта, доступную для смартфонов.

Удачи вам в продвижении сайтов!

Часть VII/4. Детские ошибки при оптимизации сайта

[Автор: Александр Карташев](#)

Сео оптимизация сайта (SEO) процесс долгий и сложный, он часто связан с большим количеством рутинных действий, которые необходимо повторять из раза в раз.

Сейчас оптимизация текста важна чуть ли не меньше, чем его качество и уникальность, без неё даже хороший контент и сайт для людей не найдут места в верхних строках выдачи. С сео оптимизацией связано и огромное количество ошибок.

Точного алгоритма нет, существует множество мнений, многие из которых недостаточно компетентны, или основываются на чужом опыте. Проводя сео оптимизацию без определённых знаний и плана, вы рискуете повторить распространённые ошибки и, тем самым, лишить свой сайт возможности занять максимально высокие места в выдаче.

О том, что это за ошибки и как их избежать, я расскажу в этой статье.

Ошибки в семантическом ядре сайта

Семантическое ядро сайта – один из ключевых элементов сео оптимизации, от которого многое зависит. К сожалению, при его составлении вебмастера допускают огромное количество ошибок. О некоторых из них скажу.



Первая и самая распространённая ошибка – заключение в тег Title стоп-символов, которые мешают поисковым системам индексировать содержимое тегов. Примеры стоп-символов: /><][+=) и т.п. Наличие их в любом мета-теге нежелательно. То же самое можно сказать и про стоп-слова, коими являются почти все союзы, предлоги и частицы. Их наличие допускается лишь в теге description, так как он составляется, в основном, для пользователей поисковых систем, а не для них самих. Следующая ошибка, связанная с составлением семантического ядра – это название сайта в теге Title на главной странице. Почему это плохо?

Просто потому, что название сайта, если оно не содержит ключевых слов тематики, не скажет поисковой системе ничего о его содержании. Лучше заключить в него наиболее полно характеризующие ваш сайт ключевые запросы, 1-2 хватит. Исключение – если название вашего сайта является известным брендом, который могут искать отдельным запросом.

Следующая распространённая ошибка при seo оптимизации сайта – содержание тега description. Подавляющее большинство неопытных вебмастеров пытается набить в него как можно больше ключевых слов, забывая или просто не зная, что он составляется не для поискового робота, а для людей. Очень часто содержимое этого тега становится описанием сайта в выдаче, то есть, косвенным образом влияет на процент показов сайта в выдаче к кликам. По логике повествования, следующим пунктом будут ключевые слова, то есть, тег keywords. Разумеется, тут тоже не без ошибок. Очень многие вебмастера в процессе seo оптимизации стремятся включить в него все запросы, по которым продвигают отдельные страницы сайта, в итоге получается длинный список часто не очень однородных запросов.

Тег ключевых слов на главной странице должен содержать небольшое количество ключевых слов (не больше 10), каждое из которых характеризует тематику сайта в целом. Запросы эти должны быть более частотными, чем те, по которым продвигаются отдельные страницы сайта (за редким исключением). На последок, ошибки, свойственные как раз более продвинутым вебмастерам.

Я говорю про содержимое тегов h1 — h6. Во многих CMS в них по умолчанию заключены малозначимые части сайта, такие как заголовки виджетов и т.п. Целесообразнее в тег h1 заключать, скажем, название статьи, в теги h2 подзаголовки, и т.д. Притом на главной странице в теге h1 должно быть название сайта, в то время как на конечных страницах – названия статей (или других материалов). Прodelать это не так просто, и под силу не каждому вебмастеру. Но оно того стоит.



Ошибки в навигации по сайту

Навигация по сайту одна из самых часто встречающихся ошибок, непосредственно влияющих на seo оптимизацию сайта. Дело в том, что часто внешняя красота расходится с удобством и функциональностью, и вебмастера делают выбор в пользу красоты.

Я говорю даже не про удобство посетителей сайта, а про возможность поисковых систем индексировать сайт. Использование для навигации Java-скриптов сильно усложняет работу поисковым системам. Для её облегчения необходимо, чтобы на каждую страницу сайта вела обычная гиперссылка. Кроме того, каждый сайт содержит много «лишних» страниц, видеть которые поисковые системы не должны. Например, страницы рубрик. Часто на них частично дублируется контент, что плохо с точки зрения оптимизации. Такие страницы нужно закрывать для индексации в файле robots.txt.

Оптимизация изображений

Это большая тема для многих сайтов. Сколько уже сказано про необходимость использовать на сайте графику. Однако одного использования мало, её ещё нужно оптимизировать. Делается это довольно просто, однако далеко не всеми вебмастерами. Достаточно прописать у картинки теги title и alt, и её шансы на попадание в верхние строчки графической выдачи заметно вырастут. Кроме того, для поисковых систем имеет значение размер и качество изображения, поэтому им тоже стоит уделить внимание. Несмотря на стереотипы, с изображения можно получить неплохой трафик, притом, часто, весьма качественный.

Внешние и внутренние ссылки

Что касается внутренних ссылок — одного из элементов внутренней seo оптимизации сайта, — то тут самая распространённая ошибка – неправильные анкеры. Часто о них просто не думают, не заключают в них ключевые слова. Прямые анкеры тоже полезны, но только для того, чтобы разбавлять основные. Ошибка, касающаяся внешних ссылок – это и качество.

Стремясь сэкономить, многие вебмастера получают эти ссылки путём прогона по каталогам, закладкам, что само по себе не только не помогает, но и может заметно навредить. Вот, пожалуй, и все основные ошибки. Набралось их, как видите, немало, и хоть одна из них встречается почти у каждого оптимизатора. Устранив их все, вы сделаете большой шаг на пути к seo оптимизации сайта (SEO). Вместо того, чтобы продвигать сайт экстенсивным путём, попробуйте сделать это интенсивным путём.

Часть VII/5. Переоптимизация сайта

[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)

Что такое оптимизация?

Если рассмотреть значение оптимизации в информатике, то под этим термином понимают **модификацию системы с целью повышения её эффективности**. Другими словами, оптимизируя сайт, мы стремимся увеличить его эффективность. При этом, метриками эффективности могут выступать совершенно различные показатели, в зависимости от типа сайта и его целей.

Если определенная модификация системы (в данном случае сайта) приближает к цели, то это можно назвать оптимизацией.

Проводя аналогию с украшениями на лице в качестве своеобразных его модификаций с целью получения успеха у противоположного пола или при вступлении в престижный ВУЗ, оптимизация будет выглядеть следующим образом:



Определенная красота в различных частях сайта (заголовке, контенте, коде) также способна приблизить нас к цели (от улучшения позиций в поиске до повышения конверсии посетителей).

Что такое переоптимизация?

Переоптимизация есть превышение меры. В контексте сайта это будет информационная перенасыщенность (например, в имени домена, адресе страницы, в контенте, ссылках или html-коде). Если продолжить аналогию с украшениями, то переоптимизацию можно отобразить примерно так:



Причина переоптимизированности часто заложена в неверном определении метрик эффективности сайта. Но что плохого в превышении меры?

Имитация. В данном случае релевантности.

При переоптимизации сайт, на самом деле, не релевантен запросам, под который его оптимизируют, он просто имитирует эту релевантность.

Снижение конверсии.

Любое превышение меры снижает конверсию, так как заголовки и контент становятся нечитабельными (не только на сайте, но и в результатах поиска). Соответственно, поисковых запросов много – переходов на сайт мало, трафик есть – продаж или подписок нет!

Привлечение санкций. Со стороны поисковых систем.

Переоптимизация часто сравнима с переспамом (перенасыщенностью контента ключевыми словами), поисковые системы отслеживают эти сигналы и стараются не показывать такие сайты высоко в поиске. Отдельные сигналы вовсе ведут к бану (исключению из индекса).

Простыни с текстом и ключевиками для Яндекса *уже неактуальны*. Некоторые вебмастера, в последнее время, могли заметить резкое снижение позиций сайта и сообщения от службы поддержки, уведомляющие о переоптимизированности текстов.

Под *фильтр Google Panda* также, в первую очередь, попадают переспамленные тексты, потом уже копипаст (дубли) и другой низкокачественный контент.

Примеры

Рассмотрим несколько примеров переоптимизации сайта для каждого из отдельных его элементов.

Заголовок страницы TITLE

```
<title>М-Лок &laquo; Металлические двери, двери Атлант, двери Торэкс,
металлические двери, металлические двери Атлант, металлические двери Торэкс,
двери металлические, С-Пб, двери СПб, противопожарные двери, межкомнатные
двери, двери Волховец, двери Петербург, входные двери, стальные двери,
фурнитура, дверна фурнитура, Игарос, Торэкс, Торекс, дополнительные замки,
Санкт-Петербург, С-Пб, СПб, Питер, Двери 78</title>
```

Выше представлен самый простой пример переоптимизации, где через запятую в заголовке TITLE перечисляются необходимые ключевые слова.

Ещё один заголовок TITLE и мета-теги description и keywords

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1251" />
<meta http-equiv="Content-Language" content="ru"/>
<title>Гостиничные двери, офисные двери, двери для офиса, крашенные двери,
двери для гостиниц, двери для больниц, звукоизоляционные двери</title>
<meta name="description" content="Гостиничные двери, звукоизоляционные
двери. Двери для гостиниц, мебель для гостиниц, текстиль для гостиниц,
оборудование для гостиниц." />
<meta name="keywords" content="гостиничные двери, двери для гостиниц, двери
для офиса, звукоизоляционные двери, крашенные двери, офисные двери, двери
для больниц" />
<link href=" ../style.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<script src=" ../js/script.js" type="text/javascript"></script>
<link rel="icon" href="/favicon.ico" type="image/x-icon">
<link rel="shortcut icon" href="/favicon.ico" type="image/x-icon">
<base href="http://www.всё-для-гостиниц.рф/" />
```


Подобные заголовки составляются исключительно для поисковых систем, без учета того, что на них будут смотреть пользователи.

Другой пример переоптимизированности мета-тегов

[кликните на изображение для увеличения]

```
<meta name='yandex-verification' content='559b619b4e4bd95e' />
<title>купить матрас в интернете, пружинный матрас купить, купить ортопедический
матрас москва, купить хороший матрас, купить матрас от производителя, купить матрас
ортопедический недорого, купить матрасы виртуоз, купить матрас матерлжкс, купить
наматрасник, купить матрасы александрия, купить матрас, заказать матрас, заказать
хороший матрас, заказать матрас недорого, ортопедические матрасы виртуоз,
ортопедические матрасы лама, матрасы ортопедические интернет, матрасы ортопедические
для детей, матрасы виртуоз купить, интернет магазин матрасы ортопедические, продажа
ортопедических матрасов, пружинные ортопедические матрасы, ортопедические матрасы
Райтон, наматрасники от производителя, где можно купить матрас, где купить
ортопедический матрас.матрасы Авита</title>
<meta name="keywords" content="заказать матрас, купить наматрасник, ортопедические
матрасы Райтон, купить матрасы виртуоз, купить матрас от производителя, продажа
ортопедических матрасов, где купить ортопедический матрас, заказать хороший матрас,
пружинный матрас купить, купить матрас, где можно купить матрас, купить матрас
матерлжкс, пружинные ортопедические матрасы, купить ортопедический матрас москва,
ортопедические матрасы лама, матрасы ортопедические для детей, заказать матрас
недорого, матрасы ортопедические интернет, купить матрасы александрия, купить
недорогой матрас, матрасы виртуоз купить, купить матрас в интернете, интернет
магазин матрасы ортопедические, наматрасники от производителя, купить матрас
ортопедический недорого,матрасы Авита,ортопедические матрасы виртуоз">
<meta name="description" content="Интернет-магазин &quot;Mar Матрасов&quot; - это
магазин хороших снов! У нас можно найти пружинные ортопедические матрасы,
ортопедические матрасы Райтон,матрасы Авита,наматрасники от производителя, купить
наматрасники, пружинные матрасы. И всё это совсем недорого!">
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
```

Оптимизатор, в данном случае, посчитал поисковые системы тугодумными и решил лишний раз напомнить, чему посвящен сайт – матрасам и их продаже.

<H1>Спам</H1> — Пример переспама заголовков контента.

ГЛАВНАЯ | КОНТАКТЫ | ФАБРИКИ | ДОСТАВКА | ДИЛЕРАМ | ПОКАЗ ТКАНЕЙ | КАРТА

2-53 Мы работаем с 9.00 до 21.00 пн-суб.

Коллекция: 0 товаров

Диваны дешево от производителя купить. Купить диваны дешево в Москве. Дешевые диваны угловые. Дешевые диваны и кресла.

Приветствуем Вас на сайте представителя Фабрики АСМ. У нас Вы можете купить диваны дешево в Москве. Слева Вы найдете каталог, где можно выбрать интересующую категорию товара. Все цены на диваны актуальны, не удивляйтесь, если увидите очень низкие цены на качественные и красивые диваны. Наши условия позволяют нам осуществлять продажу действительно дешевых диванов в Москве.

Примеры дешевых диванов:

	Недорогие диваны от 3 до 6 тыс. руб.
	Диван со склада от Фабрики

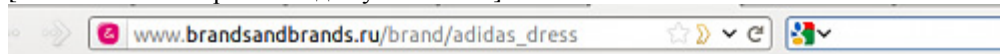
Подобные заголовки сильно снижают доверие посетителя к сайту и, соответственно, конверсию. Поисковые системы, также как и пользователи, любят сайты, которым можно доверять.

Обратите также внимание, что в ноябре Яндекс [ввел новую формулу ранжирования](#) для коммерческих запросов, где помимо качества контента учитывается качество транзакции, куда неотъемлемыми факторами входят интерфейс и доверие к сайту. Переоптимизация любого вида в ущерб юзабилити

сильно вредит коммерческим сайтам, несмотря на то, что упомянутая выше формула ранжирования пока работает для московского региона.

Пример переспама контента

[кликните на изображение для увеличения]



Каждый год **Adidas** выпускает бесчисленное множество спортивных товаров. Бутсы, кроссовки, **костюм Adidas**, футболки **Adidas**, штаны, шорты, **спортивные костюмы Adidas**, купальники, **спортивные штаны Adidas**, футбольные мячи - все это и многое другое можно найти в любом магазине бренда. **Мужские Adidas**, **женские** и детские коллекции замечательно передают настроение марки. **Одежда Adidas** уникальна тем, что каждый ее товар отличается идеальным вкусом и качеством. Так, **Adidas Originals**, предоставляет спортивную одежду для людей, уверенных в себе. **Adidas Originals** создан для активного образа жизни. Те, кто выбрал **Adidas Originals**, всегда находятся в движении. **Купить Adidas** этой линии, значит быть готовым к новым открытиям.

Мужские Adidas и **женские Adidas** - обе коллекции в равной мере представлены во всех линиях бренда. **Костюм Adidas** будет неполным без хлопковой **футболки Adidas** и классических нейлоновых **штанов Adidas**. Достоинство **спортивных костюмов Adidas** в том, что в них легко заниматься спортом. Олимпийки и **спортивные штаны Adidas** прекрасно пропускают воздух, что создает идеальную терморегуляцию. У **спортивных штанов Adidas** исключительно удобная посадка. **Спортивные костюмы Adidas** рассчитаны на то, чтобы занятие спортом приносило удовольствие.

Сложно представить себе, кто из читателей приведенного на скриншоте текста купит в данном магазине товары Adidas :)

Вложенность тегов

Помимо переспама контента ключевыми словами за переоптимизацию принимается и определенная вложенность html-тегов с целью повышения веса нужных слов на странице. Это могут быть следующие варианты:

- `ключевое слово`
- `<i>ключевое слово</i>`
- `<a>ключевая фраза`
- `<h2>ключ</h2>`

Чаще всего переоптимизированность является сознательным процессом, поэтому неизбежно влечет санкции. Избегайте подобную вложенность тегов, а для применения стилей к заголовкам и ссылкам используйте CSS.

Скрытие контента

Скрытие контента от посетителей, в ряде случаев, свидетельствует о том, что он предназначен для поисковых систем. Некоторые из приемов скрытия контента определяются поисковыми алгоритмами автоматически, другие могут стать причиной жалобы от конкурентов или найдены в результате проверки *асессором*, что опять же, неизбежно ведет к санкциям.

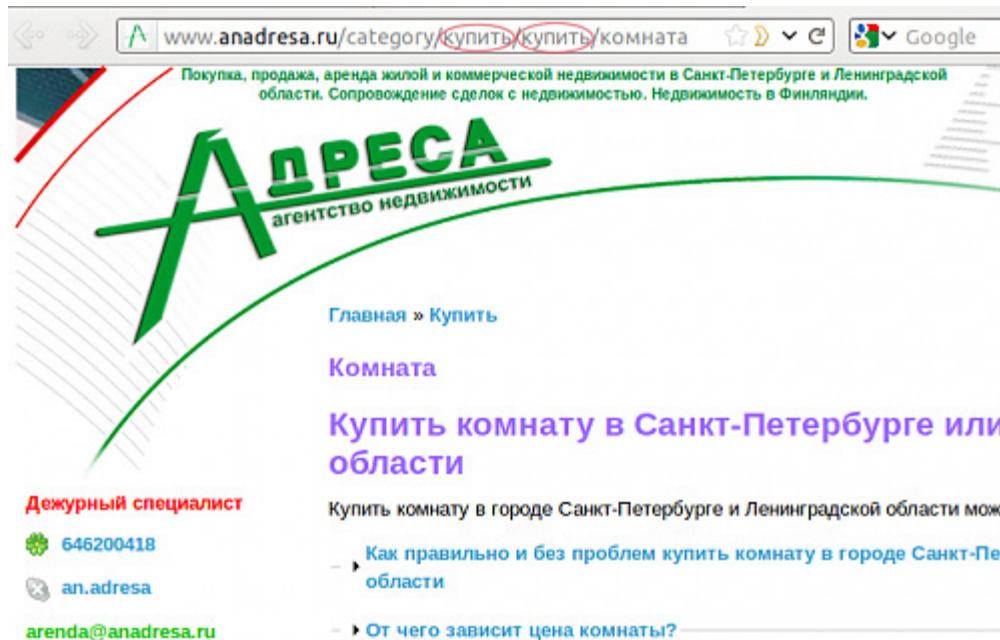
- `Display: none`
- `Overflow: auto(scroll)`
- `<noscript>Спам</noscript>`
- `<noindex>` (чрезмерное использование)

Атрибуты ALT и TITLE

```
<td valign="top", width="15%">
  <div class="entry" id="slide-container"><a style="visibility:
visible;" id="slideshow">
  
  
  
  
  
   </a></div>
</td>
```

В атрибутах ALT и TITLE также часто используют перечисления ключевых слов. Текст из ALT в большинстве случаев не виден посетителям, поэтому на конверсию может и не повлиять, но зато он хорошо виден поисковым системам.

Адресная строка



На примере выше повторение слова “купить” в адресной строке можно было бы посчитать за ошибку работы движка сайта, если не обратить внимание на остальной контент.

Доменное имя

[Межкомнатные двери в Москве](#)

[галерея-декор.рф/.../купить-межкомнатные-дв...](#) - Сохраненная копия

Мы предлагаем купить межкомнатные двери в Москве с доставкой и установкой. Только у нас - более 10000 решений!

[Где купить межкомнатные двери в Москве? Здесь – КЛИКАЙ! Мож...](#)

[где-купить-в-москве-и-подмосковье.рф/...купи...](#) - Сохраненная копия

Двери межкомнатные в Москве можно купить здесь, обратившись на предприятия, визитки которых размещены ниже. Если Ваше предприятие продает двери межкомнатные ...

[Где лучше купить межкомнатные двери? | Домашние вопросы](#)

[домашниевопросы.рф/где-лучше-купить-меж...](#) - Сохраненная копия

16 янв 2011 – sasha1817 0 – 13.01.2011 – 13:30, Посоветуйте пожалуйста, кто где покупал межкомнатные двери. Интересует соотношение цена-качество. ...

[Где купить межкомнатные двери в Санкт-Петербурге? Здесь – Кл...](#)

[где-купить-в-санкт-петербурге-слб.рф/...купит...](#) - Сохраненная копия

Двери межкомнатные в Санкт-Петербурге можно купить здесь, обратившись на предприятия, визитки которых размещены ниже. Если Ваше предприятие продает двери ...

[Где купить межкомнатные двери в Челябинске? Здесь – КЛИКАЙ! ...](#)

[где-купить-в-челябинске.рф/...купить/двери/ме...](#) - Сохраненная копия

Двери межкомнатные в Челябинске можно купить здесь, обратившись на предприятия, визитки которых размещены ниже. Если Ваше предприятие продает двери ...

Такие домены, хоть и находятся в индексе, но это дело времени, а также зависит от контента на сайте. Но некоторые из показанных доменов заранее говорят, для чего они были созданы. Будет ли у вас доверие к подобным сайтам? Расплатитесь ли вы за купленные двери кредиткой на этих ресурсах?

Переоптимизация ссылок

Ссылки также являются текстовым контентом и их переоптимизация влечет к наложению различных фильтров. Если ссылки покупаются, а позиции не растут, а иногда потихоньку снижаются, то имеет место переспам анкор-листа. Одинаковые ключевые слова со всех внешних ссылок ведут к неучету большинства из них. На внутренние ссылки сайта также следует обращать внимание, избегая перечисление ключевых слов (например, через запятую) в них.

Если сравнивать пере- и недо- оптимизацию, то при одинаково низкой их эффективности они будут отличаться возвратом инвестиций (инвестиции в данном случае это время, силы и денежные средства).

$$ROI = \text{Эффективность} / \text{Затраты}$$

При переоптимизированности сайта ROI всегда ниже, поэтому, выгодней недооптимизировать сайт, чем переоптимизировать его.

Итоги

Выявить переоптимизацию очень просто, так как она создавалась сознательно. Если же отсутствует оптимизатор, который прежде работал с сайтом, то необходимо пересмотреть тексты, ссылки и html-код. Главный фактор, указывающий на то, что сайт переоптимизирован — снижается его эффективность. Можно использовать веб-аналитику, находя на сайте низкоконтверсионные страницы.

После определения переспамленных страниц уменьшите их информационную насыщенность ключевыми словами, удалите скрытые элементы, снимите купленные ссылки, модифицируйте сайт для людей.

При использовании сверх-оптимизации система теряет эффективность: затраты увеличиваются, конверсия посетителя снижается, падает доверие к сайту, а также это влечёт санкции от поисковых систем (Яндекс, Google, прежде всего).

Как только ваш бизнес будет направлен на людей, поисковые системы пересмотрят своё отношение к сайту и его эффективность значительно увеличится. Ориентируйтесь на людей, недооптимизация всегда лучше переоптимизированного сайта!

Часть VII/6. Сайт понижен в выдаче за переоптимизацию текстов

[Автор: Елена Камская \(Digital Helen\)](#)



Если в попытках повысить позиции сайта Вы уже много раз вносили изменения в тексты (меняли плотность, сокращали/увеличивали объем символов, рерайтили и т.д.), но ни разу не увидели заметных результатов, возможно, **на Ваш сайт наложены санкции за переспам.**

С [сентября 2011 года](#) в Яндексе работает алгоритм, который распознает и понижает в выдаче страницы с переоптимизированными текстами. Согласно моим наблюдениям, этот алгоритм существенно отличается от *портяночного фильтра* двухлетней давности, который в свое время выполнял ту же задачу.

Вот основные особенности алгоритма, которые я заметила:

1) Санкции за переспам накладываются на отдельные страницы, а не на сайт в целом. При этом в большинстве случаев страница теряет позиции по всем запросам, а не только по запросу, где наблюдается переспам (портяночный фильтр накладывался сугубо на пару запрос-документ, переспамленные запросы оставались в топе).

2) В отдельных случаях при наложении санкций наблюдается постепенное проседание всего сайта (не только отдельных страниц). Это можно объяснить как наличием крепких внутренних взаимосвязей между страницами (понижается вес ссылок со страниц, которые под санкциями), так и общим ухудшением ПФ (например, вследствие исчезновения из топа переспамленных страниц общий CTR сайта в выдаче ухудшается).

3) Подход к понятию спамного текста у Яндекса несколько изменился со времен «портяночного фильтра». Фильтр за портянки накладывался в случае превышения определенного порога плотности кеев в документе, которое, в большинстве случаев, можно было заметить даже невооруженным глазом без глубокого анализа. При текущем алгоритме причина наложения санкций не всегда очевидна – есть случаи, когда от санкций страдают страницы с текстами, где кеи употребляются крайне редко или вообще отсутствуют в чистом виде. Думаю, здесь имеют место влияние ПФ (почему я так считаю – далее в статье).

4) Хотя в предупреждении Яндекса внимание акцентируется сугубо на переспам в текстах, причиной наложения санкций могут стать и другие признаки внутренней перептимизации. Из личного опыта – это могут быть мета-теги, заголовки страниц, внутренняя перелинковка, ALT-атрибуты картинок.

Если у Вас появилось подозрение, что Ваш сайт понижен за переспам, первое, что я советую сделать – **подтвердить или опровергнуть подозрения, обратившись в поддержку Яндекса.** Спросите у Платона, действительно ли на сайт наложены санкции – и через пару дней Вы будете точно знать, как нужно действовать дальше – бороться с переспамом, или искать причину в чем-то другом.

Ответ Яндекса, в котором подтверждается наложение санкций, обычно выглядит так:

Здравствуйте, _____!

Проверив Ваш сайт, наши алгоритмы нашли страницы, содержание которых может негативно повлиять на ранжирование. На Вашем сайте были проиндексированы страницы, содержащие списки поисковых запросов, то есть фрагменты текста, предназначенные не для пользователей, а исключительно для продвижения сайта в поисковых системах. В силу того, что по многим запросам Яндекс не может корректно отранжировать такие страницы, Ваш сайт был понижен в результатах поиска.

Если эти элементы страниц не являются жизненно важными для существования сайта, уберите их, пожалуйста, или измените таким образом, чтобы они были удобны для восприятия пользователями. Так как сайт оценивается комплексно, то рекомендуем проверить как сами тексты, так и теги (в том числе `title`), и ссылки – для алгоритмов все это имеет значение.

После внесения изменений напишите нам еще раз, и мы рассмотрим возможность снятия санкций с Вашего сайта.

—
С уважением, Платон Щукин
Служба поддержки Яндекса

<http://help.yandex.ru/>

Если Вы получили именно такой ответ, **ищите на своем сайте признаки переспама**. Давайте рассмотрим подробнее, где и что нужно искать.

Спамный текст – основная причина наложения санкций за переспам

Поскольку это самая распространенная причина санкций, рассмотрим ее первой. Текст может быть определен роботами как спамный по разным причинам:

А) Чрезмерное количество употреблений ключевых слов в тексте – традиционная причина. Многие оптимизаторы никак не могут отвыкнуть от мысли, что хороший текст – это SEO текст, и стараются приукрасить содержание всевозможными оборотами и падежами ключевых слов в точных и разбавленных вхождениях. Попробуйте *сравнить свои тексты с конкурентами*, а также просто оценить их с точки зрения посетителя (попросите прочитать тексты жену, брата, маму и т.д.).

Если получается «масло масляное» – тексты нужно менять. При этом я советую именно **полностью менять текст на новый, а не шаманить с уменьшением плотности слов/синонимами/ноиндексом и т.д.** И новый контент лучше заказывать не у *SEO-копирайтера*, а у обычного, который понимает толк в *продающих* текстах.

Б) Бессмысленное выделение ключевых слов атрибутами `strong`, `b`, `i` и т.д. Изначально выделения предназначены для того, что б помочь пользователям сориентироваться в тексте. Но рандомные стронги по всему тексту ничуть не помогают расставить смысловые акценты и не имеют ничего общего с удобством:

Рецепты с чечевицей

Способ и время приготовления **чечевицы** во многом зависят от сорта. Если готовите французскую зеленую **чечевицу**, то можно не волноваться за то, что она разварится. Из всех сортов зеленая - сама устойчивая к развариванию. Для того чтобы сварить коричневую и красную египетскую **чечевицу**, потребуется значительно меньше времени. Достаточно опустить зерна в кипящую воду, уменьшить нагрев и подождать 10-25 минут. Воду солить не надо, потому что считают, что в соленой воде **чечевица** будет вариться дольше. Из красной **чечевице** получается нежное пюре. Перед приготовлением **чечевицу** надо перебрать и промыть несколько раз в холодной воде. Замачивать **чечевицу**, как это делают, например, с горохом, фасолью и бобами, не надо. В среднем на 1 стакан **чечевицы** берут 1.5-2 стакана воды. В зависимости от сорта оставьте **чечевицу** вариться на 10-40 минут, периодически помешивая и проверяя готовность.

Если Вы попали под фильтр за переспам, все выделения в тексте лучше полностью убрать.

В) Использование в текстах спамовых конструкций ключевых слов.

Если в тексте встречаются ключевые слова типа «пластиковые окна купить», «еда доставка на дом», «такси недорого москва» и им подобные – необходимо сразу от них избавиться. Гораздо приятнее будет звучать: «купить пластиковые окна», «доставка еды на дом», «недорогое такси в Москве» и т.д. В моем опыте был случай, когда санкции сняли именно после того, как все спамные конструкции были заменены на нормальные.

Г) Чрезмерное употребление текстовых заголовков.

Допустимое количество заголовков определяется логикой и зависит от длины текста. Если объем текста – около 1000 символов, и при этом перед каждым абзацем стоит заголовок h1 с ключевыми словами, спам очевиден. Лично я в последнее время стараюсь употреблять h1 не более одного раза, а от h2-h3 для коммерческих сайтов вообще отказалась.

Д) Отсутствие у текста какого-либо смысла.

Я разделяю два типа бессмысленных текстов:

– **нечитабельный, безграмотный, неинтересный контент, который я обычно называю «многобукоф с КПД=0»**. Такие тексты часто можно встретить на коммерческих сайтах в разделе «новости» или «корпоративный блог», где они размещаются с завидной регулярностью штатным рерайтером или оптимизатором за дополнительные деньги. Как думаете, зачем? Все просто – чтоб создать для поисковиков видимость частого обновления информации на сайте;

- **нормальный читабельный текст, который просто не нужен пользователям посетителям страницы**. Такие тексты часто можно увидеть на страницах интернет-магазинов под каталогом товаром внизу, куда обычно не добирается ни один адекватный пользователь. Нужно заметить, что **опасен не столько сам факт наличия этих текстов, сколько употребление там ключевых слов и их уточняющих расширений, которые могут отображаться в сниппетах и привлекать нецелевой трафик, ухудшая ПФ страницы** (сочетание употребления кеев и ПФ, о котором я писала выше).

Объясню на примере. У интернет-магазина на странице с каталогом холодильников Атлант размещен текст, который содержит фразу «ремонт» и «инструкция». В результате сайт попадает в топ по запросам, связанными с инструкцией по ремонту холодильников атлант, и на сайт по этому запросу начинают приходить посетители. Но информации по данному запросу на сайте нет. Результат – 100% возвращение пользователей к результатам выдачи, ухудшение ПФ и, как показал опыт, сигнал к наложению санкций за спамный текст. Является ли в данном случае текст спамным с традиционной точки зрения? Нет. Является ли он полезным для посетителей, которые переходят на сайт по запросу «ремонт холодильников атлант инструкция»? Ответ очевиден.

Что делать в таком случае? Самый верный способ – пересмотреть семантическое ядро и удалить запросы, по которым пользователи не получают нужную информацию. Если же эти запросы принципиально важны

для вас или ваших заказчиков – тогда подготовьте страницу/раздел, где информация по запросу будет предоставлена в полном объеме, и сошлитесь из текстов на этот раздел.

За что еще можно получить санкции за переспам

С тех пор, как появился алгоритм, понижающий за переспам текстов, в нашей практике были также случаи, где основная причина наложения санкций заключалась не только в текстах. Об этом тоже стоит упомянуть.

А) Внутренняя перелинковка.

Вообще внутренняя перелинковка в большинстве случаев отлично помогает повысить позиции по СЧ, но только если она выполнена без фанатизма. Употребление спамных конструкций в анкерах, ссылки из текстов внутренних страниц на главную с разными анкерами, чрезмерное количество расставленных автоматически внутренних ссылок может привести к обратному результату. Если вы под фильтром за переспам и ваша перелинковка соответствует указанному выше описанию – советую ее убрать.

Б) Title страниц.

Намек на Title обычно содержится в письме Яндекса, подтверждающем переспам (читай выше). В первую очередь нужно обратить внимание на длину этого атрибута (чем лаконичнее – тем лучше) и наличие перечислений ключевых слов через запятую. В случае необходимости – заменить текущий Title на информативный, лаконичный, приятный для чтения Title.

В) Мета-тег Description.

Как раз перед новым годом в нашей практике был случай, когда сайт попал под фильтр за переспам. Замена текстов, упрощение перелинковки, оптимизация title под пользователя не помогли. Потом случайно заметили, что в Description вместо нормального содержания прописался шаблонный кусок текста из настроек сайта в CMS с перечислением кеев через запятую. Как только мы это исправили – сайт вышел из-под санкций.

Г) Атрибуты картинок ALT и TITLE.

Тоже был случай с сайтом, присланным на аудит. Текстов на сайте было совсем мало, ключевиков они не содержали, но Платоны подтвердили санкции за переспам. «Вылечить» сайт помог пересмотр содержания атрибутов картинок – до этого для всех картинок (которых на каждой странице более 10) ключевые слова были прописаны во всех атрибутах alt и title.

Не могу утверждать, что перечисленный мной список возможных причин за переспам сайта является исчерпывающим – скорее, наоборот. Каждый случай – индивидуален, проблемы могут быть как очевидными, так и такими, для выявления которых нужно много времени и анализа. Самый лучший совет, который я могу дать в случае, если вас наказали за переспам – пока будете анализировать сайт и искать причину санкций – не думайте о SEO, думайте о восприятии сайта пользователями. И тогда, возможно, у вас получится решить проблему и получить награду в виде ответа от Платона с таким содержанием:

Здравствуйтесь, _____!

Причина, по которой Ваш сайт был понижен в результатах поиска, была Вами устранена. В скором времени его ранжирование восстановится.

–

С уважением, Платон Щукин
Служба поддержки Яндекса

<http://help.yandex.ru/>

Часть VII/7. Что заставляет посетителей покинуть ваш сайт? Обзор самых распространенных ошибок new

[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)

Каждый владелец сайта наблюдал такую картину, когда многие его посетители быстро покидали ресурс по непонятным причинам — то ли они не туда попали, то ли не нашли нужной информации, или же им что-то помешало достичь цели... В любом случае за уменьшение показателя отказов нужно бороться. При этом, не ориентироваться на конкурентов, а бороться с самим собой.

Сравнивайте показатель отказов на своем сайте в различные периоды и старайтесь его уменьшить. Вне зависимости от того, чем вы его измеряете – Метрикой или Аналитиксом.

Ниже описан целый ряд ошибок, которые приводят к увеличению количества отказов. Внимательно прочитайте весь текст (или хотя бы подзаголовки) и убедитесь, что с вашим сайтом все в порядке.

1. Информация не отвечает запросу пользователя

Ваш текст не содержит информации, за которой пришел пользователь? Это причина отказа №1. Каким бы красивым ни был ваш сайт и какими бы грамотными ни были тексты. Если пользователь хочет узнать, сколько стоит отдых в Италии, а в тексте – лишь длинные рассуждения о том, какая красивая это страна и как классно, что вы, наконец, туда отправляетесь, его охватит раздражение и он поспешит найти другой ресурс. Не лейте «воду» в своих материалах. Делитесь с пользователями конкретной информацией, которая точно соответствует заголовку статьи и внутренним ожиданиям пользователя.

2. Простыня текста

Идеально выровненный текст, длинные абзацы, никаких выделений и визуальных «островков» – вот, что точно заставит пользователей покинуть ваш сайт. Был у нас один клиент – рекордсмен по количеству простыней на сайте. Сам заполнял разделы, руководствуясь принципом: чем больше информации донести до пользователей, тем лучше. В итоге у него получились гигантские тексты объемом около 10.000 знаков, которые ни один, даже самый любопытный пользователь не станет читать. Пожалуйста, не повторяйте его ошибок. Переделывать эти тексты займет больше времени чем вы думаете.

Кстати, прочитав этот пункт, вы наверняка подумали, что тексты нужно писать менее 10 тысяч знаков, верно? Это не так. Объем текста особого значения не имеет, важна лаконичность подачи информации. Каким бы большим ваш текст ни был, если он не поддается «ужиманию» без потери смысла и представляет ценность аудитории, он будет востребован.

3. Слишком много коряво вставленных ключей

Также одна из самых распространенных ошибок, с которыми мы постоянно сталкиваемся в нашей практике. Пережиток прошлых времен. Времен, когда плотность посадочных ключей на странице играла важную роль в поисковом продвижении. А ведь с тех пор многое изменилось: алгоритмы поисковиков стали гораздо «умнее», количество факторов ранжирования *увеличилось* многократно, поиск научился индексировать латентную семантику, и – самое главное – пользователи стали более требовательными к вашему контенту. НО несмотря на это многие площадки остались прежними. И плевать им, что тексты, нашпигованные ключами, читать невозможно.

Именно такой подход позволит осуществить Вашу мечту «**куплю межкомнатные двери дешево**»: ведь таким образом Вы сможете избежать всевозможных денежных накруток на товар, которые неизменно возникают при многочисленной перепродаже товара, идущего от оптового до розничного продавца.

Также **купить дешевые двери межкомнатные** можно в тех компаниях, которые имеют большой оборот товара: для потребителей это выражается в возможности выбрать межкомнатные двери и купить их, выбирая из большого ассортимента изделий.

При этом опыт подсказывает, что на фирме, которая заслуживает внимания, можно **купить двери межкомнатные эконом-класса**, а также подобрать для своего интерьера и купить дверь ламинированную межкомнатную. Кроме того, большой ассортиментный выбор товара подразумевает, что Вы можете **купить межкомнатную раздвижную дверь** или выбрать любой другой вид конструкции.

Однако при реализации плана «**куплю недорого межкомнатные двери**» не стоит чрезмерную ставку делать только на цену изделия. Ведь при желании купить межкомнатные двери эконом-уровня можно серьезно поплатиться и получить низкое качество моделей. В целом же существует правило: любой товар (в том числе и дверь межкомнатная) должен иметь цену, соответствующую качеству изделия.

Пример переоптимизированного текста

Обратите внимание на жирный шрифт. Подобная тактика активно использовалась в начале 2000-ых, так как выделение ключей болдом являлось фактором ранжирования. Понятно, что сейчас она уже не актуальна, но на многих сайтах по-прежнему полно таких текстов.

4. Дублирование информации, размещенной на других сайтах

Если ваша информация дублирует информацию, размещенную на других сайтах, ее вряд ли будут читать, даже если она написана другими словами и более красивым языком. Тексты на вашем сайте должны быть уникальными. Но уникальными не в том плане, что при проверке в «Адвего» они показывают 100%, а в том, что они дают новые уникальные знания, не тиражируемые нигде ранее. Вы спросите, где найти такие знания?

На самом деле, они повсюду. Просто нужно проявить немного фантазии и начать мыслить шире. Вот мы, например, недавно решили написать статью на тему «Рецепт продающего текста». Подобного материала в сети полно, десятки копирайтеров делятся своими советами написания текстов, которые неизменно ведут к продажам. И как в этом случае создать уникальный контент? Оказалось, очень просто. Сказать, что продающих текстов не существует и объяснить, почему (если бизнес сам по себе безнадежен, ни один, даже самый великолепный текст в мире его не спасет).

5. Использование большого количества терминов без пояснений

Откроем вам секрет: не все пользователи, которые заходят на ваш сайт, разбираются в вашей тематике так же хорошо, как и вы. Удивлены? Тогда срочно добавляйте акронимы ко всем сложным терминам или дописывайте в скобках их краткое определение. Поверьте, людей, которые «в теме», это не отпугнет, а новички скажут вам искреннее «спасибо».

6. Устаревшие данные

Все вы знаете, что совсем недавно произошло очередное обновление антиспам-алгоритма «Пингвин». После чего многие seo-оптимизаторы кинулись искать информацию о том, как не пострадать от его санкций (я в том числе). Однако поиски не увенчались успехом, т.к. на тот момент по запросу «как защититься от Пингвина 2.0» Google выдавал лишь несколько материалов. И все она были посвящены защите от первого Пингвина. Что на тот момент было уже не актуально. Вывод: следите за событиями, которые происходят в вашей тематике, и вовремя обновляйте свой контент.

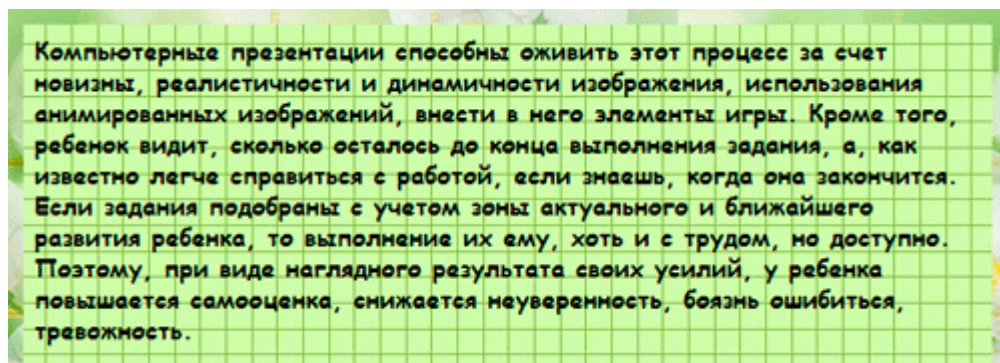
7. Орфографические и грамматические ошибки

Большинство пользователей готовы простить вам ошибки в тексте только в двух случаях: если ваш контент представляет особую ценность (например, описывает какую-то новую проблему или предлагает новый подход) или если вы признанный авторитет в своей области, и читатели вас настолько любят, что не обращают внимания на ваши мелкие недочеты. В остальных случаях пользователи поспешат закрыть страницу, а особо привередливые – не поленятся написать и пару гневных комментариев.

8. Нечитаемый шрифт

Выбрать шрифт для сайта очень легко. Запоминайте порядок действий: берем шрифт, верстаем статью и начинаем ее читать. Почувствовали дискомфорт? Захотелось отвести взгляд в сторону? Зарябило в глазах? Значит, нужно выбрать другой вариант. Для более точных результатов в тестировании можно задействовать несколько человек. Желательно, пожилого возраста. Но нужно иметь в виду, что читабельность шрифта зависит и от используемых цветов (как самого шрифта, так и подложки), межстрочных интервалов, наличия абзацев и так далее.

Пример шрифта и фона, которые точно не стоит использовать:



А вообще, мое личное мнение по поводу шрифтов сводится к следующему – чем проще, тем лучше. Это не тот элемент дизайна, на котором стоит заострять внимание. Задача шрифта – не мешать усваивать текстовую информацию, а не показывать вашу креативность.

9. Некорректная верстка

Не нужно быть педантом, чтобы выйти из себя из-за кривой верстки сайта. Она раздражает подавляющее большинство пользователей и говорит о халатности и безответственности верстальщиков. Не создавайте ложное впечатление о вашем профессионализме. Следите за тем, чтобы в тексте все было ровно и аккуратно. Тестируйте ваши шаблоны во всех разрешениях и во всех популярных браузерах. Понятно, что это прописные истины, но не упомянуть о них мы не могли.

10. Непрофессиональный дизайн

Человека встречают по одежке, а сайт – по дизайну. Ресурс с дешевым непрофессиональным оформлением сразу вызывает сомнение в его авторитетности и правдоподобности данных, размещенных на нем. И если для любительского сайта какого-нибудь школьного учителя или логопеда это еще хоть как-то позволительно, то для интернет-магазина или крупной компании – абсолютное табу.



Сайт школьного учителя

11. Плохая навигация

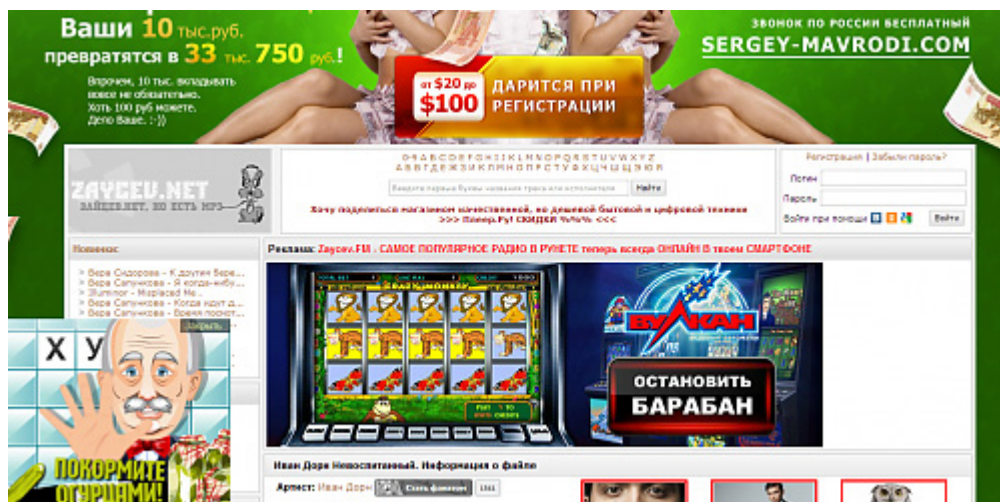
Представьте, вы оказались в глухом лесу без карты, компаса и мобильного телефона. Вы очень хотите добраться до дома, но нет ни одной зацепки. Вы кричите «Ау», но никто вас не слышит. Неприятные ощущения, неправда ли? Примерно то же самое испытывают и ваши пользователи, когда блуждают по темным закоулкам вашего сайта. Отсюда совет: не испытывайте их на прочность, тщательно продумайте структуру навигации и убедитесь в том, что она понятна всем пользователям.

12. Отсутствие поиска

Отсутствие поиска приносит сильные неудобства пользователям. Вручную пролистывать каталог товаров или список статей будет далеко не каждый (только представьте, сколько времени это займет). Поэтому позаботьтесь о наличии этого элемента на вашем сайте – сделайте жизнь ваших пользователей чуточку проще.

13. Слишком много рекламы

Реклама – сильный раздражитель. Сегодня это известно практически всем. Всплывающие баннеры, мигающая анимация, глупые заголовки дешевых новостей – если этих элементов слишком много на странице, у пользователя возникает чувство отвращения и желание поскорей покинуть ресурс. В этом случае «баннерная слепота» не работает. Рекламы настолько много, что все волей неволей становятся зрячими.



Сайт zaycev.net

14. Медленная загрузка страниц

Современные интернет-пользователи очень нетерпеливы. Они не будут ждать, пока прогрузиться страница, а сразу перейдут на другой сайт. Чтобы определить скорость загрузки сайта, можно воспользоваться сервисом [PageSpeed](#). Если результаты окажутся ниже 90 кб/сек, скорее всего, на вашем сайте есть какие-то ошибки, которые приводят к торможению. Выясните, что это за ошибки и как можно скорей устраните их.

15. Чтобы выполнить какое-либо действие, нужна регистрация

Наверняка многие из вас сталкивались со следующей ситуацией. Хотите что-то скачать, посмотреть или принять участие в опросе, и тут вылезает это ненавистное окно: «Чтобы выполнить действие, необходимо зарегистрироваться». 99% пользователей после этой фразы закрывают страницу сайта, испытывая сильный прилив раздражения.

16. Музыкальный фон

Да-да, вы не поверите, но в сети по-прежнему существуют сайты, которые используют музыкальный фон. И знаете, что интересно? Этот элемент является, наверное, еще большим раздражителем, чем изобилие рекламы. Назойливая крутящаяся по кругу композиция способна вывести из себя даже самого спокойного пользователя. Особенно, если он упорно ищет кнопку ее отключения, а ее на сайте попросту нет.

17. Произвольное проигрывание видео

Представьте себе такую ситуацию. Вы заходите в магазин, и тут на вас накидывают одежду, которую вы не хотите покупать. Она не вашего размера и, может быть, даже предназначена для противоположного пола, а вы обязаны заплатить за нее деньги. Что вы при этом почувствуете? Гнев, раздражение, желание как можно скорее уйти из этого места. То же самое происходит и с пользователями, заходящими на сайт с автоматически проигрываемым видео. С какой стати они должны платить за трафик видеоролика, который им не интересен?

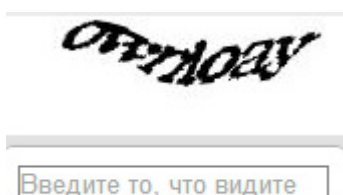
18. Нечитабельная капча

Капча должна быть четкой и понятной любому пользователю. Более предпочтительно, если она содержит цифры, а не английские буквы, т.к. старшее поколение часто имеет трудности с поиском иностранных символов на клавиатуре. А вообще, если есть возможность, лучше совсем ее убрать.

Пример хорошей капчи:



Пример плохой капчи:



Заключение

Здесь перечислены самые распространенные ошибки, из-за которых у большинства пользователей возникает чувство раздражения и желание как можно скорей закрыть страницу.



Если вы обнаружили на своем сайте наличие хотя бы одной из них, крайне рекомендуется заняться ее устранением. Если – нет, поздравляем. Вы создали неплохой фундамент, который станет основой дальнейшего продвижения.

Автор: [Евгения Крюкова](#), маркетолог агентства [Текстерра](#)

Часть VII/8. Сайт для людей, а не для поисковиков

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Если вы уже какое-то время связаны с поисковой оптимизацией, тогда наверняка слышали **старый совет**:

Если сайт сделан для людей, тогда поисковику он тоже "понравится".

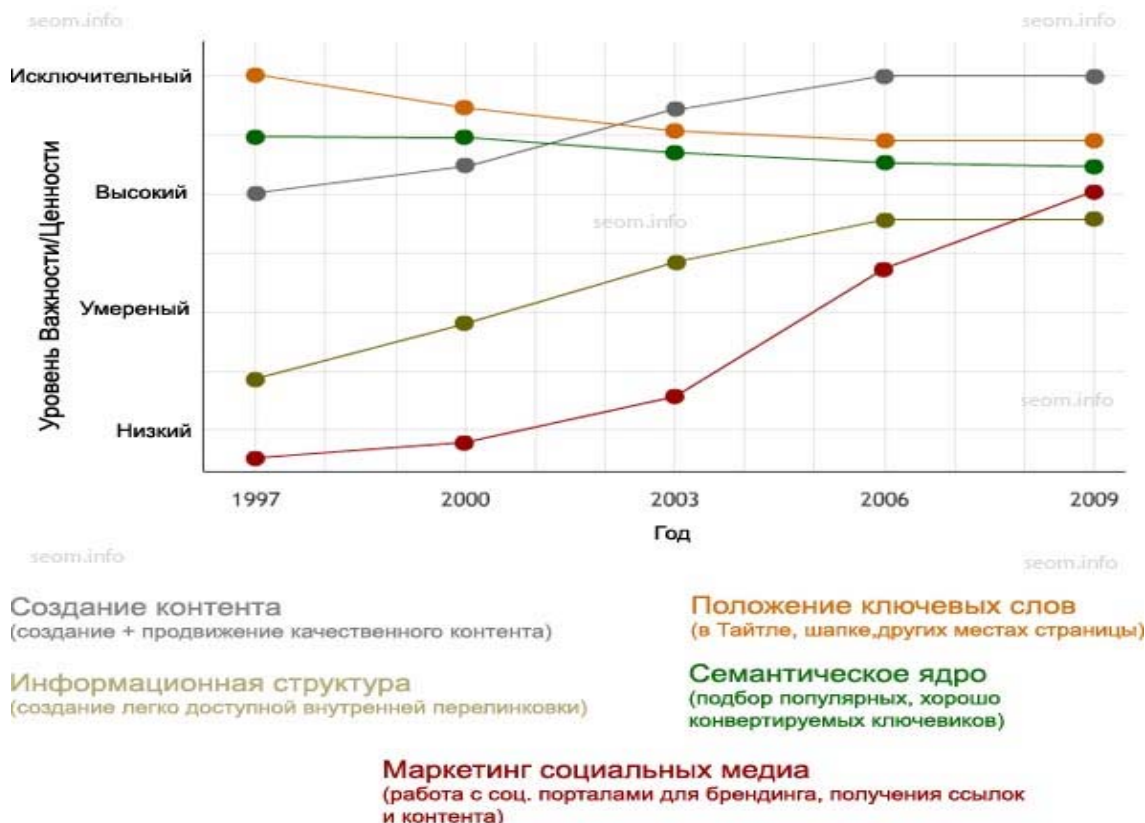
И исходя из этого:

сайты сделанные под поисковики, а не для людей, считаются теми что пытаются манипулировать поисковой выдачей (черное/серое seo) и в конце концов попадут под фильтры или в бан !

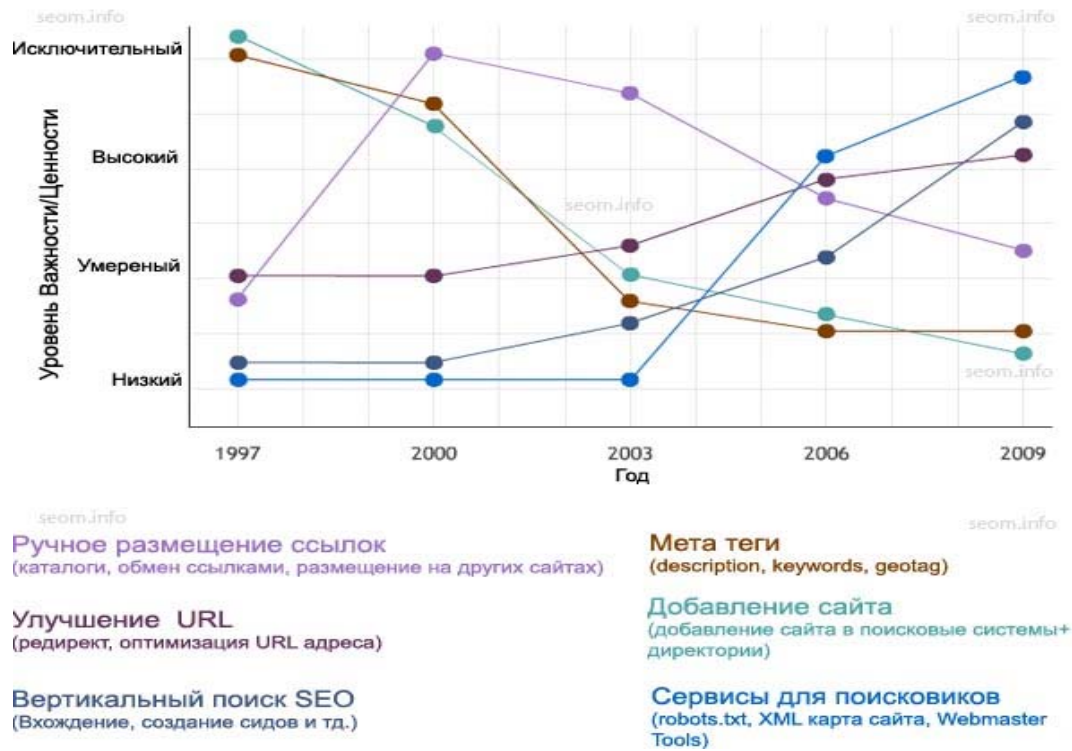
Мое мнение, что оба этих высказывания, **в корне неправильные и обманчивые.**

Когда я начал исследовать данный вопрос, я думал что возможно раньше эти высказывания были актуальными, но изучив этот вопрос более основательно я пришел к выводу что даже и это не так:

Относительный уровень важности / ценности SEO тактики ориентированной на пользователей, в промежутке времени



Уровень важности SEO тактики ориентированной на поисковики, в промежутке времени



(пожалуйста имейте ввиду: что схемы на подобии этих всегда были моим личным мнением)

Когда я следовал принципу "делай для людей, а не для поисковиков" результат моей работы то возрастал то падал, так я пришел к мысли что это был не совсем хороший совет.

Если посмотреть в прошлое, я почти уверен что на семинарах или в беседах с клиентами я сам упоминал это общее заблуждение.

Теперь я прямо могу заявить следующее - **SEO** это задание которое требует пристального внимания к тому чего хотят посетители и поисковые машины. Без этого вы не сможете сделать *эффективное продвижение*.

Вы только подумайте, сколько разных вещей мы проделываем с сайтом, которых мы бы никогда не делали, не существой поисковых машин:

- **Title тег:** Возможно мы бы что-то в нем прописывали, но разве наполняли его ключевыми словами, делали уникальным для каждой страницы, заморачивались какими знаками разделять слова? Что-то я в этом сильно сомневаюсь.
- **Мета теги:** Нет. Даже нет смысла с этим заморачиваться.
- **XML карты сайта:** Я более чем уверен ни один человек не будет просматривать этот файл чтобы делать навигацию по сайту.
- **SEO инструменты для Вебмастеров:** Без поисковиков, их просто бы не существовало.
- **Семантическое ядро:** Я думаю это бы напоминало копирование рекламы- думай Злой Человек.
- **Положение ключевых слов:** Зачем заботиться о положении ключевых слов, кроме как для поднятия конверсии?
- **Улучшенная структура URL-адресов:** В этом нет никакой надобности - посетители при любом URL будут получать контент.
- **Доступные ссылки:** До тех пор пока вас не волнуют >2% посетителей которые не видят Flash, продолжайте делать ссылки на контент вашего сайта из различных приложений.
- **Robots.txt и Мета роботы:** Нет поисковиков, нет смысла управлять поисковиком.
- **Наращивание ссылочной массы:** Бесплезно для получения целевых посетителей, зачем заморачиваться?
- **Работа с вертикальными поисковыми системами:** Это пустая трата времени.
- **Структура информации:** Это можно делать только из-за посетителей. Для других целей это бесполезно.

- **Редирект:** Без поисковиков, мы можем использовать любой удобный для нас способ - java скрипт, meta обновление, 302 редирект - для пользователей они имеют небольшую разницу.
- **Rel="Nofollow":** Внутренний или внешний, он уже не нужный атрибут.

Я думаю, что основная проблема с "сделано для людей", что поначалу это кажется вполне логичным и не лишенным смысла.

Но так только на первый взгляд, если исследовать этот вопрос глубже, используя знания и опыт, то все совсем иначе.

У многих посетителей складывается мнение что я против сайтов для людей - хочу уверить, что это не так.

Веб-сайты создаются **в первую очередь для людей**, посетитель - это центральная фигура на которую должен ориентироваться вебмастер при создании сайта.

В своей статье я хотел акцентировать внимание на *оптимизации сайта*, при которой центральной фигурой являются поисковые машины, собственно для которых все и делается (XML карты сайта, анкоры ссылок, перелинковка, использование различных SEO сервисов и инструментов, и т.д.)

Таблицы и схемы вверху, я сделал с целью показать что "**SEO ориентированное на людей**" - это упущенные возможности.

Разве вы можете себе позволить это улучшение?

Оригинал: [Terrible SEO Advice: Focus on Users, Not Engines](#)

Перевод: [SEOM.info](#)